

LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR HOTELERO A PARTIR DE LA TEORIA DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES

Germán Narváez Vásquez, Universidad de Guayaquil/ IFIJUM
Cuauhtémoc Guerrero Dávalos, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Otto Villaprado Chávez, Universidad de Guayaquil

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo determinar las principales capacidades y recursos que determinan la competitividad de las empresas hoteleras de la ciudad de Morelia. Se basa pues en el conocimiento de los más recientes conceptos relacionados con las Competencias Esenciales del sector hotelero de la ciudad de Morelia, Michoacán enmarcadas en la Teoría de Recursos y Capacidades, que ya desde finales de los años ochenta se viene discutiendo y es que la base de la ventaja competitiva se centra en los recursos internos de la empresa. Por lo que a partir de los contrastes realizados con estadísticos no paramétricos se pudo determinar una correlación bastante significativa de recursos y capacidades con la Competitividad, utilizando una muestra de 377 hoteles de la ciudad de Morelia.

PALABRAS CLAVE: Recursos y Capacidades, Competitividad, Sector Hotelero

COMPETITIVENESS OF HOTEL SECTOR FROM THE THEORY OF RESOURCES AND CAPABILITIES

ABSTRACT

This paper aims to identify key skills and resources that determine the competitiveness of hotels in the city of Morelia. It is based on the knowledge of concepts related to core competencies of the sector in Morelia, Michoacan framed the Theory of Resources and Capabilities, claims that the basis of competitive advantage focuses on the internal resources of the company. So, from enhanced contrasts with nonparametric statistical a fairly significant correlation of resources and capabilities to competitiveness was determined, using a sample of 337 hotels in the city of Morelia.

KEY WORDS: Capacity, Resources, Competitiveness, Hotels

JEL: L80, M10

INTRODUCCIÓN

Es conocido por todos, que la industria hotelera no solo contribuye al bienestar de las personas en las zonas turísticas de influencia, sino que también revitaliza las actividades económicas de un país en general. El informe de competitividad de la industria de viajes y turismo publicada por el Foro Económico Mundial de Turismo establece que México se encuentra en el lugar 43 del ranking mundial y en el primer lugar de los países de Latinoamérica, (Forum, 2012). Nuestro estudio se centra en la ciudad de Morelia-Michoacan (Mich), que de acuerdo con el Índice de competitividad turística de los Estados

Unidos Mexicanos, ocupa el lugar 23 respecto a los demás estados. El presente trabajo tiene por objetivo determinar la competitividad del sector hotelero de la ciudad de Morelia-Mich. a partir del análisis de sus recursos y capacidades, con la finalidad de ser un referente en el contexto internacional. Existen, por un lado, numerosos estudios que abordan el tema de los “recursos y capacidades”, como: Teece (1982); Wernerfelt (1989); Collis (1994); Grant, (1996); Guerrero, C., y Narváez G., (2013) y por el otro, el tema de la “industria hotelera”: Monfort, (2002); Camisón, (2004); Del Toro, (2011); Benavides, (2012).

La metodología utilizada fue carácter analítica descriptiva, realizando una revisión exhaustiva de la literatura a través de la búsqueda de información en las principales bases de datos respecto de los constructos analizados. Por otro lado, para determinar la muestra de hoteles se utilizó la lista de la empresa de reservaciones TripAdvisor, de acuerdo con el siguiente criterio: hoteles sin categoría, tres estrellas, cuatro estrellas y cinco estrellas, encontrando un total de 337 empresas hoteleras. Considerando estudios de campo de la empresa TripAdvisor y la literatura se concretaron en los siguientes recursos y capacidades como “esenciales”: Calidad-precio; Ubicación del hotel; Confort del hotel; Calidad de las habitaciones; Limpieza de las instalaciones; Calidad de servicio. Los resultados finales surgieron de la aplicación de los estadísticos Tau_B Kendall y el Coeficiente Pseudo R², los mismos que permiten identificar una correlación significativa entre las variables propuestas. La estructura de la presente investigación se encuentra organizada como sigue: En la sección de revisión de la literatura se abordan los siguientes temas: i) La industria hotelera mexicana, ii) La teoría de los recursos y capacidades; iii) En el siguiente bloque, hacemos referencia al proceso metodológico científico, donde detallamos los instrumentos utilizados y el procesamiento de la información. En el tercer bloque, a partir de la Tabla de frecuencias señalamos los resultados obtenidos y finalmente, en conclusiones, ponemos énfasis en nuestra contribución, limitaciones y futuras líneas de investigación.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La complejidad de los mercados a nivel mundial para competir, ha generado un enorme interés por parte de las empresas en conocer los rasgos que las distinguen de sus competidores, a fin de conseguir sobresalir de entre sus iguales. Ello significa que la empresa busca producir una serie de artículos o prestar servicios con un alto valor añadido, de forma que los clientes los consideren superiores a los de la competencia. Por ello, es inminente la importancia que las empresas se posicionen como verdaderos entes competitivos, capaces de crear ventajas que perduren en el tiempo.

La industria hotelera mexicana y su clasificación: La conformación de cadenas hoteleras, con sus características actuales, es un fenómeno que resulta típico de la segunda mitad del siglo XX. Como fenómeno global, las cadenas hoteleras internacionales son un producto de las condiciones de la economía y de la política de expansión de las empresas en el marco de un mundo en creciente interacción que se inició después de la segunda guerra mundial. Las condiciones que habían hecho de la actividad hotelera una profesión individual o familiar en la Europa del siglo XIX, se modificaron irreversiblemente con las cadenas internacionales hacia la mitad del siglo XX para reconfigurar el comportamiento comercial, laboral y de servicios al huésped (Jiménez, 2008).

En cuanto a la clasificación de la industria hotelera, la Secretaría de Turismo de México ha creado el Sistema de Clasificación de Hoteles (SCH, 2015), cuyo funcionamiento corresponde a un conjunto de herramientas informáticas que permiten medir, de manera estandarizada, confiable y objetiva, las variables relacionadas con la categoría de los establecimientos hoteleros del país, así como la experiencia de intermediarios. El SCH, (2015) maximiza la claridad y simplicidad comunicativa al hacer uso del código más común en hotelería: la clasificación de hoteles en un rango de una a cinco estrellas, con intervalos de media estrella. El número de estrellas refleja de modo intuitivo el tipo de oferta que el hotel ofrece a sus huéspedes de modo que hoteles con cualidades superiores obtienen también mayor número de estrellas al ser evaluados, Así por ejemplo: Una estrella, solo ofrece lo indispensable; Dos estrellas,

ofrece servicios e infraestructura básicos; Tres estrellas, instalaciones adecuadas, servicio completo y estandarizado, sin grandes lujos; Cuatro estrellas, instalaciones de lujo y servicio superior; Cinco estrellas: instalaciones y servicios excepcionales.

La riqueza cultural y natural de México son elementos que influyen en el crecimiento del sector turístico que atraen a turistas internos y externos, dando oportunidad a actividades que eleven la productividad y crecimiento económico del país. El informe de competitividad de la industria de viajes y turismo publicada por el foro económico mundial de turismo 2012 establece que México se encuentra en el lugar 43 del ranking mundial, primer lugar de los países de Latinoamérica (Forum, 2012). Michoacán se encuentra posicionado en el sitio 23 del índice de competitividad turística 2012 de los Estados Unidos Mexicanos con un 32.3% del valor de índice de cada estado. Comparado con el 50.6% del estado que ocupa el primer lugar Quintana Roo existe una gran diferencia de acuerdo a diversos factores y destinos turísticos que tiene este estado. Pero, si hacemos una comparación con un estado similar en cuanto a características y ubicación sería el estado de Colima, también existe una gran diferencia ya que éste ocupa el cuarto lugar a nivel nacional con un 40.1% según el Centro de Investigaciones de Estudios Turísticos (ITESM, 2012).

La ciudad de Morelia capital del estado de Michoacán fundada en el año de 1541 es una ciudad colonial llena de historia y belleza Patrimonio de la Humanidad desde 1991, reflejado en sus monumentos arquitectónicos que la distinguen de otras ciudades coloniales. En este sentido, el sector turístico en Morelia es de gran relevancia, pero aún se puede dar más, ya que la ciudad cuenta con festivales culturales, clubes deportivos, oferta gastronómica, entretenimiento nocturno, convenciones, universidades que es atractivo para el visitante. Por ello, contar con la infraestructura, profesionalización, diversidad en categorías, ubicación del sector hotelero es un elemento que el sector debe tener a la vanguardia e identificar las competencias que le permitan alcanzar un nivel de competitividad sostenible. Por lo anterior, es necesario plantearse: ¿Cuáles son las principales capacidades y recursos que afectan la competitividad de las empresas hoteleras en la ciudad de Morelia?.

La Teoría de los recursos y capacidades: La Teoría de Recursos, se complementa a las creencias más extendidas en los años ochenta en el ámbito de la dirección estratégica, donde los temas de mayor importancia se centraban en el entorno sectorial de la empresa y su posición competitiva en relación con sus competidores (Fernández y Suárez, 1996). La obra Estrategia Competitiva creada por Porter (1982), es una pieza clave dado que introduce el concepto de los modelos de la organización industrial en el desarrollo de la estrategia de negocios y sostiene que la estructura de un sector industrial tiene una fuerte influencia al determinar las reglas del juego competitivas así como las posibilidades estratégicas potencialmente disponibles para la empresa. Más adelante, en la década de 1990, ante la insuficiencia del modelo para explicar los orígenes de la ventaja competitiva, y con el desarrollo de nuevos trabajos que demuestran que las diferencias de resultados entre sectores son menos significativas que las diferencias en el seno del mismo sector, aduciendo que tales diferencias se mantienen a lo largo del tiempo (Wernerfelt y Montgomery, 1986; Hansen y Wernerfelt, 1989; Rumelt, 1991), los investigadores en su afán de buscar factores explicativos se vuelven a centrar fundamentalmente en los aspectos internos de la empresa. De esta manera, surge una nueva corriente en el campo de la dirección estratégica de la empresa, denominada Teoría de Recursos. La Teoría de Recursos recoge elementos de diferentes campos relacionados, presentando un carácter integrador, tal como señalan Mahoney y Pandian (1992), lo cual la hace muy interesante para un gran número de científicos procedentes de diversas áreas de la investigación de la empresa. Estos autores estiman que este enfoque se nutre de los conceptos que se manejan desde tres perspectivas: i) Desde la investigación en el campo de la Estrategia, mencionando las competencias distintivas (Andrews, 1977); ii) Las contribuciones efectuadas por la Economía de las Organizaciones (Barney y Ouchi, 1986), donde se sitúa la Teoría Positiva de la Agencia (Eisenhardt, 1989); Teoría de los Costes de Transacción (Williamson, 1975) y Teoría Evolucionista (Nelson y Winter, 1982); iii) Las aportaciones de la Organización Industrial (Porter, 1982), procedentes de la Escuela de Harvard.

Entre las aportaciones a la Teoría de Recursos y Capacidades en el campo de la Economía, pueden citarse autores como Coase (1937), Stigler (1968) e incluso Robinson (1933), por sus trabajos en relación a la Teoría del Monopolio y de la Teoría de la Competencia Monopolística, ya que en un contexto de competencia imperfecta las empresas compiten a través de la diferenciación respaldada por la imperfección de los mercados de factores y productos. Tras estos antecedentes, su aportación más destacada ha sido hacer resurgir las ideas de investigadores pioneros de la estrategia de la empresa, entre los que hay que destacar a Selznick (1962) quien establece la base sobre la cual se construirá la Teoría de los Recursos y Capacidades, introduciendo el término “Competencias Distintivas”. Con esta expresión describe lo que una empresa puede hacer mejor que sus competidores.

A finales de los años 50 aparece la obra Teoría del crecimiento de la empresa de Penrose (1962), a quien la mayor parte de los investigadores le atribuyen el nacimiento de las ideas que han permitido la aparición de la Teoría de Recursos y Capacidades. La economista de origen británico considera a la empresa como un conjunto de recursos productivos, unos de naturaleza física o tangible y otros de naturaleza humana: “Estrictamente hablando, los factores esenciales en el proceso de producción no son los recursos en sí, sino solamente los servicios que tales recursos rinden. El autor asemeja el término “servicios” al de “capacidades”, siendo utilizado de la misma forma hoy en día, ya que entiende por “servicios” aquello que los recursos combinados aportan a la creación de ventajas competitivas y competencias distintivas. En suma, para Penrose (1962) la dimensión de una empresa se puede explicar por el conjunto de recursos, y su crecimiento por la capacidad de generar a partir de dichos recursos, servicios empresariales y, por ende, servicios directivos, siendo estos últimos los configuradores de las competencias empresariales y directivas. Los recursos son los activos disponibles y controlables por la empresa, tanto físicos, tecnológicos, humanos y organizativos. Ello significa que la ventaja competitiva de la empresa dependerá sustancialmente de activos tangibles como intangibles, entendiéndose que los segundos, hoy por hoy, son la base en la que se configura la competitividad empresarial (Bueno y Morcillo, 1993).

Andrews (1977) señala que las competencias corporativas o distintivas constituyen un despliegue de recursos y capacidades que favorecen la consecución de los objetivos, y sugiere que la función del estratega consiste en implementar estrategias que explotan sus fortalezas internas. Es decir, respondiendo así al ambiente de oportunidades mientras que neutralizan las amenazas evitando debilidades internas, basándose en la existencia de competencias distintivas. A partir de 1990 es cuando empieza a despertar el interés de los investigadores entre los que se destaca a Grant (1991), Peteraf (1993), ya que, se identifican con esta teoría y defienden que los recursos y capacidades son una base mucho más segura para la definición de la estrategia de la empresa que las necesidades del área producto-mercado que la empresa pretende satisfacer. Así, para Herzog (2001), la Teoría de Recursos y Capacidades busca la ventaja competitiva dando mayor supremacía a las fortalezas y debilidades de la empresa antes que a las oportunidades y amenazas del entorno. Por su parte Suárez e Ibarra (2002) señalan a la Teoría de Recursos y Capacidades como la base de la estrategia a largo plazo. La rentabilidad y la dirección de la empresa son las premisas de esta estrategia. En efecto, Bueno y Morcillo (1993) señala que la Teoría de Recursos y Capacidades distingue dos ámbitos diferentes pero claramente relacionados. La Teoría de Recursos y la Teoría de las Capacidades Dinámicas, ambas teorías analizan la naturaleza de las competencias básicas y su valor como fuente de ventaja competitiva desde dos vertientes: estática la primera y dinámica la segunda.

Recursos y capacidades en el sector hotelero: Como se había mencionado anteriormente, la empresa hotelera, no solo contribuye a la generación de empleo de un territorio específico, sino que también constituye para muchos países el motor principal de su economía. Por esta razón se han relacionado muchas investigaciones tendientes a identificar las variables que les permitan ser más competitivas. En la siguiente Tabla 1, se presentan algunas de estas investigaciones que corresponden al sector hotelero desde la perspectiva de la teoría de los recursos y capacidades, las mismas que han servido como referente para nuestra investigación.

Tabla 1: Relación de Artículos Analizados Sobre el Sector Hotelero

Año	Autor	Objeto de Estudio	Resultados
2000	Monfort	Examina las características internas de los negocios de «hotelería de litoral» en dos destinos mediterráneos representativos del segmento «sol y playa» en la Comunidad Valenciana: Benidorm, en la provincia de Alicante, y Peñíscola, en la provincia de Castellón.	Se ha recurrido a un análisis a partir del soporte formulado en la Teoría de los Recursos y Capacidades, identificando los aspectos internos y externos a la organización que subyacen en la consecución, sostenibilidad y apropiación de las ventajas competitivas.
2002	Regalado y Viardot	El artículo presenta el inicio de una investigación en marcha sobre la evolución de las competencias de las empresas como resultado de las nuevas tecnologías en los servicios turísticos.	Después de definir la desintermediación y analizar la dinámica de los principales actores de la industria del turismo, el documento desarrolla un modelo cuantitativo y cualitativo para evaluar el impacto de la desintermediación sobre las competencias esenciales en cada uno de los actores estudiados.
2004	Camisón	Este trabajo revisa la senda en los ámbitos nacional e internacional en el desarrollo de los sistemas de acreditación de la calidad turística, así como valora la contribución de estos modelos a la mejora de la competitividad y a la satisfacción de las expectativas de los agentes que han realizado la certificación.	La evidencia muestra que las empresas hoteleras que tienen implementado un sistema de calidad total tienen un mejor desempeño que los hoteles que se certifican.
2011	Garrido y Padilla	Profundizar en el concepto del CRM (gestión de la relación con clientes), analizando el estado de la investigación y examinando los principales factores que van a incidir en su exitosa implementación.	Desde el prisma de la teoría de recursos se contempla que, para que una empresa fuera capaz de establecer una ventaja competitiva, sus recursos debían trabajar juntos para crear capacidades organizativas, de carácter Intangible y difíciles de imitar y sustituir.
2009	Gazzera, M. A., y Vargas Martinez	El presente trabajo se constituye en el resultado de experiencias teóricas compartidas de trabajos de investigación en la medición de intangibles en empresas turísticas hoteleras y su adaptación para su aplicación como experiencia piloto en Toluca, México.	Se detectó que en contextos empresariales como el actual de continuos cambios y complejidad, las empresas buscan de alguna manera desarrollar estrategias basadas en los recursos internos frente a los de tipo externo, en un intento por generar un valor entregado superior a sus clientes y superar así las tradicionales fuentes de búsqueda de ventajas competitivas.
2009	Moreno y Coromoto	Según investigaciones y publicaciones consultadas, existen ciertas dudas sobre la calidad de los servicios prestados.	Fue necesario realizar un análisis de la calidad de los servicios hoteleros en el Municipio Libertador del Estado Mérida, desde el punto de vista del huésped, para promover el incremento de la competitividad del sector.
2010	Serrato et al.	Promover la competitividad Internacional de las empresas hoteleras de México con base en el conocimiento, la innovación, el desarrollo tecnológico y sostenible.	Los resultados obtenidos son incluyentes en el sentido de que contemplan elementos definidos para la competitividad turística a nivel país o región, pero incluyen también elementos relevantes para un análisis de competitividad turística al nivel de una entidad.
2011	García et al.	Definir estrategias que le permitan mejorar su competitividad y alcanzar niveles de ocupación cualitativa y Cuantitativamente óptimos en el sector hotelero.	Se obtuvo el listado lo más completo posible de las capacidades distintivas del hotel analizado.
2011	Caro et al.	Se analiza mediante un modelo econométrico el impacto del nivel de calidad en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) sobre el grado de competitividad del sector hotelero en la península de Yucatán.	Los ocho modelos desarrollados explicaron que el uso de las TIC's con una adecuada capacitación de los usuarios de estos sistemas, influyen de manera importante en el porcentaje de ocupación media en las empresas hoteleras de la península de Yucatán incrementándolo
2011	Santamaria y Cadrazco	Proponer un proceso de mejoramiento del marketing de servicios en el sector hotelero de Santiago de Tolú, Sucre.	La investigación permitió proponer acciones y estrategias para mejorar la calidad en la prestación del servicio hotelero y aumentar el promedio de ocupación durante todo el año.
2011	Del Toro	El presente material fundamenta la importancia de esta actividad para lograr la satisfacción de nuestros clientes y que quieran regresar por la pulcritud y limpieza.	Las actividades de limpieza para lograr el confort higiénico de todas las áreas y habitaciones del hotel es un tema que requiere una atención especial, pues cuando alguien emite juicios sobre la calidad de un hotel, los

			critérios de limpeza sempre estão presentes.
2012	Benavides	Estudio empírico de la relación entre calidad y productividad en el sector hotelero andaluz.	Relación entre calidad y productividad.
2012	Rodríguez et al.	Los autores ofrecen un acercamiento a los métodos y estrategias desarrolladas para la fijación de precios y tarifas en la Industria de la Hotelería. Relacionan las técnicas con las características propias del sector y con su estructura de costos.	Se analizan las ventajas y desventajas de las técnicas y el rol de los costos en la búsqueda de la competitividad para un desarrollo sustentable.
2012	Alves et al.	El objetivo fue analizar las competencias necesarias para un gestor hotelero bajo la percepción de los propios gestores del Polo Turístico Via Costeira, Natal, Brasil.	Entre los principales resultados se observó que las competencias prioritarias necesarias para un gestor hotelero son la gestión de la calidad y la gestión de los recursos humanos.
2013	García de León	Se presenta una visión general de las características y gestión de un conjunto de activos intangibles que se consideran relevantes para el desarrollo de los establecimientos hoteleros bajo la perspectiva de la “Teoría de los recursos y Capacidades”.	Se destaca que uno de los retos que enfrenta este enfoque de competitividad es el de lograr un mayor perfeccionamiento de los métodos de medición de intangibles.
2013	Gaspar et al.	Los autores muestran que este tipo de hospedaje tiene como estrategia la diferenciación por medio de oferta de servicios y experiencias singulares a los huéspedes. De esta manera, las herramientas de atención virtual al cliente pueden contribuir para la construcción de la lealtad del huésped a partir de la diferenciación de los servicios prestados por el Hotel Resort.	Se pudo verificar también que aún los hoteles con alto desempeño, subutilizan las herramientas de la atención virtual, lo que parece que no contribuye de manera plena para la oferta de una experiencia singular y diferenciada en relación con la comunicación con sus clientes actuales, así como con los clientes potenciales.

En ésta Tabla 1, se presenta las principales aportaciones de investigadores de los últimos 15 años que hacen referencia a los constructos analizados en la presente investigación. Se enfatiza en la Teoría de los Recursos y Capacidades y su relevancia en el sector hotelero, se exponen ejemplos aplicativos de la referida teoría en varios países como Brasil y México, comprobando de esta forma la vigencia de esta Teoría en la competitividad del sector hotelero.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada fue carácter analítica descriptiva. En primer lugar, para determinar la muestra de hoteles se utilizó la lista de la empresa de reservaciones TripAdvisor, aplicada a la ciudad de Morelia-Michoacan en el segundo semestre del 2015, obteniendo los siguientes resultados y de acuerdo con el siguiente criterio: i) hoteles sin categoría, (61); ii) tres estrellas, (95); cuatro estrellas, (141) y cinco estrellas, (40); encontrando un total de 337 empresas hoteleras. Posteriormente, se toma en cuenta estudios de campo de la empresa TripAdvisor correspondientes al año 2014, donde se considera la opinión de los clientes expresadas en la escala de Likert, obteniendo como resultado las siguientes variables: i) Calidad-precio; ii) Ubicación del hotel; iii) Confort del hotel; iv) Calidad de las habitaciones; v) Limpieza de las instalaciones; vi) Calidad de servicio. Como siguiente paso se realiza una revisión exhaustiva de la literatura a través de la búsqueda de información en las principales bases de datos respecto de los constructos obtenidos, teniendo como referente la investigación de la empresa TripAdvisor, y destacando los aportes de los siguientes trabajos: Respecto a la “Calidad-precio”; Fernández y Suárez (1996); Benavides (2012); Santamaria y Cadrazco (2011). “Ubicación del hotel”; Santamaria y Cadrazco (2011) y ITESM (2012); “Confort del hotel”. Santamaria y Cadrazco (2011). “Calidad de las habitaciones”; Benavides (2012), Camisón (2004). “Limpieza de las instalaciones”, Del Toro (2011). “Calidad del servicio”. Moreno y Coromoto (2009), Santamaria y Cadrazco (2011). “Competitividad”; Andrews (1977) y Herzog (2001).

RESULTADOS

En el primer contraste realizado con el estadístico Tau_b Kendall los resultados muestran suficiente evidencia de correlación de variables (Tabla 2). Concretamente, los valores que más se correlacionaron con la variable Competitividad fueron la variable independiente Confort del Hotel con un coeficiente

bastante significativo de 0.712 puntos, seguido de la variable Calidad de las Habitaciones con un coeficiente de 0.701 puntos, y en tercer lugar un coeficiente de 0.682 respecto a la Calidad del Servicio. Con relación a las demás variables los resultados alcanzados en este contraste se muestran coeficientes elevados en las variables Calidad de las habitaciones respecto a la variable Limpieza de las instalaciones con 0.638 puntos. Seguido de la variable Calidad precio referente a Calidad del servicio con 0.635 puntos (Tabla 2).

Tabla 2: Correlaciones Tau_B Kendall Bivariado

Opinión de los Huéspedes Respecto de:		Calidad-Precio	Ubicación del Hotel	Confort del Hotel	Calidad de las Habitaciones	Limpieza de Instalaciones del Hotel	Calidad del Servicio	Competitividad
Calidad-precio	Coeficiente de correlación	1.000	0.345**	0.472**	0.546**	0.547**	0.635**	0.656**
	Sig. (bilateral)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	337	337	337	337	337	337	337
Ubicación del hotel	Coeficiente de correlación	0.345**	1.000	0.293**	0.412**	0.430**	0.403**	0.462**
	Sig. (bilateral)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	337	337	337	337	337	337	337
Confort del hotel	Coeficiente de correlación	0.472**	0.293**	1.000	0.514**	0.510**	0.512**	0.712**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	337	337	337	337	337	337	337
Calidad de las habitaciones	Coeficiente de correlación	0.546**	0.412**	0.514**	1.000	0.638**	0.581**	0.701**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	337	337	337	337	337	337	337
Limpieza de las instalaciones del hotel	Coeficiente de correlación	0.547**	0.430**	0.510**	0.638**	1.000	0.626**	0.657**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	337	337	337	337	337	337	337
Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	0.635**	0.403**	0.512**	0.581**	0.626**	1.000	0.682**
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	337	337	337	337	337	337	337
Competitividad	Coeficiente de correlación	0.656**	0.462**	0.712**	0.701**	0.657**	0.682**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). En ésta Tabla se presenta las Correlaciones Tau_b Kendall, los valores que más se correlacionaron con la variable Competitividad fueron la variable Confort del Hotel con un coeficiente bastante significativo de 0.712 puntos, seguido de la variable Calidad de las Habitaciones con un coeficiente de 0.701 puntos, y en tercer lugar un coeficiente de 0.682 respecto a la Calidad del Servicio. Resultados que confirman las investigaciones de Camison (2004), Del Toro (2011), Rodriguez, et.al. (2012).

El contraste realizado con la Regresión Ordinal, permite dar forma a la dependencia de una respuesta ordinal politómica sobre un conjunto de predictores, que pueden ser factores o covariables. A continuación el análisis a través de los estadísticos: Negelkerke, Cox y Snell y McFadden.

Tabla 3: Matriz del Coeficiente de Determinación Pseudo R-Cuadrado Bivariado Negelkerke

IVariables	Calidad Precio (Capacidad)	Ubicación del H. (Recurso)	Confort del H. (Recurso)	Calidad Habitaciones (Recurso)	Limpieza de Instalaciones (Capacidad)	Calidad Servicio (Capacidad)	Competitividad
Calidad precio	1.000	0.199	0.479	0.493	0.433	0.560	0.734
Ubicación	0.211	1.000	0.236	0.284	0.270	0.238	0.503
Calidad descanso	0.286	0.115	1.000	0.343	0.312	0.320	0.724
Habitaciones	0.430	0.258	0.448	1.000	0.513	0.440	0.741
Limpieza	0.442	0.256	0.496	0.587	1.000	0.501	0.710
Servicio	0.564	0.234	0.486	0.529	0.502	1.000	0.752
Competitividad	0.612	0.344	0.719	0.828	0.605	0.641	1.000

En ésta Tabla se presenta la correlación entre las variables independiente (recurso/capacidad) y la variable dependiente (competitividad). Aplicando el coeficiente de determinación Pseudo R2 bivariado Negelkerke, podemos observar la mayor correlación entre la variable "Calidad de habitaciones" y Competitividad con 0.828, respecto de las otras variables analizadas. Estos resultados coinciden con las propuestas de investigadores como: Camisón (2004), Santamaria y Cadrazco (2011), Benavides (2012).

Tabla 3A: Matriz del Coeficiente de Determinación Pseudo R-Cuadrado Bivariado Cox y Snell

	Calidad Precio (Capacidad)	Ubicación del H. (Recurso)	Confort del H. (Recurso)	Calidad Habitaciones (Recurso)	Limpieza de Instalaciones (Capacidad)	Calidad Servicio (Capacidad)	Competitividad
Calidad precio	1.000	0.182	0.438	0.452	0.396	0.513	0.672
Ubicación	0.177	1.000	0.198	0.238	0.226	0.200	0.422
Calidad descanso	0.267	0.107	1.000	0.320	0.292	0.299	0.677
Habitaciones	0.392	0.236	0.410	1.000	0.469	0.420	0.677
Limpieza	0.391	0.226	0.439	0.519	1.000	0.443	0.628
Servicio	0.510	0.212	0.440	0.479	0.454	1.000	0.680
Competitividad	0.608	0.392	0.714	0.823	0.601	0.637	1.000

En ésta Tabla se presenta la correlación entre las variables independiente y dependiente. Aplicando el coeficiente de determinación Pseudo R2 bivariado Cox Snell, podemos observar la mayor correlación entre la variable "Calidad de habitaciones" y "Competitividad" con 0.823. De la misma forma, estos resultados coinciden con las propuestas de investigadores como: Camisón (2004), Santamaria y Cadrazco (2011), Benavides (2012).

Tabla 3B: Matriz del Coeficiente de Determinación Pseudo R-Cuadrado Bivariado Mc Fadden

VARIABLES	Calidad Precio (Capacidad)	Ubicación del H. (Recurso)	Confort del H. (Recurso)	Calidad Habitaciones (Recurso)	Limpieza de las Instalación (Capacidad)	Calidad Servicio (Capacidad)	Competitividad
Calidad precio	1.000	0.081	0.234	0.244	0.205	0.292	0.451
Ubicación	0.107	1.000	0.121	0.149	0.141	0.122	0.301
Calidad descanso	0.114	0.042	1.000	0.142	0.127	0.130	0.415
Habitaciones	0.203	0.110	0.215	1.000	0.258	0.210	0.462
Limpieza	0.230	0.119	0.268	0.339	1.000	0.271	0.458
Servicio	0.304	0.101	0.246	0.277	0.258	1.000	0.486
Competitividad	0.183	0.082	0.245	0.339	0.180	0.198	1.000

En ésta Tabla se presenta la correlación entre las variables independiente y dependiente. Aplicando el coeficiente de determinación Pseudo R2 bivariado Mc Fadden, podemos observar una mayor correlación de la variable "Calidad de habitaciones" y "Competitividad" con 0.339.

De los resultados obtenidos con la Regresión Ordinal se pudo observar que de los tres estadísticos utilizados (Cox y Snell, Negelkerke y McFadden) los coeficientes de determinación muestran que las variables independientes (recursos y capacidades) tienen una relación estrecha con la variable dependiente (competitividad) (Tablas 3, 3A y 3B). Así, se puede destacar que la correlación más elevada de la variable dependiente Competitividad en relación a la independiente Calidad de las Habitaciones (Recursos) en el coeficiente del Pseudo R² le corresponde a los estadísticos Negelkerke con 0.828 puntos, seguido de Cox y Snell con 0.823 puntos (Tablas 3 y 3A). En segundo lugar los resultados muestran que las variables Confort del Hotel (Recursos) con 0.719 puntos y Calidad del Servicio (Capacidades) con 0.641 en sus coeficientes de determinación, (Tabla 3), también son bastante significativos.

Estos resultados son congruentes con los trabajos realizados por: Fernández y Suárez (1996), Benavides (2012), Santamaria y Cadrazco (2011), respecto a la "Calidad-precio". Santamaria y Cadrazco (2011),

respecto al “Confort del hotel”. Serrato et al. (2010), Santamaria y Cadrazco (2011), respecto a la “Ubicación del hotel”. Benavides (2012), Camisón (2004), respecto a la “Calidad de las habitaciones”. Del Toro (2011), respecto de la “Limpieza de las instalaciones”. Moreno y Coromoto (2009), Santamaria y Cadrazco (2011), respecto de la “Calidad de servicio”, y, Andrews (1977) y Herzog (2001). Respecto de la “Competitividad y el Sector hotelero”.

CONCLUSIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo la revisión de la literatura y los objetivos enmarcados en el diseño y análisis de los datos de esta investigación, se desprenden las siguientes conclusiones: En respuesta a la pregunta que se plantea esta investigación: ¿Cuáles son las principales capacidades y recursos que afectan la competitividad de las empresas hoteleras en la ciudad de Morelia? Los resultados alcanzados muestran evidencia de correlación de las variables analizadas bastante significativas (Tabla 2). Es decir, los valores del estadístico Tau_b Kendall exponen que la Competitividad está correlacionada con las variables independientes (Capacidades), tales como Calidad Precio, la cual presenta un valor de 0.656 puntos, seguido de Limpieza de las Instalaciones con 0.657 y la variable de Calidad del Servicio con una correlación de 0.682 puntos. Por lo que los resultados alcanzados tienen relación con las proposiciones planteadas por autores como: Andrews (1977); Herzog (2001) y Bueno y Morcillo (1993) en el que señalan que la competitividad de las empresas depende de sus recursos y capacidades.

De modo que los resultados también se relacionan con lo expresado en la Tabla 1, en la cual autores como: Moreno y Coromoto (2009), Santamaria y Cadrazco (2011) y García et al. (2011) apuntan que las variables analizadas son capacidades localizadas en la gestión hotelera. En el caso del coeficiente Pseudo R² los resultados muestran valores de igual forma bastante significativos. En la variable Calidad del Servicio el puntaje asciende a 0.641 (Tabla 3), seguidos de la variable Calidad Precio con un coeficiente de 0.612 puntos, y 0.605 puntos de la variable Limpieza de las Instalaciones. Concretamente, los datos favorecen a los planteamientos de autores como Rodríguez et al. (2012) y Alves et al. (2012), entre otros, quienes han señalado que este tipo de capacidades son inherentes a este sector que desde hace mucho tiempo está comprometido con la calidad de sus servicios (Tabla 1). Es decir, existe por parte de los citados autores un análisis donde la variable Calidad del Servicio es considerada como una capacidad de la empresa. Lo cual puede ser indicativo, que los resultados alcanzados son fundamentales para el nivel de Competitividad de las empresas hoteleras de acuerdo a lo expuesto por autores como García de León (2013) quien apunta que el valor de los intangibles en este tipo de organizaciones crea precisamente la Ventaja Competitiva (Tabla 1).

Siguiendo con la respuesta a la pregunta formulada, en relación a los principales recursos que afectan a la competitividad de las empresas hoteleras de la ciudad de Morelia, los hallazgos obtenidos a partir del estadístico Tau_b Kendall indican que las variables como Ubicación del Hotel con 0.462 puntos, Confort del Hotel con un coeficiente de 0.712, y Calidad de las Habitaciones con 0.701 puntos, están correlacionados con la variable Competitividad (Tabla 3). Esto es, los datos favorecen lo que propone la literatura en cuanto a que las variables analizadas son Recursos de la industria hotelera de acuerdo a Santamaria y Cadrazco (2011); Serrato et al. (2010); Benavides (2012) y Camisón (2008) y tienen correlación con la Competitividad de la empresa (Andrews, 1977; Herzog, 2001; Bueno y Morcillo, 1993) (Tabla 1). Entre tanto, los estadísticos de Pseudo R² muestran que en variables como Calidad de las Habitaciones le corresponde un coeficiente de 0.828 puntos de acuerdo a la Tabla 3; a diferencia del primer contraste del estadístico Tau_b Kendall en el que dicha correlación la pone en segundo plano. Respecto a variables como el Confort del Hotel presenta un coeficiente bastante significativo de 0.719 puntos (Tabla 3), seguido de la Ubicación del Hotel con 0.392 puntos (Tabla 3 A). Estos resultados también aportan datos que confirman lo expresado en la literatura dado que autores como Serrato et al. (2010) considera que la infraestructura de hoteles tiene como objetivo promover la competitividad Internacional de las empresas hoteleras de México, entre otras (Tabla 1).

Por lo que a la luz de los hallazgos obtenidos en esta investigación, podemos decir que se aportan datos a favor de la literatura en cuanto que las variables estudiadas como: Calidad del Servicio, Calidad Precio y Limpieza de las Instalaciones son capacidades de las empresas analizadas; así como las variables Ubicación del Hotel, Confort del Hotel y Calidad de las Habitaciones son recursos de que disponen, y a su vez son dependientes de la Competitividad. Sin embargo, consideramos que no son las únicas que tienen esta característica debido a que es necesario realizar investigaciones de campo en los que también se incluyan variables como: tipo de certificaciones, categoría de los hoteles, prestigio de la cadena, etc.

Por otro lado, se admite que los medios utilizados para alcanzar los resultados son limitados. En referencia a la muestra de hoteles, no es posible generalizar los datos a toda la población de hoteles registrados en las bases de datos consultadas, debido a que sólo se analizaron los datos de empresas registradas en Morelia, y por tanto, los resultados sólo pueden ser extrapolables a estas últimas. Finalmente, cabe destacar que para futuros estudios es recomendable analizar otras variables que pueden incidir en la competitividad, tales como el nivel de ocupación en distintas temporadas vacacionales, nivel de rentabilidad, tecnología, cultura organizacional, clima organizacional y las mencionadas en el epígrafe anterior como las certificaciones, prestigio de la cadena, entre otras.

REFERENCIAS

Alves, T.T.; Marreiro, D.M.; y Duarte, A. M.A (2012): “Competencias y Habilidades de los Gestores de Hoteles de lujo y súper lujo. Un estudio de caso en el Polo Turístico Vía Costeira, Natal, Brasil”. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 21, pp.604-620.

Andrews, K. R. (1977): *El concepto de estrategia*. Pamplona: EUNSA. [La obra original ha sido publicada con el nombre *The concept of corporate strategy*. Homewood: Dow-Jones-Irwin, 1971].

Barney, J. B. y Ouchi, W. G. (1986): *Organizational economics*. San Francisco: Jossey Bass.

Benavides Chicón, C. G. (2012): *Calidad Y Productividad En El Sector Hotelero Andaluz*.

Bueno, E. y Morcillo, P. (1993): “Aspectos estratégicos de la competitividad empresarial”: Un modelo de análisis. *Anales de Economía y Administración de Empresas*, pp.29-47.

Camisón, C. (2004): “El papel de los sistemas de acreditación y certificación de calidad”. *Estrategias de Calidad Turística*. Caja Rural Intermediterránea. España.

Caro, J. M.; Leyva, M.C.; y Vela, M.R. (2011): “Calidad de las Tecnologías de la Información y Competitividad en los Hoteles de la península de Yucatán”. *Revista Contaduría y Administración*, No. 235, septiembre-diciembre, pp. 121-146.

Coase, R. H. (1937): “The nature of the firm”. *Económica*, Vol. 4, N. 16, noviembre, pp. 886-905. Existe traducción al castellano en Cuervo, A. et al., Eds. (1979).

Collis, D. J. (1994): “How valuable are organizational capabilities?”, *Strategic Management Journal*, Vol.15, pp.143-152.

Del Toro, S.M. (2011): “La limpieza y el confort higiénico en los hoteles”. *Revista electrónica de la Agencia de medio Ambiente*. No. 21, pp.1-6.

Eisenhardt, K.M. (1989): “Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14, pp.532-550.

Eisenhardt, K.M. (1989): "Building Theories from Case Study Research". *Academy of Management Review*, Vol. 14, No. 4, pp. 532-550.

Fernández, Z. y Suárez, I. (1996): "La estrategia de la empresa desde una perspectiva basada en los recursos". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 5, N. 3, pp.73-92.

Forum (2012): Foro Económico Mundial de Turismo, Consultado en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_ASEAN_Report_2012.pdf, Recuperado el 13 de Mayo de 2015.

García de León, S. (2013): "Strategic Importance of Intangible Assets in the Hotel Industry". *Revista HOSPITALIDAD-ESDAI*. Enero-Junio, pp. 1-20.

García, V.G.; González, V.M.; Rodríguez, V.; y Pupo, G.B.(2011): "Metodología para la determinación del rumbo estratégico de entidades hoteleras". *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*. Vol. 4, No. 10, (Julio/julho) pp.1-24.

Gaspar, A.M.; Aparecido, D.S.; Fernández, P.E.; y León, D.D. (2013): "Diferenciación de la atención virtual como factor de ventaja competitiva en hoteles resort en Brasil". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Volumen 22 pp. 251-275.

Grant, R. M. (1991): "The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation". *California Management Review*, primavera, pp.114-135.

Grant, R. M. (1996): *Dirección estratégica. Conceptos técnicas y aplicaciones*. Madrid: Civitas.

Hansen, G.& Wernerfelt, B. (1989): Determinants of firm performance: The relative importance of economic and organizational factors. *Strategic Management. J.* 10 10, pp. 399-411.

Garrido, A.; y Padilla, M.A. (2011): "El CRM como estrategia de negocio: desarrollo de un modelo de éxito y análisis empírico e el sector hotelero español". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 20, pp.101-118.

Gazzera, M. A., & Vargas Martinez, E. E. (2009): "El valor de los intangibles en las empresas prestadoras de servicios turísticos-caso hotelería en Toluca, México". *Gest. tur.(Valdivia)*, 9-26.

Guerrero, C., & Narváez G., (2013). "Las Competencias: Una propuesta conceptual hacia la unificación multidimensional en el contexto de los Recursos Humanos". *European Scientific Journal*, Special Edition. ISSN: 1857 7881, e-ISSN 1857-7431, Vol. 4, pp. 391- 402).

Herzog, L. T. (2001): "Aproximación a la ventaja competitiva con base en recursos". *Boletín de Estudios Económicos*, Vol. LVI, N.172, pp. 5-21.

ITESM (2012), *Índice De Competitividad Turística De los Estados Mexicanos*.

Jiménez, M. (2008): "Las cadenas hoteleras en el mundo y evolución de su operación en México al inicio del siglo XXI". *INNOVAR/Sociología*, Vol. 18, No. 32, julio-diciembre pp. 167-194.

Mahoney, J. T. y Pandian, J. R. (1992): "The resource-based view within the conversation of strategic management". *Strategic of Management Journal*, Vol. 13, pp.363-380.

- Monfort, V. M. (2002): “Estrategia competitiva y desempeño en la industria hotelera costera: Evidencias empíricas en Benidorm y Peñíscola”. *Cuadernos de Turismo. Universidad de Murcia*, No. 10, julio-diciembre, pp.7-22.
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2009). “Expectativas y percepciones del turista sobre el servicio hotelero”, *Revista FERMENTUM*, No. 55, mayo-agosto, pp. 331–364.
- Nelson, R. R. y Winter, S. (1982): *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge: Belknap Press.
- Penrose, E. T. (1962): *Teoría del crecimiento de la empresa*. Madrid: Aguilar. [La obra original ha sido publicada con el título *The Theory of the growth of the firm*, Blackwell. Oxford, 1959].
- Peteraf, M. (1993): “The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view”. *Strategic Management Journal*, Vol. 14, No. 3, pp. 179-191.
- Porter, M. E. (1982): *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: CECSA. [La edición original de esta obra es del año 1980, con el título *Competitive strategic*].
- Regalado, O., y Viardot, E. (2002). *El Futuro De La Desintermediacion En Los Servicios Turísticos: ¿Una Evolución En Las Competencias? Documento de Trabajo*. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle>. Recuperado el 15 de Mayo de 2015.
- Robinson, J.V. (1933-1969): *The Economies of Imperfect Competition*, Istand 2d eds. London: Macmillan.
- Rodríguez, F.O.; Grzabel,P.V.; y Noguez, T. L. (2012): “Determinació de Precios en la Industria de la Hotelería”. *Revista del Instituto Internacional de Costos, Educación Especial XII Congreso*, abril pp.1-17.
- Rumelt, R. P. (1991): “How much does industry matter?”. *Strategic Management Journal*, N. 12, pp. 167-185.
- Santamaría, E. A. y Cadrazco, P. W. (2011): “Matriz de la inteligencia hotelera-mih. Una propuesta para el mejoramiento de la calidad en la prestación del servicio hotelero”. *Revista Pensamiento y Gestión*. No. 31, pp. 1-6.
- SCH, (2015): *Sistema de Clasificación de Hoteles*. Consultado en: <http://www.conacytprensa.mx/index.php/tecnologia/tic/2179-sistema-de-clasificacion-hoteler>. Recuperado el 13 de Mayo de 2015.
- Selznick, P. (1962): *El mando en la administración: Una interpretación sociológica*. Madrid: Imprenta Nacional del Boletín Oficial del Estado. [La obra original ha sido publicada con el nombre *Leadership in administration: A sociological interpretation*. Nueva York: Harper & Row, 1957].
- Serrato, M. A., Tello, J. M., García, S. A., Castillo, J. C. D. L. C., & Gómez, K. D. (2010): Índice De Competitividad Turística De Los Estados Mexicanos. *Annals of Physics*, 1–163.
- Suárez, J. e Ibarra, S. (2002): “La teoría de los recursos y las capacidades. Un enfoque actual en la estrategia empresarial”. *Anales de Estudios Económicos y Empresariales*, N. 5, pp. 63-89.

Stigler, G. J. (1968): "The organization of industry". Chicago, Il: University of Chicago, Press.

Teece, D. J. (1982): "Towards an economic theory of the multiproduct firm". *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 3, N.1, pp. 39-63.

Wernerfelt, B. (1989): "From critical resources to corporate strategy". *Journal of General Management*, Vol. 14, N.3, pp. 4-12.

Wernerfelt, B. y Montgomery, C. (1986): "What is an Attractive Industry", *Management Science*, Vol. 32, pp.1223-1230.

Williamson, O. (1975): *Markets and Hierarchies*. Free Press, New York.

BIOGRAFÍA

Germán Aníbal Narváez Vásquez, es Doctor en Ciencias en Negocios Internacionales. Profesor Investigador y Coordinador de Investigación para la Carrera de Gestión Empresarial de la Facultad de Administración de la Universidad de Guayaquil y para el Instituto de Formación e Investigaciones Jurídicas de Michoacán. Se puede contactar en Correo: german.narvaezv@ug.edu.ec

Julio Cuauhtémoc Guerrero Dávalos es Doctor en Organización y Dirección de Empresas de la Universidad Rovira i Virgili, España. Profesor investigador de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Integrante del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I, perteneciente a CONACYT. Se puede contactar en el Edificio A2 de la Escuela de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH, Morelia, Michoacán-México. Correo: cmgj6819@hotmail.com

Otto Villaprado Chávez, es Master en Comercio Electrónico del Instituto Tecnológico de Monterrey. Diplomado en Seguridad de Información Universidad Pontificia Bolivariana de Colombia. Decano de la Facultad de Administración de la Universidad de Guayaquil. Se puede contactar en Correo: otto.villapradoch@ug.edu.ec