

Caracterización de los factores de competitividad del sector restaurantes del municipio de Yopal

Characterization of competitiveness factors in the restaurants sector in Yopal

Traducción español-inglés
a cargo de:
Mg. Lic. Renson Iván Vega Suárez
Docente Planta
Instituto de Idiomas
UNISANGIL

Yeiny Liset Sierra Umaña¹, Yadhil Marelvy Cely Riveros²,
Yanithza Julieth Bonilla Bernal³, Sandra Mildred Millán Tabaco⁴
Fundación Universitaria de San Gil, UNISANGIL
Yopal, Casanare

Resumen

El presente documento pretende realizar una breve descripción de los factores internos asociados a la competitividad de los restaurantes del municipio de Yopal como: talento humano, recursos tecnológicos, infraestructura, servicio, comercialización, recursos organizativos y estrategias, por medio del diseño metodológico cuantitativo de tipo descriptivo el cual permite establecer las pautas de comportamiento que tiene este sector y de esta manera definir los componentes que le permitirán tener un desarrollo económico sustentable para los años próximos.

Palabras claves: restaurante, sector, factores, servicio, desarrollo, competitividad

¹ Magister en Estudios y Gestión del desarrollo. Universidad de la Salle, Colombia. Correo-e: ysierra@unisangil.edu.co

² Estudiante de Administradora de Empresas, Fundación Universitaria de San Gil, UNISANGIL Sede Yopal

³ Estudiante de Administradora de Empresas, Fundación Universitaria de San Gil, UNISANGIL Sede Yopal

⁴ Estudiante de Administradora de Empresas, Fundación Universitaria de San Gil, UNISANGIL Sede Yopal

Abstract

This document aims to provide a brief description of the internal factors associated with the competitiveness of restaurants in the municipality of Yopal, such as: human resources, technological resources, infrastructure, service, marketing, organizational resources and strategies. This is done by means of a descriptive-type methodological quantitative design which allows establishing the patterns of behavior that this sector shows and thus defining the components that will allow a sustainable economic development for the coming years.

Keywords: restaurant, sector, factors, service, development, competitiveness.

Los restaurantes tienen una alta participación dentro de la economía de la región, y suple una demanda local que exige encontrar en su compra diversidad, calidad e innovación en el servicio; factores que hacen parte de la competitividad empresarial. Ser competitivo es un indicador que determina el crecimiento y desarrollo de los sectores de la economía de la región; sin embargo, el precio no puede establecerse como el principal o único indicador. Para abordar los aspectos competitivos, se debe ir más allá; a través un enfoque metodológico que permita ampliar y evaluar más objetivamente a la hora de caracterizar cada factor que hace parte de la competitividad. Por lo tanto, este artículo hace un análisis de la competitividad del sector restaurantes a través de los factores internos asociados a: talento humano, recursos tecnológicos, infraestructura y servicios, comercialización, recursos organizativos y empresas y sostenibilidad ambiental y sociocultural, los cuales muestran un panorama del sector y sus grandes debilidades en temas de competitividad del municipio de Yopal.

Fundamento teórico

El desarrollo regional depende de los procesos que promuevan o mejoren la productividad en los sectores económicos y promuevan competitividad. Fajnzylber define esta última como “la capacidad de un país para sostener y expandir su participación en los mercados internacionales y elevar simultáneamente el nivel de vida de su población. Esto exige el incremento de la productividad y, por ende, la incorporación de progreso tecnológico” (1988, pág. 7). Es decir que una región tiene un grado de competitividad en la medida en que su productividad abarque variables sociales y ambientales o que se reflejen en incremento de la calidad de vida de las personas; pero es un proceso en el que el la

innovación y la tecnología se convierten en los factores más relevantes a la hora de alcanzar objetivos competitivos.

La inserción tecnológica fue adoptando un punto importante a la hora de hablar en términos crecimiento económico. Para Schumpeter “la fuerza fundamental, que mueve la producción capitalista, y al sistema como un todo, la causante de sus procesos de transformación constante, en una palabra, de su desarrollo económico, es el fenómeno tecnológico y con él, el proceso de innovación tecnológica (Suarez, 2004). Abramovitz (1952) plantea que “la formación de capital y el progreso técnico están relacionados y son el resultado de las fuerzas económicas como la inversión, el ahorro, la educación y la salud” (Caro, 2004); pero también ese progreso es el resultado de procesos de innovación que se adelanta en las relaciones económicas. La CEPAL afirma que “la capacidad de un país de participar del comercio y el crecimiento mundial depende de su capacidad para innovar en los campos tecnológico, social y organizacional” (2016, pág. 5); innovación entendido como, “un proceso generador de un cambio endógeno que arroja como resultado productos o procesos implementados por primera vez en el mercado y que son tecnológicamente nuevos o significativamente mejorados y nacen del avance en conocimiento del entorno, el mercado y las instituciones a toda escala.” (Caro, 2015).

Estos procesos suponen también un reto y una necesidad para que las regiones avancen de forma rápida frente a un contexto globalizado, en el que exige cambios y/o transformaciones con mayor grado de especialización. Las empresas se convierten en la unidad económica más importante a la hora de enfrentar retos que los mercados proponen, esto reflejado en el incremento de relaciones comerciales bajo parámetros cambiantes que las compromete a ser agentes de cambio en temas de innovación y tecnología, apostándole a la productividad y competitividad. De hecho, dentro de la parte administrativa de las empresas se habla de la planeación tecnológica (PT), lo que para Domínguez y Márquez (2010) sería una relación entre estrategia tecnológica (ET) y la tecnología estratégica (TE); para los autores, la primera aborda unos aspectos más externos de la empresas tales como, la permanencia, sus recursos (tecnología), el proceso de implantación y el medio ambiente que le rodea; la segunda aduce a factores internos asociados al ciclo de vida tecnológico y la competencia tecnológica (educación tecnológica).

La planeación Tecnológica se convierte entonces en la base de la productividad, definida esta última como “la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación, la

productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados” (Jiménez & Castro, 2009); la tecnología e innovación a través de una planificación empresarial, permiten que las empresas alcancen objetivos organizativos y respondan a una demanda nacional e internacional con enfoque competitivo y globalizado.

Dentro del proceso de globalización, exige que todos los sectores económicos se fortalezcan para responder a una dinámica de integración mundial que requiere actores con perfil competitivo. De hecho, la exigencia de los ciudadanos destinatarios de los servicios demanda que las empresas avancen con mayor rapidez en procesos que garanticen productividad, pero además respondan a generen impacto de sostenibilidad social y ambiental.

El sector turístico dentro de la competitividad.

El sector del turismo ha sido uno de los sectores más representativos en la economía mundial, su impacto también se visualiza en variables sociales, apostándole entonces a un enfoque de desarrollo económico, social y sustentable. Para Ventura “para los años 1960 y 1970 la expansión del turismo en regiones en desarrollo creó expectativas optimistas de que las actividades relacionadas con el turismo promovieran el desarrollo de las poblaciones locales” (2011, pág. 2) lo que para Quintero sería un componente fundamental del consumo en los países en desarrollo, pues dependen cada vez más de esta actividad económica como fuente principal de empleo y propulsor de la economía (2004, pág. 265), para el autor es necesario que el fortalecimiento del sector turístico orientado a la competitividad, a través de relaciones con los diferentes agentes económicos además considerando factores tales como:

La existencia de una política turística que planifique y oriente la actividad turística en función del desarrollo económico; el volumen del gasto turístico en el lugar del destino; el tamaño de la base económica en el área de destino; La naturaleza de las ofertas y atractivos para los turistas; y el grado de ajuste a la estacionalidad de la demanda turística (2004, pág. 267)

En Colombia se ha venido fortaleciendo las actividades económicas que se relacionan con el turismo; de ahí que según el Plan Sectorial de Turismo “el Producto Interno Bruto de los servicios de hotelería y restaurantes después de minas, construcción, servicios financieros y transporte fue uno de los sectores de

mayor crecimiento de 2010 a 2013, lo que representó 0,7 puntos porcentuales por encima del total nacional” (2014, pág. 16).

Para el caso de los restaurantes, entendido este último como “establecimientos gastronómicos, bares y similares aquellos establecimientos comerciales en cabeza de personas naturales o jurídicas cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios” (Ley 300 de 1996) a través Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 004 (2008) se especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica de los establecimientos gastronómicos y los bares, para la obtención de certificado de calidad turística. La norma define los principales conceptos que promueve la norma, tales como: principios de sostenibilidad, aspectos ambientales, impacto socio-cultural e impacto económico, sostenibilidad, política de sostenibilidad entre otros. Define además los requisitos de sostenibilidad, asociados a los requisitos legales, ambientales, socio-culturales y económicos. Cada uno transversaliza la inserción de la tecnología e innovación a cada uno de los procesos o acciones, así como el diseño de programas para el mantenimiento preventivo a la infraestructura. Para la obtención de la certificación la norma establece que lo establecimientos debe contar con el 100% de los requisitos.

Metodología

La investigación se realizó bajo método cuantitativo de tipo descriptivo que según Hernandez “busca la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar

teorías” (2014, pág. 4). Para ellos se aplicó una encuesta como instrumento principal en la que se tuvo en cuenta variables asociadas a las dimensiones de Infraestructura, tecnología e innovación. La población a tener en cuenta es de 312 restaurantes registrados en la Cámara de Comercio según el código CIU I-56 referente a expendio de comidas preparadas; con una muestra poblacional de 172 restaurantes, sujeto a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nr^2Z^2}{(N-1)e^2 + r^2Z^2}$$

N: Población

Z= Nivel de confianza

$e =$ (margen de error)

$r =$ desviación estándar.

$$n = \frac{312 * 0.5^2 * 1.96^2}{(312 - 1) * 0.05 + 0.5^2 * 1.96^2} = 172$$

Etapas -Recolección información.

1. Identificación de los actores (Restaurantes), determinando los criterios de participación para el estudio. Para este punto se tendrán en cuenta a profesionales en gastronomía, representante de los restaurantes, Clúster Manager representante de la academia UNISANGIL.

2. Socialización de la propuesta del estudio a los actores (Gerentes de restaurantes), actividad que pretende visibilizar los objetivos del mismo y los alcances para las empresas involucradas y para la región.

3. Diseño de la encuesta y prueba piloto.

4. Recolección de la información a gerentes de restaurantes o representantes legales, que generen información idónea sobre los factores a evaluar de cada Restaurante.

5. Elaboración de documento final.

6. Socialización de resultados del estudio a grupos de interés.

Resultados

De acuerdo a la caracterización de los factores internos y externos de competitividad de los restaurantes de Yopal, la mayor concentración de restaurantes en la ciudad de Yopal se encuentra en la zona urbana con un 88.97% seguido de la zona rural con una participación del 11.03%.

El tipo de gastronomía más empleada por los restaurantes de Yopal es la Nacional con un 96%, demostrando así que la más ofertada es la comida llanera reflejado en un 67%. También se evidenció que prestan sus servicios todos los días con un porcentaje del 74%, enfatizando su atención en dos de los servicios con un 65%, ofreciendo además productos adicionales como jugos naturales.

Se identificó que el 99% del personal contratado en los restaurantes son permanentes, de los cuales el 54% no están afiliados al sistema de seguridad social. Además, el personal sólo cuenta con un nivel de escolaridad que es el bachillerato representado con el 73%, demostrando que el nivel de conocimiento es bajo y que en su gran mayoría no se cuenta con una segunda lengua. También

Competitividad de los restaurantes en Yopal, Casanare

los empresarios capacitan su personal en manipulación de alimentos por requerimiento de la Alcaldía Municipal de Yopal.

Los restaurantes no usan ninguna herramienta tecnológica con un 42%, resaltando también que la opción que más les brindan a sus clientes como alternativa de pago es en efectivo con un 95%. Los empresarios no están planeando hacer ningún tipo de inversión tecnológica en lo que resta del año con un 90%.

De acuerdo a la caracterización de los factores internos y externos de competitividad de los restaurantes de Yopal, la mayor concentración de restaurantes en la ciudad de Yopal se encuentra en la zona urbana con un 88.97% seguido de la zona rural con una participación del 11.03%.

Se halló que la capacidad de los restaurantes en números de cubiertos con un porcentaje mayor es de 41% con capacidad entre 21 y 40 cubiertos. Se evidenció que en los últimos años han realizado mejoras y adecuaciones en un 57%, demostrando además que no prestan servicios para eventos en un 74%, interesados en brindarles a sus clientes comodidad con la instalación de pantallas de videos en sus establecimientos con un 72,8%, también servicios de baños y lavamanos.

Los restaurantes no están empleando ningún sistema de comercialización con un 79%, tampoco emplean herramientas de promoción virtual o gestión de negocios con un 65%. Están más interesados en innovar sus productos en un 67,6% y consideran que las temporadas del año son un factor determinante en su nivel de ventas con un porcentaje de 79%. Además de ello el 83% no utilizan un mecanismo para la procedencia de sus clientes. Realizan promociones para el día de la madre y del padre.

El 74% de los establecimientos no cuentan con una estructura organizacional definida, ni les hacen seguimiento y control en un 76% y no desarrollan estrategias consistentes.

Se encontró que la practica ambiental más empleada es la de ahorro de agua con un porcentaje del 54%. Cuentan con emisiones atmosféricas con un 68%, siendo controladas con un porcentaje también del 68%. Generan espacios de promover el consumo de alimentos regionales en un 60%, pero al momento de prestar sus servicios no contratan muestras culturas en un 86%. No implementan los requisitos de la norma de sostenibilidad ambiental NTS-TS 004.

No tienen relaciones con ningún sector comerciales para el desarrollo del turismo con un porcentaje de 82,4%, ni están dispuestos a pagar comisiones para

atraer clientes en un 65%. El origen de sus proveedores es local en un 93%. El factor que más los afecta en sus componentes externos es el alto costo de los servicios públicos.

Conclusiones y discusión

Dentro de la caracterización de los factores competitivos internos de los restaurantes de Yopal, se logró entender por medio de su análisis el estado real del sector, permitiendo identificar ventajas y desventajas que existen y la manera en que se puede empezar a unir esfuerzos para mejorar sus servicios, potencializarlos e impulsarlos a nuevas alianzas comerciales que permitan ser eficientes en el cumplimiento de las expectativas de los clientes y turistas.

Analizando de los factores competitivos internos del sector de los restaurantes de Yopal, deben mejorarse y apuntarse a ser innovadores, contar con herramientas tecnológicas, generar inclusión laboral a sus trabajadores en el sistema de seguridad social, modernizar la infraestructura de sus establecimientos, emplear diferentes sistemas de comercialización, para ser competitivos dentro de la región, pero también deben contar con el apoyo de las instituciones públicas de la ciudad y el departamento como lo son la Alcaldía Municipal, Gobernación de Casanare y la Cámara de Comercio de Casanare con el fin de apoyar, entender y mejorar el panorama del sector frente al gran potencial económico que se puede generar por medio de nuevas alianzas y participación directa del clúster de turismo que se viene fomentando en el municipio.

Bibliografía

- Caro, J. C. (2004). El progreso técnico: una mirada desde el crecimiento y el desarrollo económico. Tunja: Scientia et Technica.
- Caro, J. C. (2015). El progreso técnico: una mirada desde el crecimiento y el desarrollo económico. Tunja: Revista Quaestiones Disputatae-Temas en Debat.
- CEPAL. (2016). Ciencia tecnología e innovación en la economía digital, la situación en América Latina y el Caribe. Chile: CEPAL.
- Congreso de la Republica. (1996). Ley 300 de 1996.
- Fajnzlyber, F. (1988). Competitividad Internacional: evolución y lecciones. Revista de la CEPAL(36), 7-24.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. McGRAW-HILL/ Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- ICONTEC. (2008). Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 004. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Jiménez, J., & Castro, A. (2009). Productividad. Córdoba: El Cid Editor.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 "Turismo para la construcción de la Paz". 16.
- Pineda Domínguez, D., & Torres Márquez, A. C. (2010). Las estrategias y tecnologías estratégicas en la competitividad de las empresas. México DF.
- Pozo Rodríguez, J., Xavierda Gama, M. M., & Rodríguez Cotilla, Z. (2014). La lógica de la planificación empresarial y de la productividad del trabajo. Economía y Desarrollo, 122-137.
- Quintero, J. L. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. ANALES DEL MUSEO DE AMERICA, 265.
- Suárez, M. (2004). Schumpeter, Innovación y Determinismo Tecnológico. Pereira: Scientia et Technica.
- Ventura, V. (2011). El Turismo, su cadena productiva y el desarrollo incluyente en América Latina: Los casos de Brasil y México. Comercio y Crecimiento Inclusivo, pág. 2.