

**Análisis de procesos administrativos como estrategia de competitividad en los grandes hoteles  
de la ciudad de Tecomán, Colima**

*Víctor Aparicio Rosas<sup>1</sup>*  
*Enrique Macías Calleros*  
*Oscar Mares Bañuelos*

**RESUMEN**

La presente investigación se enfocó al análisis del uso del proceso administrativo como estrategia de competitividad en los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima. El objetivo general fue conocer si la utilización del proceso administrativo es la base del éxito de las empresas.

En la ciudad de Tecomán solo existen 6 grandes hoteles registrados en la Cámara Nacional de Comercio del municipio de Tecomán dato aportado por el SARE (Sistema de Apertura de Empresas) del H. Ayuntamiento de Tecomán, que fueron el objeto de estudio de nuestra investigación. Un resultado relevante, es que el proceso administrativo se utiliza como una estrategia de competitividad en los hoteles encuestados, pero que esta estrategia se utiliza según sus necesidades, otro dato importante, es el hecho de que en todos los hoteles encuestados se tienen bien establecidas las funciones de todo el personal.

**Palabras claves:** comportamiento, factores, decisorios.

**ABSTRACT**

The current research would have focused in the analysis of the administrative process used as competence strategy in large hotels in Tecomán, Colima. The main objective was to know the impact of using such strategy as a success in the companies.

SARE (a local system for the companies opening) in the City Hall of Tecomán informed that in the city there are only 6 large hotels registered by the CANACO (which is the institute for the local organization of commercial facilities). Establishing those like study objectives of our research. In order to obtain and to prompt the figures Google Drive application was used.

The conclusion of our statement is the administrative process is used as a competence strategy inside the interviewed hotels making use of it to fulfill their needs.

**Keywords:** behavior, factors, makers, stores, malls, shopping.

---

<sup>1</sup> Universidad de Colima

## Introducción

Los procesos administrativos influyen en la competitividad en industrias globales dinámicas del sector servicios, entre ellos la industria hotelera, en la que se aplican desde los principios del proceso administrativo, hasta la administración total de la calidad (TQM por sus siglas en inglés). Por ejemplo, Álvarez, Fraiz y del Río (2012) encuentran evidencias de impacto positivo en la gestión y resultados de los hoteles tras la implantación de procesos de dirección de empresas en Europa en el sector de alojamiento. Tarí y Pereira (2012) y Pertusa et al. (2013) obtienen que los hoteles con procesos de administración y organización certificados presentan mejoras en los resultados de rentabilidad empresarial respecto de los hoteles no certificados. Más recientemente Sánchez, García y Marchante (2014) encuentran que una mayor especialización empresarial mejora la productividad, donde los procesos propios podrían explicar la mayor eficiencia administrativa.

La administración se ha dedicado principalmente al estudio de las empresas y a la solución de problemas para que esta llegue a un fin. A lo largo de la historia han existido varios autores que han hecho de la administración un objeto de estudio. Uno de los más importantes fue Henry Fayol, ya que él menciona en sus obras, conceptos generalizados sobre la administración y sus procesos. Es importante conocer y estudiar detalladamente el proceso administrativo, porque indica la secuencia de pasos que se deben realizar en una empresa para el logro de objetivos. Uno de los propósitos principales del proceso administrativo es la eficiencia en el desarrollo de las funciones de una empresa.

Retomando lo anterior según Fayol, citado por Claudes y Álvarez (2005): el estudio, análisis y enseñanza de la administración debe enfocarse siempre desde la óptica de sus funciones, mismas que definió como: predicción y planeación, organización, dirección, control y coordinación. Resaltando que estas funciones pueden aplicarse a cualquier empresa. Distintos autores consideran importante la ubicación que tienen las empresas, ya que desempeña un papel en la infraestructura de la empresa, en la preparación de los empleados, la eficiencia operativa, entre otras características que constituyen una ventaja competitiva. El objetivo primordial de la ventaja competitiva es conocer que formas de competir son viables. Con esto concuerda Schaars, (1991), quien menciona que las empresas logran obtener una ventaja competitiva a través de fomentar la innovación, que de acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en la industria, defensivas para crear una posición defendible en la industria, con la finalidad de hacer frente con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión. Por otra parte Hernández (2000), comenta que “la competitividad es la capacidad

de las organizaciones de vender mayor cantidad de productos y servicios, así como mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades”.

Referente a la estrategia Carrión (2007), diserta que se puede entender como un plan (que mira hacia el futuro) como un patrón o modelo (lo realizó el pasado). Las empresas desarrollan planes para el futuro (estrategia proyectada o planificada) y a su vez entienden su pasado (estrategia realmente realizada).

El proceso administrativo reúne un conjunto de técnicas a través de las cuales desarrolla actividades que debe cumplir la empresa, siguiendo un orden sistemático tomando en cuenta las necesidades de las organizaciones. Para desarrollar esta serie de pasos, se consideraron los recursos con que cuenta la organización, así como también el entorno de esta y las necesidades que no debe perder de vista, para poder lograr su meta en el tiempo estipulado o previsto por la organización.

En el presente trabajo, se mencionará la importancia de conocer y aplicar el proceso administrativo en las empresas, buscando simplificar el concepto para una mejor comprensión del mismo así como la forma más sencilla de poder desarrollarlo, inclusive en nuestra vida diaria, ya que lo podemos adaptar para lograr propósitos personales, por medio de la competitividad se podrá demostrar la atracción que se tiene con los clientes, considerando que las estrategias competitivas las podrán tomar como recurso para sus propósitos.

Con lo anterior se pretende lograr la realización de un: Análisis del uso del proceso administrativo como estrategia de competitividad en los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima.

### **Planteamiento del problema.**

Hoy en día son cada vez más grandes las exigencias a las que se ve sometida la sociedad, a la hora de tomar una decisión de compra. Debido a los factores determinantes que influyen en el proceso de la compra como las emociones, la personalidad, el estado de ánimo, las necesidades, el ambiente en el que se desenvuelve, percepción de las diferencias entre las alternativas, precio, disponibilidad de tiempo, la publicidad, el grado de involucramiento y la satisfacción que proporciona innegablemente la adquisición de un servicio o producto.

En consideración al tema de esta investigación se puede poner por ejemplo que para la mayoría de los consumidores se aprecia que en algunos productos básicos la marca tiene habitualmente muchas similitudes. Entonces es por ello que con dificultad un productor puede convencer a los consumidores que su producto es más privilegiado que el de la competencia, debido a esto recurren a la publicidad para activar el reconocimiento genérico de la necesidad y aumentar la demanda primaria. (Blackwell, et al. 2002).

## **Pregunta de investigación**

Los grandes hoteles del municipio de Tecomán cuentan con instalaciones de calidad, esto haría suponer que respecto a los aspectos relacionados a su administración, hacen uso de las herramientas y modelos administrativos para lograr mayor eficiencia en sus funciones. En la presente investigación se considerará el uso que hacen del proceso administrativo y lo que este refleja en los servicios que brinda a los visitantes que acuden a estos establecimientos para su descanso.

Con relación a los servicios, Taylor, citado por Tschohl y Franzmeier (1991), comenta que la mayoría de las empresas no entienden que el servicio al cliente es verdaderamente una acción de ventas. Por tal motivo su proceso administrativo no es el correcto o el adecuado para la organización o está enfocado para otras actividades que creen que son más importantes, como consecuencia, surgen las dificultades dentro de la empresa con los trabajadores y los clientes, disminuyendo así, sus estrategias de competitividad frente a las demás empresas del mismo giro.

Se considera que cuando no se tiene un adecuado proceso administrativo, o no se aplica de manera correcta, la competitividad de la empresa no estará a la altura de las demás empresas de su ramo. Por esta razón se supuso necesario investigar, si las grandes empresas hoteleras de la ciudad de Tecomán, usan un proceso administrativo y si este es aplicado como una estrategia de competitividad que le permita a la empresa funcionar de manera eficiente.

## **Objeto de estudio**

En la actualidad las empresas para subsistir ante una competencia que se incrementa día a día, deben utilizar las herramientas que ofrece una disciplina muy importante para las empresas esta es, la administración, de ella se desprende el objeto de estudio de la presente investigación, que lo representan, tanto la aplicación del proceso administrativo como una estrategia para incrementar la competitividad, así como los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima los cuales se considera que si utilizan el proceso administrativo para lograr mayor eficiencia en la operación de sus organizaciones hoteleras. Mediante esta investigación se pretende analizar el uso del proceso administrativo, verificando si logra incrementar la eficiencia en el servicio brindado, y si esto le permite una ventaja competitiva ante los demás empresarios del mismo giro.

### **Objetivo general**

Analizar el manejo del proceso administrativo como estrategia de competitividad en los grandes hoteles de Tecomán, Colima.

### **Objetivos específicos**

- Identificar las principales estrategias de negocio de los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima, basándose en los factores metas de éxito.
- Determinar el grado en que se explica el desempeño de los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima en las diversas estrategias empleadas para recabar información de los grupos indispensables.

Según Kotler y Armstrong (2014), mencionan que realmente el bombardeo publicitario es de gran beneficio ya que un impacto en el lugar y momento adecuado puede ayudar en la toma de decisión del cliente.

### **Hipótesis de investigación**

El proceso administrativo de cada una de las empresas hoteleras sometidas a esta investigación es diferente, dependiendo de las necesidades que cada una necesita para su funcionamiento interno y externo, manteniendo así a los clientes satisfechos y tener un ambiente laboral apropiado.

Además de que por medio del proceso administrativo, se establecen las estrategias de competitividad que las empresas tienen que seguir para poder mantener un buen nivel de capacidad en comparación de los demás hoteles.

La hipótesis establecida que se origina en la siguiente investigación es:

**H1.** “El proceso administrativo se utiliza como estrategia de competitividad en los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima”.

### **Justificación**

El Valle de Tecomán, Colima, se destaca por su amplia cultura ofreciendo a los turistas una estancia llena de alegría y colorido, teniendo con esto que los hoteles familiares de dicho municipio se tenga el placer de atenderles como ellos se lo merecen. Asumiendo con esto una estrategia de competitividad ante los diferentes hoteles de la zona.

Los hoteles considerados para esta investigación, cuentan con una clasificación de cuatro estrellas, en comparación de las demás empresas que tienen el mismo giro que se encuentran en la región, tienen una ubicación céntrica en el municipio, teniendo con esto una gran vista para los clientes, mismos que por lo regular tienen la necesidad de encontrar un lugar donde descansar o donde poder pasar la noche con la familia, obteniendo con esto, la cercanía de los diversos establecimientos que

los visitantes pueden acudir con la confianza suficiente de tener un momento de diversión con la familia. Aquí me quedé

La razón por la cual se desarrolla este tema, es que se considera una investigación importante para la región, pues poco o nada se ha investigado acerca de este tema en la región de Tecomán, además de poder resaltar la situación que guardan los hoteles familiares más grandes con los que cuenta el municipio de Tecomán, Colima, respecto de la aplicación de estas herramientas y técnicas de la administración y a la vez con esto ayudar a resaltar la imagen de este tipo de hoteles familiares que ayudan a la economía de la ciudad. Así también es significativo destacar que con esta investigación, se desea contribuir con el desarrollo de la competitividad en el sector turístico, con el crecimiento y fortalecimiento de las empresas hoteleras y sobre todo en Tecomán, Colima, que en la actualidad, requiere de una dinámica en lo referente a la competitividad.

## **METODOLOGÍA**

Para la realización de este trabajo de investigación el método que más se ajusta a este estudio es el de tipo descriptivo, lo anterior se fundamenta en que, esta se efectúa normalmente cuando el objetivo es examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado del cual se tienen muchas dudas o que no se ha abordado antes. Se considera adecuado porque este tipo de investigación se aplica en situaciones de reconocimiento y de difusión del problema. Una vez que el problema se define claramente la investigación descriptiva (exploratoria), puede ser útil para la identificación de cursos alternativos de acción.

Cuando se realiza una investigación a un experto en la materia se debe tratar de saber su opinión acerca del sujeto de la investigación así como sus puntos de vista. Se busca saber ¿qué han intentado hacer sin éxito? ¿Qué problemas existen? ¿Cuáles son sus prioridades con respecto a su empresa? Y muchas preguntas similares a estas. De acuerdo con Namakforoosh (2005) “la investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto del estudio.”

Como técnica de investigación en la realización de este estudio se utilizó una investigación mixta. En la investigación documental fue necesaria para la integración del marco teórico, utilizando el método deductivo que de acuerdo con Méndez (2009), “permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas y continúan disertando, esto es, que a partir de las situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general.”

Se utilizaron así mismo fuentes de información secundarias que de acuerdo a Garza (2007), fueron libros que abordaron temas de tipo general y específicos, mismos que fueron de una gran ayuda para

la realización de este trabajo de investigación. Así también se utilizó una revista científica electrónica llamada Redalyc.

Para la presente investigación como técnica de campo se utilizaron fuentes primarias de información tales como, la “encuesta” y un cuestionario dicotómico con preguntas de tipo cerradas que según lo expuesto por Fernández (2004) “las preguntas cerradas son aquellas que facilitan al entrevistado las posibles alternativas de respuesta, aportando las ventajas: Simplifican bastante el trabajo de campo y el análisis de los resultados, evitan dudas de interpretación.”

## **DETERMINACION DE LA MUESTRA**

En la elaboración de este apartado es necesario destacar algunos conceptos relacionados con el mismo, tales como, el universo o población que según Eyssatier (2006), “es un grupo de personas o cosas similares en uno o varios aspectos, que forman parte del objeto de estudio.”

Por otro lado Barragán, Salma, Ayllón, Sanjinés, Larger, Córdova, Rojas (2003), describe que “una muestra es un una parte de la población. En general, mientras más grande es la muestra más representativa será del conjunto poblacional con esto ayudar tener los datos más exactamente posibles.”

Así mismo, Münch y Ángeles (2011), consideran que “el muestreo es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución determinada de características en la totalidad de una población, partiendo de la observación de una parteo subconjunto de población, denominada muestra.”

Para fines de esta investigación básicamente se utilizó la muestra probabilística, en esta todos los elementos de la población tienen las mismas posibilidades de ser escogidos. La principal ventaja es que puede medir el error en nuestras predicciones, utilizando la estadística.

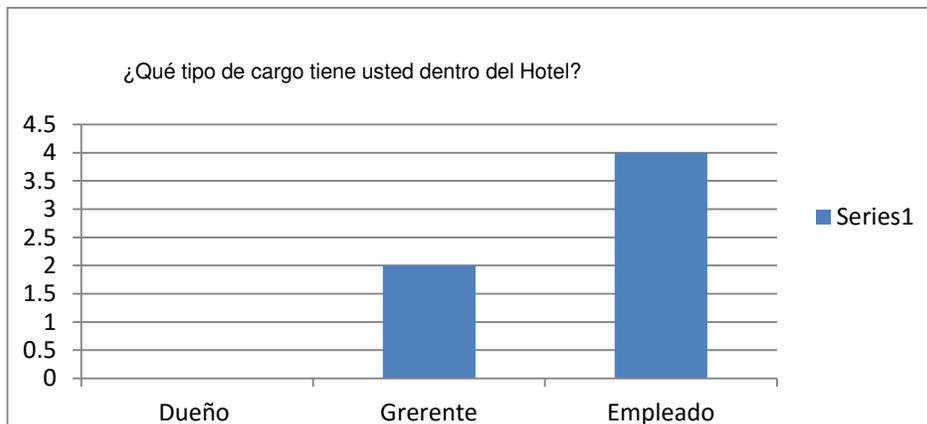
Se dice incluso que el principal objetivo en el diseño de una muestra probabilística es reducir el mínimo este error, al que se le llama error estándar, Gómez (2006). Por lo anterior, para la recopilación de la información de campo no se utilizó fórmula alguna para determinar una muestra, pues la población la integran 20 hoteles, los cuales están registrados en la Cámara Nacional de Comercio del municipio de Tecomán, información proporcionada por el SARE (Sistema de Apertura de Empresas) del Honorable Ayuntamiento de Tecomán, de estos 20, solo 6 hoteles cumplen con las características y requerimientos objeto de esta investigación. Para la captura y realización de las gráficas se utilizó el programa Google Drive, en el cual fueron ingresados los datos obtenidos de las encuestas aplicadas para la investigación, donde se obtuvieron graficas que permitió realizar un análisis de los resultados de manera más precisa. El programa GOOGLE DRIVE es muy similar al SPSS con la diferencia que es más fácil y practico de utilizar.

## RESULTADOS

Una vez aplicadas las encuestas a la población objeto de estudio, a continuación se presentan gráficamente los resultados obtenidos de las respuestas a las preguntas realizadas.

Profundizando en el análisis de la organización del hotel para investigar el sentir de los trabajadores y evaluar la estrategia del organigrama y recursos humanos, se encontró que de las personas entrevistadas la participación es integral y al cuestionar el cargo que tiene en el hotel y la línea de mando, tanto los gerentes como los empleados se manifestaron conformes con su trabajo. Para este análisis no se tomaron en cuenta las entrevistas a los dueños, sino únicamente a los trabajadores para evaluar la estrategia de recursos humanos y organización.

**Gráfica 1.1. Cargo dentro del Hotel de las personas entrevistadas sobre la organización.**



*Fuente: elaboración propia*

El tiempo que tienen trabajando los hoteles solo uno tiene menos de 3 años de antigüedad brindando hospedaje, dos entre 8 y 9 años, sin embargo 3 tienen más de 10 años ofreciendo este servicio. Se debe tomar en consideración que estamos hablando de grandes hoteles, ya que en la ciudad de Tecomán también existen diversos lugares de alojamiento que no son grandes hoteles.

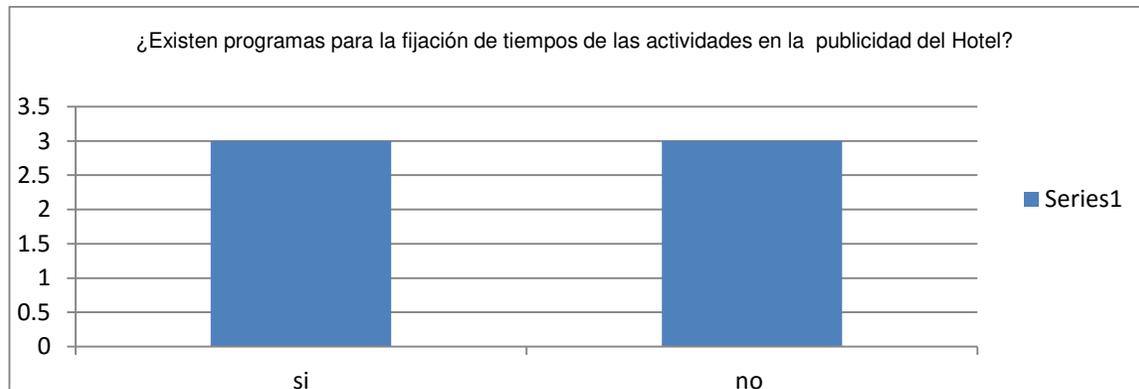
Dentro de nuestra investigación cuestionamos si existen políticas para mejorar las actividades de los empleados, y nos percatamos que la mitad de los encuestados si cuentan con ellas y la otra mitad dio a conocer que no cuenta con la descripción de sus funciones en un manual de recursos humanos, es lamentable saber eso, ya que podemos incrementar la posibilidad de satisfacción de los clientes, porque es indispensable que las empresas cuenten con políticas, objetivos y acciones para lograr un objetivo para dirigir y controlar una organización coadyuvado así con la mejora continua de la calidad en el servicio.

En el tenor de la calidad de los servicios está ocupando un lugar primordial asociado al factor competitivo que utilicen instrumentos o herramientas que permita garantizar la calidad lo que solo puede conseguirse en forma estable y sistemática a través de la gestión de la información, la gestión de la calidad, estructura organizativa y la formación de recursos humanos, y ello nos llevó a cuestionar si existían procedimientos para realizar las labores y el 100% de los encuestados dio a conocer que si cuentan con ellos.

Los procedimientos para la realización de labores son los aspectos más importantes de cualquier organización, su formación, el trato con el cliente las relaciones interpersonales y sobre todo la motivación personal son aspectos a gestionar en la empresa, todo ello traerá consigo la experiencia en el servicio y la satisfacción del cliente pero es no todos los hoteles toman en cuenta estos aspectos ya que 2 de los entrevistados dieron a conocer que no consideran los procedimientos para realizar sus labores solo el resto que dio a conocer que sí.

La publicidad es una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al segmento objetivo con un mensaje comercial para que tome la decisión de comprar un producto o un servicio que el hotel ofrece por ello es parte fundamental para que las empresas crezcan y de acuerdo con los resultados de la gráfica 1.2 podemos identificar que el 50 % de los hoteles encuestados si cuentan con programas en los cuales fijan tiempos para las actividades de publicidad del Hotel y el otro 50 % no, hoy en día.

**Gráfica 1.2. Existen programas para la fijación de tiempos.**



*Fuente: elaboración propia.*

Di Muro (2012) explica que “la organización, junto con la planeación, dirección y control, son los procesos que integran la administración de cualquier empresa, incluso la hotelera”. Aunque los hoteles encuestados son los más visitados, los más grandes, de mayor calidad y prestigio de muchos años, lo que se observa en la siguiente gráfica 1.3 es preocupante, ya que cinco de ellos no cuentan con un organigrama que muestre las jerarquías y labores de los empleados, “Los organigramas

(representación gráfica de la estructura administrativa) reflejan fielmente la organización del hotel” (Di Muro, 2012, p.27), lo que ocasiona problemas de autoridad dentro del hotel, según la percepción de los empleados y gerentes entrevistados en la presente investigación.

**Gráfica 1.3. Organigrama.**



*Fuente: elaboración propia.*

Dentro de las áreas funcionales, en el sector turístico es esencial el área de promoción de marketing. Por ello dar difusión a los hoteles por medio de la publicidad es necesario ya que el establecer un posicionamiento en el mercado turístico es un proceso desde que la demanda nos conozca, adquiera confianza en nosotros y por último nos compre un producto o servicio, todo este proceso requiere tiempo pero desgraciadamente en la gráfica 1.4, podemos observar que la publicidad realizada por cada uno de los hoteles, no es verificada por algún especialista en la materia antes de ser lanzada al mercado, por ello se realizó una correlación de los datos respecto a si toman en cuenta a la competencia. Como resultado no parece importante para los hoteles que los clientes queden conformes en comparación con la competencia. Esto puede ocasionar que no se tome en cuenta lo que los clientes piensen de su hotel en comparación con los demás, por lo que se les puede dificultar mejorar y sin duda esta situación es una debilidad o riesgo de pérdida de competitividad en el mercado de los hoteles.

**Gráfica 1.4. Correlación del análisis de varianza con cruce de factores**

		Publicidad	Toma en cuenta a la competencia
Publicidad	Correlación de Pearson	1	-.516
	Sig. (bilateral)		.104
	N	11	11
Toma en cuenta a la competencia	Correlación de Pearson	-.516	1
	Sig. (bilateral)	.104	
	N	11	11

*Fuente: elaboración propia.*

Si bien una estrategia de comunicación es diferenciarse mediante el desarrollo de mensajes diferentes e innovadores, que permitan ofrecer en el mercado muestra de los servicios que se ofrecen en los hoteles, sin embargo como se aprecia en el análisis de correlación, los administradores de los hoteles no se preocupan tanto por las estrategias publicitarias que utilizan sus competidores para promocionarse, por lo que existe una correlación negativa inversa, ya que la mayoría lo hacen considerando estrategias acordes a necesidades propias y quienes toman en cuenta a la competencia no representan un porcentaje significativo, en términos estadísticos.

**Gráfica 1.5. Estrategias que utilizan.**



*Fuente: elaboración propia.*

De acuerdo a la gráfica 1.6, el 100 % de los hoteles consideran que las estrategias que se planean en la administración de los mismos, sí son realizadas de manera efectiva para el realce del Hotel.

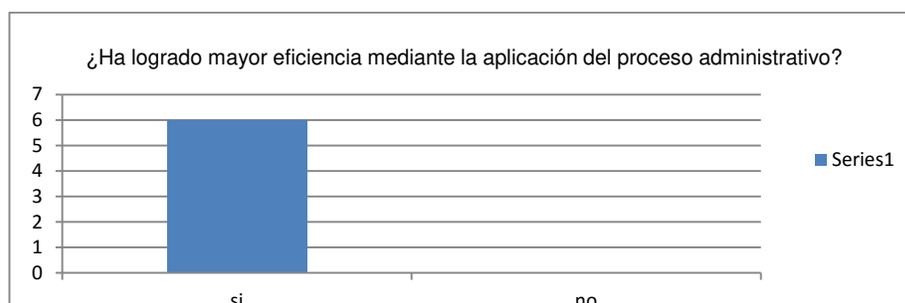
**Gráfica 1.6 Correlación de mejoras con el proceso administrativo y organización**

		Ha mejorado con el procesos administrativo	Organigrama
Ha mejorado con el procesos administrativo	Correlación de Pearson	1	.149
	Sig. (bilateral)		.662
	N	11	11
Organigrama	Correlación de Pearson	.149	1
	Sig. (bilateral)	.662	
	N	11	11

*Fuente: elaboración propia.*

En esta gráfica, se puede observar como resultado de la correlación, que todos los hoteles encuestados logran mayor eficiencia cuando aplican el proceso administrativo entendido por los encuestados como una adecuada organización para la realización de procesos y la atracción de los clientes por medio de la productividad de las áreas funcionales.

**Gráfica 1.8 Eficiencia mediante la aplicación del Proceso Administrativo.**



*Fuente: elaboración propia.*

## Conclusiones

Una vez concluida la presente investigación a las empresas del sector hotelero de la ciudad de Tecomán, Colima se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Haciendo referencia al objetivo general de nuestra investigación, los factores conducen a la necesidad de analizar el manejo del proceso administrativo como estrategia de competitividad en los grandes hoteles de Tecomán, Colima, se puede observar, que todos los hoteles encuestados logran mayor eficiencia cuando aplican el proceso administrativo, ya que el 100% de los hoteles lo contestaron así. Además, el 100 % de los hoteles consideran que las estrategias que se planean en la administración de los mismos, sí son realizadas de manera efectiva para el realce del Hotel. Por otra parte, los administradores de los hoteles no se preocupan tanto por las estrategias publicitarias que utilizan sus competidores para promocionarse, la mayoría lo hacen considerando estrategias acordes a necesidades propias. Con el proceso administrativo se conlleva a que las organizaciones independientemente de su giro tengan éxito, ya que si no tienen una buena planeación no tienen organización y al no contar con ello no tienen un buen control y con esto se abre la posibilidad de que la empresa tenga riesgos de debilidad competitiva en el mercado y pueda llegar a la quiebra.

En cuanto a los objetivos particulares, fueron los siguientes:

- Identificar las principales estrategias de negocio de los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima, basándose en los factores metas de éxito.
- Determinar el grado en que se explica el desempeño de los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima en las diversas estrategias empleadas para recabar información de los grupos indispensables.

Los resultados obtenidos podemos observar que la publicidad realizada por cada uno de los hoteles, no es verificada por algún especialista en la materia antes de ser lanzada al mercado pero los administradores de los hoteles no se preocupan tanto por las estrategias publicitarias que utilizan sus competidores para promocionarse, la mayoría lo hacen considerando estrategias acordes a sus necesidades propias.

Así también podemos concluir, que referente a la hipótesis “El proceso administrativo se utiliza como estrategia de competitividad en los grandes hoteles de la ciudad de Tecomán, Colima”, la hipótesis planteada se comprobó, que todos los hoteles encuestados logran mayor eficiencia cuando aplican el proceso administrativo.

Haciendo mención al planteamiento del problema “Se considera que cuando no se tiene un adecuado proceso administrativo, o no se aplica de manera correcta, la competitividad de la empresa no estará a la altura de las demás empresas de su ramo. Por lo anterior se supuso necesario investigar, si las grandes empresas hoteleras de la ciudad de Tecomán, usan un proceso administrativo y si este es

aplicado como una estrategia de competitividad que le permita a la empresa funcionar de manera eficiente”, los administradores realizan estrategias acordes a las necesidades propias.

## Referencias

Álvarez Anguiano, J. (2005). *Apuntes de auditoría administrativa*. México D.F.; Fondo Editorial,

Álvarez, J., Fraiz, J. y del Río, M. (2012). Análisis de las motivaciones para certificar la marca Q de calidad turística. Sector de alojamiento. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1), 101-121.

Barragán, R., Salma, T., Ayllón, V., Sanjinés, J., Langer, E., Córdova, J., Rojas, R. (2003). *Guía para la Formulación de Proyectos y Ejecución de Proyectos de Investigación*. La Paz Bolivia: Editorial Fundación PIEB.

Carrión Maroto, J (2007). *Estrategia de la Visión a la Acción*. Madrid España: Editorial Esic.

Claudes, J. (2005). *Historia del Pensamiento Administrativo*. México: Editorial Pearson Educación.

Di Muro Pérez, L. (2012). *Manual práctico de Recepción Hotelera*. México: Trillas.

Eyssatier de la Mora, M. (2006). *Metodología de la Investigación, Desarrollo de la inteligencia*. Quinta edición, México D.F.

Fayol, H.; Taylor, F. (1985). *Administración Industrial y General – Principios de la Administración Científica*. Editorial Hyspamérica. Buenos Aires.

Fernández, Nogales A.(2004). *Investigación y técnicas de mercado*. 2da edición. Madrid, España: ESIC editorial.

Garza Mercado, A. (2007). *Manual de Técnicas de Investigación para estudiantes de Ciencias Sociales y Humanidades*. Méxoco D.F.: El Colegio de México, A.C. Séptima edición,

Gómez Marcelo, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Argentina: Editorial Córdova. Primera edición.

Hernández Laos, E. (2000). *La Competitividad Industrial en México*. México: Editorial Plaza y Valdés.

Kotler, P.; Armstrong, G. (2014). *Fundamentos de Marketing*. Madrid, 8a Edición, Editorial Prentice-Hall.

Méndez Álvarez, C. E. (2009). *Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Cuarta edición. México D.F: Editorial LIMUSA.

Münch Galindo, L., Angeles, E. (2011). *Métodos y Técnicas de Investigación*. México D.F.: Editorial Trillas. Cuarta Edición,

Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la investigación*. 2da edición. Mexico. Limusa.

Pertusa, E., Tarí, J., Pereira, J., Molina, J. & López, M. (2013). Certificación en calidad, resultados empresariales y estructura organizativa en el sector hotelero español. *Intangible Capital*, 9(1), 199-224.

Sánchez, J., García, A., Marchante, A. (2014). Análisis de la incidencia de las certificaciones de calidad sobre la productividad de los hoteles en Andalucía. *Universia Business Review*, 44, 88-103.

Santos, M. y Álvarez, L. (2007). Gestión de la calidad total de acuerdos con el modelo EFQM: Evidencias sobre sus efectivos en el rendimiento empresarial. *Universia Business Review*, 1, 76-89.

Schnaars, s (1991). *Estrategia de Marketing*. Madrid España: Editorial Díaz de Santos..

Tarí, J. y Pereira, J. (2012). Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en cadenas hoteleras. *Universia Business Review*, 2, 52-67.

Tschohl, J., Franzmeier, S. (1991). *Alcanzando la Excelencia mediante el Servicio al Cliente*. Madrid España: Editorial Díaz de Santos.

***Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.***



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.