

EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL ANONIMATO Y SUS INDICADORES DE PERMANENCIA EN PUERTO RICO

Jesús Gómez-Velázquez, Universidad Autónoma Benito Juárez Oaxaca

Elizabeth Robles Maldonado, Universidad de Puerto Rico

Rosa María Velázquez-Sánchez, Universidad Autónoma Benito Juárez Oaxaca

Abel Antonio Morales Santiago, Universidad Autónoma Benito Juárez Oaxaca

RESUMEN

El impulso en los 70's del turismo de Puerto Rico ofertando destinos de sol y playa, propulsó la creación de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMEs) turísticas y surgieron muchos de los establecimientos turísticos que han permanecido por más de treinta años. Se observa contraste entre el Gran Turismo porque se moderniza y adquiere nuevas tecnologías y el Turismo Tradicional que sustenta su permanencia con el servicio clásico. El objetivo de esta investigación fue identificar y evaluar los indicadores de permanencia en los hoteles con categoría Turismo Tradicional de Puerto Rico. Con una entrevista semi-estructurada aplicada a administradores de ocho hoteles en cuatro lugares turísticos de la isla. La variable indicadores de permanencia incluyó manejo hotelero estándar, elementos de preferencia e intención de nuevas visitas. Los resultados mostraron que los aspectos de servicio, la adaptación a nuevas tecnologías y elementos del turismo clásico forman un balance para explicar la permanencia de los hoteles tradicionales de Puerto Rico. Se concluyó que el turismo tradicional permenace por adecuación de nuevos elementos y conservación del trato tradicional. Este trabajo contribuye con la identificación de elementos de adecuación entre lo moderno y lo tradicional conocimiento importante para la permanencia de hoteles de Puerto Rico.

PALABRAS CLAVE: Indicadores, Permanencia, Empresas Turísticas

TOURISM COMPANIES IN ANONYMOUS AND ITS PERMANENCY INDICATORS IN PUERTO RICO

ABSTRACT

In the 1970's tourism in Puerto Rico was characterized by offering sun and beach destinations. Small and Medium Enterprises (MSMEs) emerged creating many tourist establishments. These establishments have existed for over thirty years. Great Tourism is observed because it is modernized and acquires new technologies. Traditional Tourism sustains his tenure with classic service. This research identifies and evaluates indicators of persistence in the traditional hotel category in Puerto Rico. We conduct semi-structured interviews with managers of eight hotels in four areas of the island. The variables examined included standard hotel management, preference items and intent of new visits. The results showed that service aspects, adaptation to new technologies and classical tourism elements form a balance to explain persistence of traditional hotels in Puerto Rico. We conclude that traditional tourism persists by adapting new elements and conservation of traditional treatment. This work contributes to the identification of elements of fit between modern and traditional hotels and provides important knowledge to Puerto Rico hotel operators.

JEL: L83, O13, F18, A13

KEYWORDS. Permanency, Indicators, Tourism Enterprises

INTRODUCCIÓN

El problema radica en la situación de las empresas hoteleras de Puerto Rico. La situación del turismo se encuentra entre el desarrollo del gran turismo y la continuidad de las prácticas de manejo hotelero clásicas. De acuerdo a las estadísticas de la PRHTA (Puerto Rico Hotel & Tourism Association), el cinco por ciento de hoteles localizados en la isla, se instalaron en durante los años setenta y tienen en promedio 40 años de permanencia. La mayoría de las empresas turísticas de Puerto Rico se encuentran insertas en sitios con atractivos turísticos de sol y playa los cuales se caracterizan por contar con hermosos paisajes naturales y algunos con elementos culturales.

A pesar de la visible diferencia entre el gran turismo y el manejo turístico clásico, en la literatura son pocos los estudios que analizan la permanencia de empresas como Ortuño (1990) quienes la consideran como una variable y Cervantes y Gallardo (2009) quienes han analizado los elementos de permanencia en micro y pequeñas empresas, sin embargo, no existen estudios que analicen directamente la adecuación de aspectos de modernidad que integran las empresas turísticas antiguas en sus servicios por lo que se planteó como pregunta de investigación ¿Cuáles son los indicadores de permanencia de los hoteles tradicionales de la isla de Puerto Rico?

Esta investigación se presenta organizada de la manera siguiente. En la sección de revisión de la literatura se presentan los resultados disponibles sobre el estudio de permanencia en empresas turísticas en E.U. y particularmente en Puerto Rico, el análisis sobre el concepto de permanencia y la comparación en los indicadores empleados para evaluar los servicios turísticos antiguos y recientes. En el apartado de Metodología se incluyen las características de la muestra, la definición operacional de las variables, el procedimiento seguido para diseñar las entrevistas y su aplicación y el análisis de los datos. En la sección de resultados se emplean tablas para facilitar la presentación de los datos y su explicación resumida. Las conclusiones permiten comparar los resultados con el objetivo planteado y mostrar la relevancia de este estudio para la comprensión de los factores de permanencia como elementos para el desarrollo de las empresas turísticas de Puerto Rico.

REVISIÓN DE LITERATURA

Según Ortuño (1990), la exigencia de movilidad, expresado por el turismo, e inspirada por un imaginario impulsa al sujeto a viajar. Este sujeto pretende encontrar una serie de elementos que su imaginario integra por medio de sugerencias a inspiraciones previamente adquiridas. Para Villa Real (2007;13), el turista busca un paquete completo de diversión, entretenimiento, bienestar, higiene y cortesía. Puerto Rico a pesar de no contar con una tradición culturalizada de servicio y hospitalidad tan antigua como en el caso de Francia, España e Italia, a partir de los años 70's y gracias a la mercadotecnia del turismo en el Caribe, se hace popular alrededor del mundo y empieza la formulación de micro, pequeñas y medianas empresas hoteleras regionales en la capital San Juan y posteriormente en otros lugares de la isla.

Muchas de las empresas turísticas que iniciaron sus operaciones en la década de los 70's con un enfoque orientado hacia el turismo internacional, se mantienen operando hasta fechas con un toque característico de hospitalidad auténtico, latente y constante el cual puede asemejar al tipo de turismo que observaron (Velázquez-Sánchez, et al., 2014) en comunidades mexicanas en donde la convivencia con los habitantes y el disfrute de los alimentos y costumbres tradicionales, así como el trato amigable y de fiesta, contribuyen a que el turista manifieste su intención de volver y de recomendar el destino a otros. En los estudios realizados por Velázquez-Sánchez y colaboradores (2014) en México se observan elementos de cultura, ambiente y tradición como factores que los turistas distinguen y que manifiestan como importantes para determinar su intención de visitar nuevamente el lugar. Los estudios realizados en comunidades indígenas

mexicanas muestran que la cortesía y la tradición son elementos que aprecian los visitantes y al volver y recomendar el destino, contribuyen a la permanencia de los destinos eco turísticos.

Entre los elementos tradicionales identificados por Velázquez-Sánchez et al (2015) en los destinos con ecoturismo en México se destacan la cortesía, la tradición, el trato personal y familiar y la compartancia de alimentos y actividades tradicionales, propias de las comunidades. A pesar de la distancia entre los elementos presentes en comunidades indígenas y los que se pueden identificar en zonas como Puerto Rico en las que no se encuentran habitantes indígenas, los aspectos de tradición y de cortesía en el servicio turístico es característico y distintivo de establecimientos micro o medianos que prestan el servicio, en algunos casos, personalizado.

Al revisar la literatura sobre turismo, se encuentra que para Roche Centeno (1992), el primer paso para obtener conocimiento sobre el turismo es observar y examinar el fenómeno desde la perspectiva social, para describirlo y en esa descripción captar sus características esenciales y generales. Partiendo de este principio metodológico aplicado al estudio del turismo, se inició con un estudio descriptivo – práctico que permitió identificar de entre las entrevistas semi-estructuradas los elementos que permiten definir la permanencia de las empresas turísticas en Puerto Rico. En este estudio se estableció definir los indicadores que permitan especificar los puntos de convergencia entre las prácticas realizadas y la permanencia del establecimiento. Como es de esperarse en Latinoamérica se cuenta con una increíble variabilidad de oferta turística, desde el turismo convencional, hasta el turismo de naturaleza, lo cual implica mayor número de variables, aún en cuestión de prácticas y manejo hotelero.

Es por ello que se trató de definir un sujeto de turismo convencional a lo largo de la isla que permitiera describir las variables a definir. Aunque se han empleado diversos indicadores para describir creación, quiebra o incluso la misma permanencia de las actividades empresariales, hasta el momento de este estudio no se encontró alguna literatura que permita definir u orientada hacia la práctica turística empresarial. Según Ortuño (1990), la exigencia de movilidad, expresado por el turismo, e inspirada por un imaginario impulsa al sujeto a viajar. El sujeto que describe Ortuño (1990), pretende encontrar una serie de elementos que su imaginario porque integra por medio de sugerencias a inspiraciones previamente adquiridas.

Para Villa Real (2007), el turista busca un paquete completo de diversión, entretenimiento, bienestar, higiene y cortesía al respecto en Puerto Rico, a pesar de no contar con una tradición culturalizada de servicio y hospitalidad tan antigua como en el caso de Francia, España e Italia, a partir de los años 70's y gracias a la mercadotecnia del turismo en el Caribe, se hizo popular alrededor del mundo y empezó la fundación de micro, pequeñas y medianas empresas hoteleras regionales en la capital San Juan y posteriormente en otros lugares de la isla. Muchas de las empresas turísticas que iniciaron sus operaciones en Puerto Rico en la década de los 70's contemplaron un enfoque orientado hacia el turismo internacional y se mantienen operando desde estas fechas con un toque característico de hospitalidad auténtico, latente y constante.

Después del crecimiento de las empresas turísticas en Puerto Rico y con la expectativa de mercado del turismo extranjero, se establecieron ciertos estándares y características que probablemente el día de hoy sean algo obsoletos, pero en su tiempo fueron las mejores; precisamente lo que este estudio pretende analizar son las características que permiten la continuidad de estas empresas, así como los elementos de innovación con los que cuentan, para identificar el balance que permite la permanencia. En lo que se refiere a estudios de permanencia en empresas, existen diferentes perspectivas para analizar la permanencia, se ha contemplado el análisis desde el punto de vista de proyecciones financieras, hasta el punto de vista especializado, como en el caso del estudio de Cervantes y Gallardo (2009) quienes analizaron la permanencia de MiPyMes e identificaron que se debe a las estrategias de viabilidad y riesgos y que se puede definir como la continuación de la actividades hotelera con la tradición original del servicio característico de los años setentas hasta la fecha. Después de revisar la literatura disponible se pueden observar estudios realizados en MiPyMes sin embargo, no existe algún estudio que analice la permanencia desde el punto de

vista de las prácticas hoteleras, por ello se planteó, para este estudio, integrar variables de permanencia como una dualidad entre los elementos que prevalecen de las prácticas hoteleras clásicas y los que se añaden del manejo hotelero moderno en virtud del tiempo y se definió permanencia en el sector turismo como la continuación de la tradición en la prestación de los servicios hoteleros por las estrategias de responsabilidad en el trato grato de los clientes y la longevidad de los establecimientos hoteleros.

METODOLOGÍA

Para esta investigación se analizó una muestra de los ocho prestadores de servicios turísticos tradicionales que tuvieron su origen en los setentas y que permanecen prestando servicio hotelero tradicional. Se diseñó una entrevista semi-estructurada con preguntas orientadas a revisar las características del servicio hotelero que definen la permanencia de las empresas turísticas y se entrevistó a nueve prestadores/administradores de empresas hoteleras en las localidades de San Juan, Ponce, Guaynabo e Isabela en Puerto Rico durante el verano del 2014. Se incluyeron las variables: Categorías de las prácticas de manejo clásicas y categorías de manejo contemporáneas o modernas. Los datos obtenidos han permitido hacer una primera aproximación, identificación y definición de los indicadores de permanencia y adecuación entre los elementos clásicos y modernos de manejo turístico de la isla de Puerto Rico.

Definición Operacional de las Variables

Elementos de manejo hotelero clásico: Se consideró como una variable numérica. A partir de los indicadores de autenticidad, técnicas propias iniciales y adaptación. Y se midió con base a las respuestas de los entrevistados.

Elementos de manejo hotelero contemporáneo-moderno: Se definió por los servicios ofrecidos y se consideró como una variable numérica. Se midió con base a las respuestas emitidas por los prestadores o administradores de las empresas turísticas.

Descripción del Procedimiento

Con base en la información obtenida de los datos de la PRHTA (Puerto Rico Hotel & Tourism Association), se seleccionaron los cuatro lugares en los que se observan las ocho empresas turísticas localizadas a lo largo de la isla de Puerto Rico, mismos incluidos en la tabla 1:, para ser analizados bajo los rubros de manejo hotelero clásico y moderno-contemporáneo.

Descripción de las Empresas Turísticas Analizadas En Puerto Rico

El Convento: Se localiza en Viejo San Juan. Empezó como un proyecto propulsado por operación Bootstrap de Woolworth en 1962. La razón principal por la cual las personas se hospedan aquí es por turismo y por su localización en viejo San Juan. Los servicios que proporciona es hospedaje con 8 habitaciones con agua caliente, aire acondicionado, gimnasio, tres restaurantes, business center, Valet Parking, Club de Playa, Salón de reuniones, alberca, lavandería automática y jardín botánico. Al parecer no cuentan con clientela fiel. Aumenta sus precios en temporada alta. Recientemente no ha sufrido de bajas en su afluencia turística. Su mercado se orienta hacia el gran turismo en el centro histórico.

Tabla 1: Definición Operacional de las Variables Manejo Hotelero Clásico y Manejo Hotelero Contemporáneo ó Moderno

| VARIABLES | CATEGORÍAS | INDICADORES |
|---------------------------------------|----------------------------|---|
| Manejo hotelero clásico | Autenticidad | Originalidad Filosofía Servicios ofrecidos Mercado a dirigirse |
| | Técnicas propias iniciales | Atención al huésped Sistemas de información Administración |
| | Adaptación | Elementos modernos Competencia Normatividad local Cambio de propietarios/administración |
| Manejo hotelero contemporáneo-moderno | Innovación | Servicios agregados Crecimiento y contrataciones Remodelación Cambios en la administración Convenios y otros |
| | Tecnologías | Tecnologías incorporadas Infraestructura Equipamiento |
| | Marketing | Medios físicos Medios electrónicos Análisis de mercado |
| | Recreación | Deportes y actividades Convenios externos para recreación Atractivos turísticos naturales Atractivos turísticos culturales Entorno en general |

En la tabla 1: se observan las categorías y los indicadores de las variables de manejo hotelero clásico y moderno ó contemporáneo. Las variables son numéricas y se incluirán en el análisis de la relación entre los servicios iniciales y las categorías de modernidad en virtud de la adaptación.

Tabla 2: Muestra de las Empresas Turísticas Analizadas a lo Largo de la Isla de Puerto Rico y Localidades En Que Se Encuentran

| Empresa Turística | Localidad |
|------------------------|-----------|
| El Convento | San Juan |
| Plaza de Armas | San Juan |
| Viejo San Juan | San Juan |
| Fortaleza Guest House | San Juan |
| Hotel Bélgica | Ponce |
| Hotel Meliá | Ponce |
| Hotel El Guajataca | Guaynabo |
| Parador Villas del Mar | Isabela |

En la tabla 2: Se pueden observar las ocho empresas turísticas analizadas en esta investigación y que se encuentran localizadas en los cuatro sitios turísticos de la isla de Puerto Rico. Fuente. Elaboración propia con los datos revisados en la isla.

Plaza de Armas: Ubicado en el centro histórico de San Juan con más de 60 años en operación. Hubo un cambio de administración que no interrumpió las operaciones de la empresa. Cuenta con atención en inglés y francés. Cuenta con marketing en la isla y en el extranjero, así como convenios de colaboración con empresas locales. Aumenta sus precios en temporada alta. Al parecer no cuentan con clientela fiel. Su sustento se basa en el turismo extranjero y principalmente proveniente de cruceros, misma situación que afectó sus ingresos cuando existieron conflictos con las líneas de cruceros y la administración portuaria.

Viejo San Juan: Antigua casa de huéspedes en el centro histórico de San Juan. Inició sus operaciones en 1925. Cambió de administración al morir el dueño y quedar intestado en 1957. Inició operaciones con 5 personas, en la actualidad son 10. No cuentan con marketing o alguna tecnología para reservaciones o pagos en línea. Cuenta con habitaciones privadas con baño compartido, habitaciones compartidas de cuatro y terraza para camping. No aumenta sus precios en temporada alta y no ha sufrido bajas en su afluencia. Cuentan con clientela fiel y de años. Su mercado se centra en turismo informal.

Fortaleza Guest House: Pequeño establecimiento clásico en el centro histórico de San Juan. Se ofrece como Guest House con nueve habitaciones compartidas dobles y cuádruples, cuatro de ellas con balcón. No cuenta con atención en otros idiomas pero si con beneficios como autoservicio de cocina y lavado de ropa. Atienden reservas en hostels.world.com. No aumenta sus precios en temporada alta y no ha sufrido bajas en su afluencia. Cuentan con clientela fiel. Su mercado se centra en el turismo mochilero.

Hotel Bélgica: Ubicado en Ponce, la segunda área metropolitana por tamaño en la isla. Inició sus operaciones en 1886. Ha tenido varios dueños de diferentes familias. A partir de 1995 lo administra una familia y los trabajadores son familiares o amigos. Cuenta con atención en inglés. Cuentan con marketing cibernético y sistemas de reservaciones en línea. Cuentan con habitaciones de distintas categorías. Toma como ventaja el ser un punto estratégico para el turismo a lo largo de la isla. Ha sufrido afectaciones en sus ingresos por cuestiones naturales como huracanes e inundaciones. Cuentan con clientela fiel. Su mercado se centra en personas mayores.

Hotel Meliá: Igualmente ubicado en Ponce, es un hotel que data de 1890 inaugurado por una familia española hasta 1960 que cambió a una familia americana para recientemente pasar a manos de un lugareño. No ha sufrido interrupciones en sus operaciones. Cuenta con comodidades como Wi-Fi, piscina, bussiness center. Cuenta con reservaciones en línea y redes sociales. Ha sufrido afectaciones en sus ingresos por cuestiones de naturaleza. Al parecer no cuentan con clientela fiel. Su mercado se centra en turismo local y familiar, así como de negocios.

Hotel El Guajataca: Es un parador – hotel en una hermosa playa del norte de la isla, construida en 1930 fungiendo como parador turístico al ser una atracción histórica con la playa y el túnel así como de apreciación al entorno natural, cuentan con spa, piscina, habitaciones con jacuzzi, y restaurante. Cuentan con marketing en redes sociales y publicidad local en caso de que existan eventos. No han sufrido disminuciones en sus ingresos recientemente, es una nueva administración. Su mercado se centra en turismo de relajación, turismo de aventura y familiar.

Parador Villas del Mar: Es un complejo localizado al norte de la isla en el distrito autónomo de Isabela. Inició sus operaciones en 1950. Nunca ha pausado sus operaciones. Se caracteriza por presentar tecnologías alternativas como celdas solares y generadores de viento. Cuentan con cabañas de distintos tamaños con vista al mar y frente a la playa. De igual manera cuentan con un huerto de lechugas y tubérculos. Cuentan con arribo de tortugas, manatíes y ballenas en ciertas temporadas del año. Cuenta con marketing en línea, reservaciones y en programas de televisión en el extranjero, como *caribbean places* y *vacations to go*. Sufrieron ciertas disminuciones en su afluencia turística por contingencias sociales en 2001 y huracanes.

Análisis de los Datos

Se realizó el análisis factorial a los datos de la entrevista realizada a los administradores de las empresas. Los resultados mostraron la formación de tres factores en la variable de Elementos de Manejo Hotelero Clásico: *Autenticidad, Técnicas Propias Iniciales y Adaptación*. Es decir los

elementos de que distinguen los visitantes se agrupan en tres de las categorías propuestas en este estudio. Con los resultados del análisis factorial se realizó la evaluación a cada uno de los nueve proyectos ecoturísticos y se resumen en la Tabla 3.

RESULTADOS

En la Tabla 3 se presentan los resultados que muestran en los indicadores de permanencia en las empresas turísticas analizadas en este estudio. Los resultados de la tabla 3 muestran que la autenticidad y la adecuación fueron los factores que mas frecuencia mostraron en los hoteles incluidos en la muestra. Sin embargo, en los establecimientos que se manifiestan el mayor número de indicadores de servicio tradicional, mostraron más fortaleza en los resultados de permanencia.

Tabla 3: Indicadores de Permanencia Identificados En Base a la Entrevista a Profundidad Aplicada a Dueños o Administradores de Empresas Hoteleras de Más de 40 Años de Actividades En Puerto Rico

| Empresa Turística | Categorías Destacadas | Indicadores (Por Variables Numéricas) |
|------------------------|---|--|
| El Convento | <i>Autenticidad</i> al ser una oferta moderna en los años de su apertura. <i>Tecnologías</i> por la integración de infraestructura y equipamiento nuevos después de la remodelación. | No cuentan con la variable de recreación y no se encuentran elementos de adaptación en virtud del tiempo. *(0.715) |
| Plaza de Armas | <i>Adaptación</i> Al integrar factores de manejo hotelero actualizados y ocupando técnicas clásicas <i>Innovación</i> Integrando nuevos servicios, contrataciones, remodelaciones, cambios en la administración y convenios externos. | Ha mantenido una constante adaptación e innovación en virtud del tiempo. No cuenta con factores de recreación a pesar de los convenios externos. *(0.723) |
| Viejo San Juan | <i>Autenticidad</i> con base el entonces nuevo concepto de guest house | Cuenta con muy pocos factores de manejo hotelero contemporáneo, lo que ocasiona que el valor de adaptación sea nulo. *(0.547) |
| Fortaleza Guest House | <i>Adaptación</i> Al ser una empresa muy básica, se cumplen estos factores. | Se considera suficiente el aspecto de adaptación en virtud de los indicadores de equipamiento, remodelación y administración. *(0.694) |
| Hotel Bélgica | <i>Autenticidad</i> Al ser un negocio familiar de antaño <i>Técnicas Propias Iniciales</i> por la misma razón | El manejo hotelero clásico hace buen equilibrio con los elementos adoptados del moderno cuán sea necesario. Ello beneficia a la permanencia. *(0.789) |
| Hotel Meliá | <i>Adaptación</i> por ser la antigüedad <i>Técnicas propias iniciales</i> por la administración especializada <i>Adaptación</i> por la armonía que existe entre los elementos antiguos y los modernos <i>Innovación</i> por los cambios en la administración y crecimiento | En las empresas antiguas la adaptación es casi inevitable; en el factor de autenticidad falla por el giro que pretende hacia el turismo ejecutivo. *(0.703) |
| Hotel El Guajataca | <i>Autenticidad</i> Por la oferta variada que da <i>Adaptación</i> por la integración de factores modernos <i>Innovación</i> por el cambio que existe entre parador y hotel | Al incluir diversos factores modernos en armonía con los antiguos e incluyendo la variable del turismo alternativo, existe un incremento. *(0.855) |
| Parador Villas del Mar | <i>Recreación</i> Incluye factores deportivos y de turismo natural <i>Autenticidad, Técnicas propias iniciales, Adaptación, Innovación, Tecnologías, Marketing y Recreación</i> | Incluyendo todos los indicadores analizadas incrementa el valor de permanencia radicalmente *(0.905) |

Tabla 3: Se pueden observar los resultados obtenidos del análisis de los datos de las entrevistas realizadas a ocho dueños o administradores en los cuatro destinos turísticos localizados en la isla de Puerto Rico. En los resultados se destaca la identificación de factores de permanencia y adaptación hacia los nuevos elementos del turismo. Entre las ocho empresas turísticas analizadas manifiestan el giro de Guest House en el caso de Fortaleza y Viejo San Juan. Se destaca que Villas del Mar expresa su giro como Parador Turístico.

En el caso particular del hotel Parador Villas del Mar se observó la mayor consistencia en la permanencia y la presencia del mayor número de indicadores, lo que contribuyó al resultado de la correlación. En *Fortaleza Guest House* y *Viejo San Juan* encontramos una evidente continuidad a pesar del rezago en las categorías de innovación, tecnologías y las variables de servicios agregados. Esto se debe al giro de la empresa que incluye precios bajos y por ende una clientela base. En *El convento* encontramos una perspectiva acaparadora en cuestión de servicios; sin embargo es evidente la falta de elementos clásicos que pudieran mejorar su perfil de permanencia.

En el Parador Villas del Mar: se cumplen con todas las categorías analizadas. Desde el aspecto recreativo que casi no fue encontrado, hasta las cuestiones de adaptación e innovación. Este es el claro ejemplo donde al cumplir con los indicadores planteados, se logra un éxito, Villas del mar fue el mejor resultado de permanencia.

Mientras tanto en Plaza de armas: destacan los factores de adaptación e innovación. Los cambios en la administración han sido benéficos y se encuentra dentro de los más visitados en la zona. A diferencia de *El Convento*, integra factores del servicio clásico que manifiestan una mejora en su valor de permanencia.

En *Hotel El Guajataca*, se encuentra el contraste entre varias vertientes (turismo alternativo, historicidad y cierta armonía entre elementos clásicos y modernos del turismo), lo que lo convierten en un sitio preferido por el amplio espectro que llama en el mercado. Esa es la misma razón por la cual, su valor de permanencia sube considerablemente.

Hotel Bélgica: destacó por su manejo familiar a pesar de los cambios en administración. Existe un control de operaciones muy bueno por la misma razón. Obtuvo un valor considerable a pesar de la falta de algunas características de modernidad por la cuestión relativa que existe entre los elementos clásicos y los nuevos.

En Hotel Meliá: encontramos que las cuestiones de servicio clásico dominan, sin embargo su valor de permanencia disminuye por la falta que existe de la parte moderna y de adaptación.

CONCLUSIONES

Al revisar los resultados en *Viejo San Juan* y *Fortaleza*, destaca el servicio a bajo costo y un servicio austero. Cumple de manera suficiente el índice de permanencia como *Hostel o Guest House*, por la demanda latente de turismo informal o más recientemente, juvenil. La adecuación de los servicios e infraestructura se manifiesta en la permanencia como servicio turístico, a pesar de ser diferentes a un hotel. Se observa el potencial de crecimiento y existe el trabajo en conjunto para la comunicación y colaboración con otras empresas turísticas cercanas de un giro similar, por ejemplo, cuando un hostel no tiene capacidad, transfiere a otro cercano. En *Plaza de Armas* incluye valores de adaptación. Es uno de los sujetos más recientes en este estudio y a pesar de ellos, destaca en valores de adaptación y constante innovación. Integra tecnologías nuevas que ayudan al manejo y mercadotecnia. Al igual que los demás hoteles no cuenta con la categoría de recreación.

El complejo de Parador Villas del Mar: se observan valores de todas las categorías analizadas. Dentro de los cuales destacan los aspectos de adaptación y, a diferencia de los demás, integra elementos de recreación. Podemos observar un fuerte impulso por parte de la modernidad (más aún en tecnología ambiental), pero sin perder la esencia del servicio de turismo clásico.

En Hotel el Guajataca, al previamente haber fungido como parador (complejo turístico con apoyo del gobierno), y recientemente por cambio de administración, un cambio a hotel, conserva elementos del

turismo clásico y por la amplitud del que previamente fue un proyecto turístico de naturaleza, sol y playa; cuenta con características de recreación y adaptación.

En Hotel Bélgica : se puede apreciar la administración familiar ó amistosa a pesar de los cambios en la administración a lo largo de la historia. En mi opinión, al igual que todas las empresas turísticas analizadas, cuenta con ventajas de mercado; en este caso el hecho de que Ponce es un punto estratégico de comunicación hacia otros lugares de la isla. Podemos considerar que es un hotel austero, sin embargo cuenta con un valor de permanencia alto por el valor de adaptación con el que cuenta. En *El Convento*, dominan los valores de manejo hotelero moderno; existe un rezago en la categoría de adaptación, que disminuye considerablemente su valor de permanencia

Por otra parte, *Hotel Meliá* minimiza los valores de manejo hotelero moderno, rescatando muchos valores clásicos, pero como podemos ver, sin el factor de modernidad y adaptación, no es mayor el valor que alcanza.

Los resultados obtenidos en esta investigación permiten responder a la pregunta de investigación. La inclusión de elementos de manejo hotelero clásico permitiendo la adaptación a las nuevas técnicas y tecnologías hoteleras permite lograr una armonía y posteriormente un valor de permanencia elevado.

Los resultados permiten contribuir al cuerpo de la literatura con una metodología para evaluar la pertinencia de las prácticas hoteleras en Puerto Rico. La evaluación de la importancia de los elementos de adaptación para la preferencia del visitante permite observar la ventaja que representa en la variable de afluencia turística. También contribuye al conocimiento de la estrategia de la adecuación de las prácticas hoteleras clásicas con las modernas.

Limitaciones

Dentro de las limitaciones de este estudio se pueden considerar las características propias desde la perspectiva del turista. El tiempo en que se realizó el estudio. La pequeña variabilidad entre dueño y administrador entrevistado. Las empresas turísticas analizadas. Por lo que pueden realizarse estudios en otras regiones o países y en otros periodos de visita.

BIBLIOGRAFÍA

Cervantes y Gallardo. (2004). "Permanencia de PyMES: Estrategias de viabilidad y riesgos". ECORFAN. Santiago de Compostela, España. <http://www.ecorfan.org/series/cap20.pdf>

Ortuño. (1993). "Estudio del Turismo" Segunda edición. Editorial Porrúa. México, D.F.
Villarreal. (2007), "Turismo Feliz" Única edición. México, D.F.

PRHTA. (2009). Puerto Rico Hotel & Tourism Association. Puerto Rico, USA. <http://prhta.org/>

Velázquez-Sánchez, et al (2014). Indicadores Económicos, Ambientales y Sustentabilidad del Ecoturismo en México. Revista Internacional de Administración y Finanzas. RIAF vol 7 número 7.

Velázquez-Sánchez, et al (2015). Ecoturismo y Desarrollo Local de Comunidades Indígenas en México. Revista Global de Negocios. vol 3 número 3.

RECONOCIMIENTO

Los autores agradecemos a la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca y a la Universidad de Puerto Rico por el apoyo proporcionado para realizar este estudio por medio del programa de Estancias Internacionales Cortas de Investigación.

BIOGRAFIA

Jesús Gómez-Velázquez es estudiante de la licenciatura en Turismo y Desarrollo Sustentable y colabora en el equipo de investigación de la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO. Se le puede contactar en Facultad de Contaduría y Administración, Ciudad universitaria. Oaxaca de Juárez Oaxaca. Correo electrónico agame_velasquez@hotmail.com

Elizabeth Robles Maldonado es Ph. D. en Business y Marketing. Adscrita a la Universidad de Puerto Rico. Se le puede contactar en el Recinto de Rio Piedras de la UPR. eliobles@yahoo.com

Rosa María Velázquez-Sánchez es Profesora Investigadora de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca. Se le puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración. romavesa205@yahoo.com.mx

Abel Antonio Morales Santiago es Doctor en Ciencias de lo Fiscal, es Profesor de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca. Se le puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración. moralesabel447@hotmail.com.mx