

**Título** Cómo cambiaron las expectativas de los consumidores de servicios de hospitalidad en Argentina

---

**Tipo de Producto** Divulgación

---

**Autores** Iñiguez, Federico

---

## Código del Proyecto y Título del Proyecto

---

A16S13 - Análisis de influencia de drivers en la elección de servicios de Turismo y Ocio

---

## Responsable del Proyecto

---

Iñiguez, Federico

---

## Línea

---

Comportamiento del Consumidor

---

## Área Temática

---

Administración y Recursos Humanos

---

## Fecha

---

Junio 2016

---

**INSOD**

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas  
Proyectuales

**UADE** 

## **Cómo cambiaron las expectativas de los consumidores de servicios de hospitalidad en Argentina**

Consumidores más informados y conectados y segmentos premium con altas exigencias, llevan a los negocios hoteleros y gastronómicos a la mejora continua del nivel de sus servicios

¿Los consumidores de servicios se han vuelto más exigentes? ¿Cuáles son las expectativas que tienen actualmente sobre el tipo de experiencia que esperan recibir en hoteles y restaurantes? ¿Cuáles son los factores que influyen en dichas expectativas? ¿Es necesaria la innovación permanente para mantener y atraer a clientes actuales y potenciales?

El Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales de Fundación UADE desarrolló una investigación con la finalidad de analizar las expectativas de los consumidores de servicios en Argentina y de detectar los aspectos de mayor relevancia para la elección de servicios de hospitalidad como en el caso de los servicios de hotelería y gastronomía.

Los cambios en las conductas de los consumidores que se han dado en los últimos tiempos vienen acompañados del acceso a las nuevas tecnologías de información y al aumento del nivel de comunicación que han desarrollado a través del uso de la web y redes sociales.

Son consumidores más informados, conocedores de las opciones nacionales e internacionales, se informan antes de elegir un lugar donde comer o descansar en sus vacaciones, pueden obtener opiniones de sus conocidos tanto como de terceros a través de internet (que pueden ser expertos o simplemente críticos amateurs de acuerdo a su nivel de experiencia).

Las empresas de servicios están cada día más expuestas a dichos cambios y a que tanto clientes como no clientes compartan sus opiniones favorables o desfavorables a través de la redes sociales. Conocer las prioridades de los consumidores, es el punto de partida para saber dónde hacer foco para mejorar la calidad y lograr diferenciarse.

### **Principales Resultados Cuantitativos**

#### **Servicios de Hotelería**

- El 65% de las personas afirma hospedarse en hoteles.
- En la elección de un hotel se prioriza la higiene, luego el confort y la ambientación.
- En cuanto a la calidad de atención el aspecto más importante es la amabilidad en el trato del personal y segundo la predisposición; el menos importante es el asesoramiento turístico.
- En cuanto a la higiene (aspecto primordial); lo prioritario es la limpieza de habitaciones y espacios comunes.
- Respecto al confort y la ambientación (segundo aspecto de relevancia) es muy importante la comodidad que brinde el hotel y en segundo lugar los amenities (pileta, spa, guardería, juegos).

## Servicios Gastronómicos

- El 82% de los encuestados suele comer en restaurantes.
- En la elección de un restaurante nuevo (experiencia de primera vez) los factores más relevantes son: el precio en primer lugar, la carta en segundo y muy cerca en tercer lugar la ubicación; recién en un cuarto lugar la ambientación del mismo.
- En la elección de un restaurante afirman que lo prioritario es la calidad de los alimentos, seguido por la higiene, para luego considerar el precio.
- En cuanto al nivel de precios:
  - Un 70% está dispuesto a gastar de \$100 a \$300
  - Un 28% entre \$301 y \$500
  - Menos del 2% pagaría más de \$500
- Con respecto al aspecto más importante a la hora de la elección, la calidad de alimentos, los encuestados le dan prioridad a la frescura de los mismos, la variedad queda en segundo lugar.
- En cuanto a la higiene, lo prioritario es la vajilla y los cubiertos; quedan en segundo lugar la higiene en los toillettes.
- Respecto a la atención del personal, lo más importante es ser amables y tener buenos modales, ser cálidos y en tercer lugar la rapidez para hacer llegar el plato.
- La ambientación; aspecto no muy valorado, consideraron de importancia el espacio entre las mesas; la climatización como segundo aspecto y el ruido (música y acústica) del ambiente en tercer lugar.

## Opiniones de expertos del sector

### Servicios de Hotelería

En los servicios de alojamiento los expertos afirman que los clientes valoran las experiencias de alto nivel de servicios; valoran las marcas, que los llevan a experimentar una relación diferente con el lugar en el que se alojan a nivel social y cultural; antes que recibir un servicio comoditizado. Un aspecto fundamental a considerar es el nivel de diferenciación que pueda brindar un servicio hotelero; de acuerdo, no solamente con la buena calidad del servicio básico, sino también del nivel de los servicios complementarios (llamados outlets) que ofrezca. Los outlets que hoy podemos encontrar en los hoteles más importantes son: restaurantes, spa, lavandería, telefonía y servicios de internet.

Los aspectos más relevantes mencionados por dichos expertos son, en orden de prioridad:

- 1) La experiencia
- 2) El nivel de servicio
- 3) La atención personalizada
- 4) El nivel de trato recibido por todo el personal

El trato del personal es muy importante, pues los huéspedes son muy exigentes respecto al nivel de conocimiento y atención del personal que esta en contacto directo con ellos. A los empleados se los capacita y estimula para que sean amables y atentos. Y se espera que las quejas de los clientes sean resueltas con rapidez. Los hoteles Premium están dispuestos a hacer excepciones para satisfacer al cliente y considerar sus necesidades. Buscan brindar excelencia y están orientados a innovar para aumentar el nivel de calidad ofrecida día a día.

### **Servicios Gastronómicos**

Los expertos en servicios gastronómicos le dan mucha importancia al menú que se ofrece en sus restaurantes. Consideran que los consumidores valoran la propuesta gastronómica en primer lugar por lo que van a comer; los clientes buscan ir a comer algo rico, buscan comidas frescas y nobles; producidas en el local.

Hay clientes que buscan restaurantes para pasar un momento relajado; mientras que otros buscan vivir una experiencia inolvidable, o de alto nivel; la búsqueda está vinculada a la ocasión de la elección el almuerzo de todos los días, una cena con amigos, o una cita especial.

De acuerdo al nivel de experiencia, hay coincidencia en los factores de importancia que hacen a la elección de los clientes, incluyendo la posibilidad de relacionarse con otros al vivir dicha experiencia; el orden de prioridad mencionado es:

- 1) La variedad y calidad de las comidas
- 2) El precio
- 3) El ambiente
- 4) Socialización

Tienen muy en cuenta la variabilidad del nivel de ocupación del restaurante, ya que hay gran diferencia entre el fin de semana y los días de semana; también consideran la opción del delivery como una alternativa que permite ampliar la oferta y aumentar las ventas. En cuanto a la limpieza, se le da mucha importancia, sobre todo a la de los toilletes.

También destacan la importancia que tiene una buena atención al cliente; la amabilidad es una variable exigida a los mozos, tanto como un buen nivel de atención. Se busca generar vínculos con los clientes a largo plazo, a través de una buena predisposición y la escucha activa de las necesidades que van planteando. Aspira a resolver los problemas que surjan en el momento y sin excusas. Plantean la dificultad de conseguir personal bien capacitado para la atención al cliente; ya que la formación académica está orientada a la cocina y no tanto al servicio.

## Conclusiones

Los servicios de hotelería se orientan a mejorar cada día el nivel de servicio básico y a especializar sus ofertas, brindando servicios complementarios. Entienden que la diferenciación es fundamental para ser elegidos y se apoyan en factores que según el cliente no son tan importantes a la hora de la elección, como la ambientación para generar diferenciación; posicionarse en el mercado y ofrecer mayor confort.

En los servicios de gastronomía, la orientación a la calidad es menor, se encuentra gran amplitud de ofertas desde servicios de calidad media, con precios accesibles; a servicios gastronómicos Premium, con propuestas de menú de varios pasos, o hasta comer con el chef, que le brindan al cliente una experiencia única y diferente.

En general en ambos servicios, los servicios de alto nivel reconocen no ofrecer promociones para atraer a sus clientes. Y para comunicar sus servicios se apoyan en el boca a boca de sus clientes satisfechos; notas de prensa que puedan surgir del propio reconocimiento de marca y en acciones de relaciones públicas. Tener una página web a la que los clientes y potenciales clientes puedan acceder, tiene un lugar de importancia en ambas propuestas para estar cerca del mercado y brindar información sobre la oferta del negocio; en el sector gastronómico es utilizada también para brindar la opción de delivery.

Teniendo en cuenta las expectativas de los clientes y el conocimiento de los expertos en ambos servicios, se puede concluir que los clientes exigen un nivel de calidad superior en el servicio básico en ambas propuestas. Quien busque diferenciarse, debe pensar en sorprender, prestando atención a los servicios complementarios de sus propuestas de negocios.