



Ecuador – Septiembre 2017 - ISSN: 1696-8352

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN LA LÍNEA HOTELERA PARROQUIA ULBA, CANTÓN BAÑOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Adrián Patricio Luna Carreño

adrian_patricio147@hotmail.com

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
Facultad de Administración: Carrera de Ingeniería Comercial

MAE. CPA. Verónica Rodríguez Basantes

vrodriguez@ulvr.edu.ec

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
Facultad de Administración: Carrera de Ingeniería Comercial

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Adrián Patricio Luna Carreño y Verónica Rodríguez Basantes (2017): "Oportunidades de negocios en la línea Hotelera Parroquia Ulba, Cantón Baños, Provincia de Tungurahua", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (septiembre 2017). En línea: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/oportunidades-negocios-ecuador.html>

Resumen

El desarrollo de las sociedades y avance de los pueblos se logra a medida que se promueven sus espacios geográficos que reflejen ser una oportunidad para establecerse y formar sociedades de negocios. Es por esto que el presente artículo presenta una exposición de ideas relacionadas con las oportunidades de negocios en la línea hotelera Parroquia Ulba, Cantón Baños, Provincia de Tungurahua, en virtud de ser una región altamente turística considerado como uno de los centros de mayor auge e importancia del país, cabecera cantonal localizada a unos 45 minutos de Ambato, se le conoce como "Un Regalo para la Tierra", porque en esta parroquia se inicia el descenso a la gran cuenca amazónica, con un clima que favorece el turismo, posee áreas protegidas y muy especialmente los parques nacionales Llanganates y Sangay, considerado como las zonas de mayor interés y potencial turístico nacional. Sin embargo es una localidad con poco desarrollo de infraestructura adecuada para alojar a visitantes nacionales e internacionales, sus calles se encuentran con cierto grado de deterioro y sus espacios recreacionales y hoteleros con carencias de mantenimiento y expansión necesarios. Debido a tan alto potencial de la región se propone una investigación dirigida a estudiar la Factibilidad de Oportunidades de negocios en la línea hotelera Parroquia Ulba, Cantón Baños, Provincia de Tungurahua, concebida bajo la modalidad de Proyecto Factible, trabajo de campo, con un nivel descriptivo, utilizando como instrumento un cuestionario aplicado a la población para identificar la necesidad de crear una

hostería con suficiente dotación de parqueaderos e instalaciones que permitan proyectar la localidad como un potencial turístico importante de conocer, preservando el ambiente, priorizando la conservación, protección y recuperación de ecosistemas.

Palabras claves: factibilidad, turismo, urbanismo, recreación.

Abstract

The development of societies and advancement of peoples is achieved as they are promoted as geographical spaces that reflect an opportunity to establish and form business partnerships. This is why the present article presents an exhibition of ideas related to business opportunities in the hotel line Parish Ulba, Cantón Baños, Tungurahua Province, because it is a highly tourist region considered as one of the centers of greatest growth and importance Of the country, is a cantonal head located about 45 minutes from Ambato, it is known as "A Gift for Earth", because in this parish begins the descent to the great Amazon basin, with a climate that favors tourism, possesses Protected areas and especially the national parks Llanganates and Sangay, considered as the areas of greatest interest and national tourism potential. However it is a locality with little development of adequate infrastructure to accommodate national and international visitors, its streets are with a certain degree of deterioration and its recreational spaces and hotels with deficiencies of necessary maintenance and expansion. Due to the high potential of the region, we propose an investigation aimed at studying the Feasibility of Business Opportunities in the hotel line Parish Ulba, Cantón Baños, Provincials de Tungurahua, conceived under the modality of Feasible Project, field work, with a descriptive level , Using as a tool a questionnaire applied to the population to identify the need to create an inn with sufficient parking and facilities that allow the project to be projected as an important tourist potential to know, preserving the environment, prioritizing the conservation, protection and recovery of Ecosystems.

Keywords: feasibility, tourism, urbanism, recreation

Introducción

El turismo como actividad de recreación y sano esparcimiento constituye una fuente inagotable de negocios que genera dividendo económico para cualquier región, sumado que al mismo tiempo produce empleos para los conciudadanos y favorece la infraestructura de la localidad, oportunidad de vital importancia para la Parroquia Ulba Cantón, Baños Provincia de Tungurahua, en razón de requerir mejoras en sus espacios comunitarios, lugares recreacionales y turísticos, planificar actividades que incentiven a la comunidad a cuidar su ambiente, a realizar actividades culturales y deportivas que sean del agrado de turistas, pero sobre todo se hace necesario mejorar su red de infraestructura hotelera, pues es notorio que se encuentran desasistidos, con ausencia de parqueaderos seguros y cómodos para los turistas.

Para desarrollar el estudio se hace necesario pues, determinar su viabilidad yendo más allá que la simple exploración de necesidades y proyección de posibles balances, rentabilidad moderada u alta, realizado bajo una investigación pertinente de mercados, fundamentar desde punto de vista económico con cifras y data de las fortalezas y debilidades que se puedan encontrar

para su ejecución, donde se tome en cuenta si realmente existe la capacidad económica para su implementación para el bien social de la región y disfrute de quienes la visitan.

Para desarrollar el estudio se utilizó una metodología cuantitativa-cualitativa de carácter descriptivo y explicativo con uso de técnicas como la encuesta, y observación, cuestionarios en virtud de establecer estándares de calidad apropiados y tendencias arquitectónicas convenientes de acuerdo a las características ambientales.

Cabe señalar que para innovar en el sector hotelero se hace necesario consultar a especialistas en el tema, pues invertir sin conocimiento real de las alternativas pareciera un riesgo para las finanzas, lo que se minimiza cuando se utilizan las herramientas de marketing pertinentes, se hace estudio de posicionamiento, del mercado, un estudio de sensibilidad, se cuantifica la demanda de hoteles, se planea una imagen corporativa que visualice la proyección real en el mercado de usuarios y se hagan alianzas corporativas que unan esfuerzos de negocios reales.

Desarrollo

El negocio hotelero

Como es bien sabido el mayor y más amplio recurso que tiene una sociedad son sus destinos turísticos, pues del ambiente natural e infraestructura hotelera surgen una gran cantidad de empleos que benefician a los ciudadanos, haciendo que los pueblos se desarrollen y bajen los índices de pobreza que en muchas ocasiones consumen la posibilidad de una calidad de vida cónsona con las necesidades de sus habitantes.

La industria hotelera presupone el poseer un recurso primordial que constituye las diferentes ofertas de visitar lugares recreacionales con paisajes admirables como fuente inagotable para el disfrute del hombre; por lo que entonces es necesario implementar y ofrece a los moradores y visitantes la oportunidad de tener alojamientos adecuados con seguridad e higiene para poder establecer programas vacacionales y turísticos en general, como elemento que determinará el acrecentamiento de la economía de la región.

En función de la calidad y cantidad así como de la competitividad de sus empresas hoteleras señala la (Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas, 2017) “el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (p. 3)

Lo expresado en la cita, hace fácilmente comprensible, que no existe un mecanismo o metodología lineal que delimite las estrategias para crear una red hotelera o un modesto hotel, cada uno de los proyectos tiene sus características propias por lo que estudiar una propuesta de

negocios hoteleros está supeditada a las oportunidades del sector o localidad geográfica como producto de la cadena de valor que dicho hotel pueda generar.

El turismo visto por lo tanto como una oportunidad de negocios, pero con visión de servicio a la comunidad, con misión de contribuir al desarrollo económico y social de un pueblo se convierte en un valor agregado que le da realce a su imagen al nivel que se haya diseñado, pues tal es el conocimiento que de la red hotelera se pueda generar a través de las redes sociales y tecnología pertinente que dependiendo de la promoción real de sus servicios así será su demanda y éxito.

El negocio hotelero visto desde una concepción de integración social y económica incluye la apropiación de sus inversionistas de la cultura de la comunidad, pues sus visitantes precisamente concurren a ellos para alojarse y poder disfrutar de la cultura local, de las costumbres, vocablos, comportamientos de las personas, la música, el ambiente y todo aquello que conforma la sana recreación del turista en general.

De acuerdo a (Organización Mundial de Turismo, 2007), El turismo:

Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*. (s.p)

El negocio hotelero por tanto requiere tener una concepción clara de lo que significa turismo, ya que sus efectos en la economía afecta el desarrollo y calidad de vida de sus habitantes, su implementación ha de tener en cuenta además la conservación de los ambientes naturales, el entorno, las edificaciones, las instalaciones culturales de los cuales se pueda sacar provecho para transmitir la cultura local, ha de tener en cuenta además a las organizaciones involucradas, desde empresas comercios, entes bancarios disponibles en la localidad, entre muchos otros factores como parte de los servicios de los cuales puede disponer el usuario, ya que ello conlleva al establecimiento obviamente de mecanismos y políticas para la atención de los clientes del gran negocio hotelero y sus repercusiones macro-económicas, sociales y culturales para los cuales se crea.

Pudiera pensarse hacer un negocio hotelero es simplemente colocar la infraestructura básica como lo es el espacio físico, pero suele ser mucho más complejo de lo que realmente se piensa, ya que la visión de oportunidad de negocio ha de ir más allá de la mera apertura de un local para recibir personas, su éxito depende de la estrategia de implantación de la misma tal como lo comenta (Lucas, 2010):

Si los Directivos de la empresa hotelera son capaces de identificar las oportunidades que existen en las fuerzas competitivas impulsoras de los cambios en el entorno, elaboran las estrategias competitivas que permiten que la empresa obtenga ventajas competitivas aprovechando esas oportunidades y asignan recursos financieros

suficientes a las estrategias competitivas que generan más valor, tendrán más posibilidades de lograr los resultados financieros deseados por los propietarios y por los inversores. (s.p)

La estrategia ha de ser vista entonces no solo como la forma de imponer un marketing, no es solo un proceso, ella representa la manera de concebir una idea, de cómo se puede llevar a cabo, las definiciones de responsabilidades para ejecutar cada uno de los pasos que lleven al éxito una idea primordial donde todos y cada uno de los involucrados libere la sinergia necesaria para que el negocio hotelero sea de provecho social y pueda transformar el futuro de los pueblos, haciendo que se conviertan en mercados posibles para generar turismo.

Mercado Potencial y objetivo como cuantificación de la demanda

El considerar una localidad geográfica cualquiera para establecer una red de negocios hoteleros ha de conllevar en forma explícita las definiciones que le caractericen como un mercado potencial realmente factible, que pueda ser ejecutado realmente sobre la base de establecimiento de cifras que reflejen la necesidad de su apertura evitando caer en errores de marketing que difieran de la realidad económica y social que impidan el posicionamiento del negocio hotelero pretendido a partir de una imagen corporativa irreal. Por el contrario toda imagen de sociedad hotelera ha de reflejar la unificación de criterios que integren el comportamiento gerencial unificado sobre la base de una sola visión como parte de la integración sinérgica de las alternativas de alianzas estratégicas con diferentes organismos e instituciones que apoyen no solo capital económico sino capital intelectual y profesionalismo para poder desarrollar un proyecto hotelero producto de un análisis de factibilidad realizado tomando en cuenta los aspectos geográficos, necesidades locales, oportunidades de empleos, recursos disponibles, así como el tiempo necesario para su ejecución.

Es apropiado señalar que el objetivo fundamental de la apertura de un hotel o red hotelera tendrá éxito si se ha planificado en forma integrada, donde la planificación estratégica como lo refieren (Campa Planas & Banchieri, s.f) “Los establecimientos hoteleros ofrecen servicios de índole muy diversa. No se limitan exclusivamente al alojamiento y la restauración sino que abarcan un amplio abanico de actividades muy heterogéneas lo cual convierte su gestión en una tarea más bien compleja” (p. 4), lo cual amerita a juicio propio tomar medidas de prevención posibles con el fin de evitar riesgos de pérdidas de capital económico proyectándose la idea de un negocio hotelero sobre una base sólida que refleje la inversión para producir no solo atención de usuarios sino empleo.

Análisis y Conclusiones

Con la ayuda de los métodos adecuados que en este caso fueron las encuestas, mismas que nos proporcionaron datos referentes a la preferencia en alojamiento, presupuesto, tiempo de permanencia de los turistas que llegan a visitar Baños de agua santa y en especial la parroquia Ulba, mediante estos resultados se pudo escoger tanto los instrumentos adecuados como las estrategias idóneas que se aplicaran con el fin de saber si el proyecto es factible.

En base al trabajo de titulación realizado (Luna, 2017) “Estudio de factibilidad para la creación de una Hosteria, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua” se estableció una muestra, la misma que sea significativa para así aplicar el cuestionario, se trabajó en base a la fórmula del cálculo de la población finita, el resultado arrojado por la fórmula fue que de 18.096 turistas anuales que visitan la parroquia Ulba, la muestra sería de 149 turistas a encuestar. Para saber el mayor número de datos de las hosterías del sector se optó por la técnica de la observación, estos dos métodos investigativos no arrojaron la necesidad de establecer un hotel en el contexto estudiado, con mecanismos de seguridad y atención esmerada a usuarios locales, nacionales e internacionales

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

$$n = \frac{18.096 (1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,08^2 (18.096 - 1) + 1,96^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = 149$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

e: error de muestreo (e= 0,08)

p: probabilidad a favor (p= 0,5)

q: probabilidad en contra (q=0,5)

z: nivel de confianza ($Z_{0,95}=1.96$)

N= Población 18.096 (Turistas)

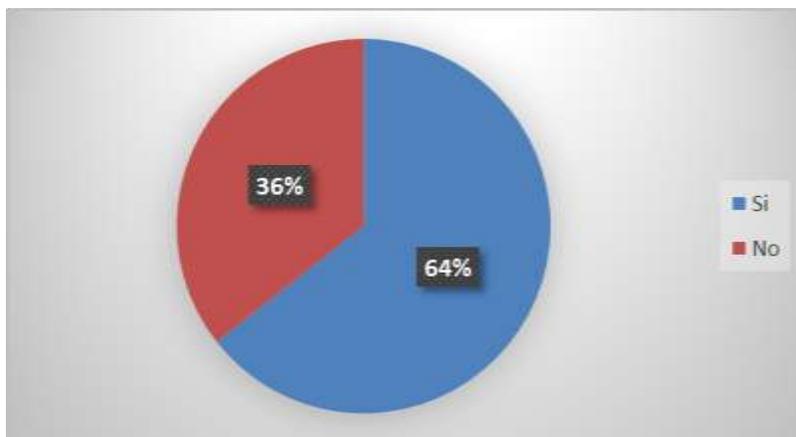
Disposición para visitar y solicitar los servicios de una nueva hostería ubicada en la parroquia Ulba. Esta es una de las interrogantes más relevantes planteadas en el cuestionario de la encuesta realizada a la muestra establecida.

Tabla1: Disposición para visitar y solicitar los servicios de una nueva hostería ubicada en la parroquia Ulba.

Pregunta 8	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	64%
No	53	36%
Total	149	100%

Elaborado por: El Autor (2016)

Figura1: Disposición para visitar y solicitar los servicios de una nueva hostería ubicada en la parroquia Ulba.



Elaborado por: El Autor

(2016)

Como se observa en la tabla 1, el 64% de la población encuestada estaría dispuesto visitar una hostería ubicada en la parroquia Ulba que cubra los servicios planteados en la pregunta, mientras que el 36% restante respondieron que no, por motivos de costo. Por lo tanto, la creación de la hostería se sustenta dada la demanda de los servicios.

Estudio Factibilidad. Una vez que se obtuvo los resultados de las encuestas y que estos son favorables para el desarrollo del proyecto hostelero se elaboró la proyección de la demanda para los próximos 5 años a partir del método geométrico o exponencial que se muestra a continuación:

$$Dt = D(1 + i)^n$$

Dónde:

Dt = Demanda total

D = Demanda actual

i = Tasa relativa de crecimiento anual

n = 5 potencia relativa al número de años por los que estará en vigor la investigación.

$$Dt = 23308(1 + 3.38\%)^1$$

$$Dt = 23308(1 + 0.0338)^1$$

$$Dt = 24.095 \text{ huéspedes} - \text{noche/año}$$

En la tabla 2 se muestra la proyección realizada para los próximos 5 años a partir de este método.

Tabla 2: Proyección de la demanda total para los próximos 5 años

Años	2016	2017	2018	2019	2020
Demanda Proyectada	24.095	24.910	25.752	26.622	27.522

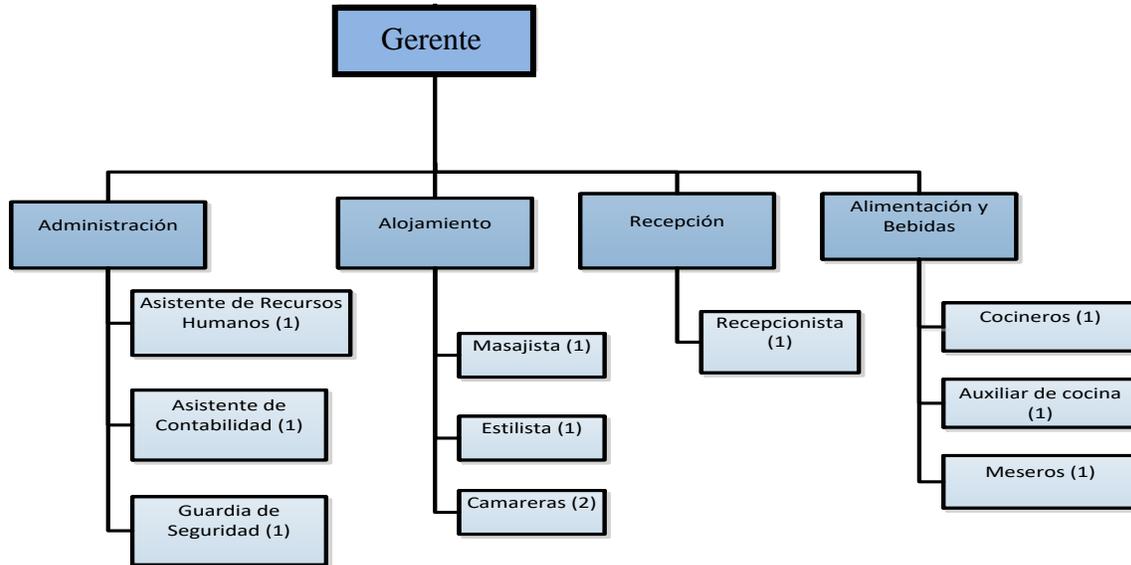
Elaborado por: El Autor

La proyección se realizó desde el 2016 fecha donde se inició el estudio de factibilidad de la hostería, para el 2017 como se muestra en la tabla 2 la demanda estimada será de 24.095 huéspedes-noche, la oferta está dada por la capacidad de alojamiento de las hosterías que actualmente están ubicadas en la parroquia Ulba, Jardines de Chamana, Finca Chamanapamba, La Estancia de Dulcelina y El Trapichem esto es el resultado del método de observación.

También se trabajó en una estructura organizacional misma que es ágil, liviana flexible, enfocada a la cadena de valor de los procesos, en la misma está contemplado la no multiplicación de funciones de cada uno de los integrantes, siempre presente en la prioridad que es el cliente y la satisfacción del mismo

Estructura propuesta para la Hostería “El Valle de Ulba”

Figura 2: Organigrama de la Hostería “El Valle de Ulba”



Elaborado por: El Autor

Conclusiones:

La investigación desarrollada permitió concluir que el turismo como actividad económica genera demanda de bienes y servicios que favorecen el desarrollo social de los pueblos, donde se ha de tener claros los conceptos de contribución económico-social-cultural como una fuente de trabajo que produce la vez un impacto en la comunidad donde se establece un hotel o una red hotelera, ya que al generar empleo hay desarrollo social., donde exista competitividad con empresas hoteleras determinándose la propia productividad como mecanismo de evaluación de resultados de la gestión empresarial hotelera.

Bibliografía

Campa Planas, F., & Banchieri, L. C. (s.f). *La planificación y control en el sector hotelero*. Catalunya, España: Universidad Nacional del Sur. Obtenido de La planificación y control en el sector hotelero: http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xviiicongresoaecca/cd/79d.pdf

Lucas, R. (17 de junio de 2010). *La Importancia de la Estrategia para la Empresa Hotelera*. Obtenido de La Importancia de la Estrategia para la Empresa Hotelera: <http://www.cesae.es/blog/la-importancia-de-la-estrategia-para-la-empresa-hotelera>

Luna, A. (2017). Estudio de factibilidad para la creación de una Hosteria, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

Organización Mundial de Turismo. (2007). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de Entender el turismo: Glosario Básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas. (15 de Marzo de 2017). *Turismo e innovación*. Obtenido de Turismo e innovación: <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/industria-del-turismo.pdf>