



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil – UTEG

Facultad de Estudios de Posgrados

Tesis en opción al título de Magister en:

Maestría en Administración de Empresas

Tema de Tesis:

Alojamiento Informal e Influencia en la Rentabilidad del sector Hotelero en Salinas provincia de Santa Elena, Ecuador.

Director de tesis:

Arq. José Bohórquez Z., MSc.

Autor:

Ing. Gustavo Andrés García Bustillos

Agosto 2021

Guayaquil – Ecuador

DECLARACIÓN EXPRESA

DECLARO QUE:

La Tesis **Alojamiento Informal e Influencia en la Rentabilidad del sector Hotelero en Salinas provincia de Santa Elena, Ecuador**, previa a la obtención del Grado de académico de **Máster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando los derechos intelectuales de terceros conforme a las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis del Grado Académico en mención.

Ing. Gustavo Andrés García Bustillos.

C.I. 0201095155

DEDICATORIA

Dedico de todo corazón este trabajo a mis padres quienes sin duda alguna han sido un pilar fundamental en mi vida. Los consejos diarios mi madre, Teresa Bustillos, han sido motivación para cumplir con mis propósitos, el apoyo constante de mi padre, Milton García, también ha sido esencial e importante. Sobre todo, dedico esta tesis a ellos por creer en mi capacidad. Han creado en mí una persona de bien que siempre mantiene sus prioridades y metas en lo alto.

Por supuesto, también a mis hermanos Andrea y Santiago y toda mi familia quienes con palabras de aliento me incentivaban a que siga adelante.

AGRADECIMIENTO

Sin duda alguna agradezco a Dios por darme la oportunidad de poder estudiar y cumplir mis objetivos.

A mi esposa e hijas por su paciencia, confianza y apoyo, quienes estuvieron a mi lado durante este proceso de aprendizaje.

Gracias a toda mi familia, porque sin ellos no hubiese logrado esta meta tan anhelada.

A mis compañeros y maestros que me guiaron día a día para adquirir nuevos conocimientos que pronto pondré en práctica.

RESUMEN

En la actualidad existe una nueva modalidad de hospedaje llamado “alojamiento informal” dejando en una encrucijada al sector hotelero mundial ya que no es una competencia legal y no cuentan con las reglas elementales para alojar huéspedes previo pago del servicio, perjudicando económicamente al sector hotelero. Dicho esto, el objetivo del presente estudio fue conocer la influencia del alojamiento informal en la rentabilidad del sector hotelero pequeño de Salinas. Así mismo, la metodología se basó en un enfoque mixto, con un alcance descriptivo - analítico, empleando un diseño no experimental. En este sentido, se hizo uso del análisis documental, así como la aplicación de encuestas a una muestra elegida por conveniencia compuesta por 20 hoteles de categoría dos estrellas del cantón. Los resultados del cuestionario determinaron que alrededor del 40% opera en condiciones de informalidad, siendo la causa principal en, al menos, el 50% de los casos, los costos derivados de la formalización. Así mismo, por lo que respecta a la entrevista dirigida al representante del departamento de turismo de la municipalidad de Salinas, se determinaron los siguientes efectos negativos; incorrecto monitoreo de los resultados del sector, condiciones de desempleo inadecuadas para los que operan en estos negocios y, sobre todo, merma ocupacional del 30-40% en el sector formal. Se concluye, que es necesario identificar estos establecimientos y darles acompañamiento en los procesos de constitución legal, dado que ello, representa grandes beneficios a nivel cantonal.

Palabras clave: Industria hotelera, Rentabilidad, Alojamiento, Informal, Salinas.

ABSTRACT

Currently there is a new type of accommodation called "informal accommodation" leaving the global hotel sector at a crossroads since it is not a legal competition and they do not have the basic rules to accommodate guests after payment of the service, economically damaging the hotel sector. That said, the objective of this study was to determine the influence of informal accommodation on the profitability of the small hotel sector in Salinas. Likewise, the methodology was based on a mixed approach, with a descriptive-analytical scope, using a non-experimental design. In this sense, documentary analysis was used, as well as the application of surveys to a sample chosen for convenience made up of 20 two-star hotels in the canton. The results of the questionnaire determined that around 40% operate in informal conditions, the main cause being, in at least 50% of the cases, the costs derived from formalization. Likewise, regarding the interview directed to the representative of the tourism department of the municipality of Salinas, the following negative effects were determined; incorrect monitoring of the sector's results, inadequate unemployment conditions for those who operate in these businesses and, above all, occupational decline of 30-40% in the formal sector. It is concluded that it is necessary to identify these establishments and accompany them in the legal constitution processes, since this represents great benefits at the cantonal level.

Key Words: *Hotel industry, Profitability, Accommodation, Informal, Salinas.*

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN EXPRESA	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes de la investigación	2
1.2. Planteamiento del Problema:	2
1.2.1. Formulación:	4
1.3.1. Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4. Justificación de la investigación	5
1.5. Marco referencial	5
1.5.2. Segmentos de la industria hotelera.	16
1.5.2.1. Industria del alojamiento	16
1.5.2.2. Industria de alimentos y bebidas.	19
1.5.3. La cadena de valor de la industria hotelera	21
1.5.4. Segmento de clientes de hospitalidad	23
1.5.5. Impacto económico y social de la industria hotelera.	25
1.5.6. Dos aspectos clave de la industria hotelera.	27
1.5.6.1. Fuerza laboral	27
1.5.6.2. La satisfacción del cliente	28
1.5.7. Papel e importancia de la industria hotelera.	30
1.5.8 Impacto del Covid-19 en el sector hotelero	30
1.5.9 Alojamiento informal hotelero	34
2.1. Tipo de diseño alcance y enfoque de la investigación:	38
2.2. Métodos de la investigación	39
2.3. Unidad de análisis población y muestra	39
2.4. Variables de la investigación operacionalizadas	40
2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información	41
2.6. Tratamiento de la información	42
2.7. Análisis de resultados	43

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Operacionalización de las variables	40
Tabla 2 Técnicas de recolección de datos.....	41
Tabla 3 Oferta de hospedaje en Salinas	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cadena de valor de la industria hotelera	23
Figura 2 Causas y efectos de baja rentabilidad de sector hotelero	37

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe una nueva modalidad de hospedaje llamado “alojamiento informal” dejando en una encrucijada al sector hotelero mundial ya que no es una competencia legal y no cuentan con las reglas elementales para alojar huéspedes previo pago del servicio, perjudicando económicamente al sector hotelero.

Los principales balnearios de la Provincia de Santa Elena actualmente reciben miles de turistas por lo que la informalidad está ganando terreno y uno de los motivos es la no regulación efectiva de precios, el pago de impuestos y tasas respectivas a las entidades correspondientes. El Sector Público al no mitigar estos problemas de manera directa o indirecta ocasiona una afectación a la imagen turística de la Región (Morales, 2016).

En el caso de no implementarse una gestión de control y regulación por parte de entidades como GAD Municipal, SRI, Ministerio de Turismo y por supuesto del mismo sector hotelero con la aplicación de mejoras en sus infraestructuras, innovación para atracción de clientes y lograr la completa satisfacción de los consumidores para así obtener una rentabilidad estable relevante para todos los que están involucrados con esta actividad de alojamiento formal.

CAPÍTULO I. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

1.1. Antecedentes de la investigación

El siguiente autor: Celia Morales Palma (2016), publicó un artículo titulado *“Mejora de la productividad en negocios turísticos: estudio de caso en Salinas, Ecuador”*.

Este artículo determina el uso de estrategias para maximizar la ocupación hotelera a lo largo de todo el año aprovechando los recursos naturales y los recursos tecnológicos, logrando que el sector turístico sea uno de los principales generadores de divisas en la economía nacional.

Los siguientes autores: Andrea García Bustillos y Milton Maridueña Arroyave (2018), publicaron un artículo titulado *“Análisis del manejo promocional en la captación de clientes en pequeños hoteles del balneario Salinas, Provincia de Santa Elena”*.

El objetivo de este artículo es fomentar una adecuada estrategia de promoción en pequeños hoteles de Salinas para incrementar el nivel de clientes a los establecimientos de alojamientos de manera continua.

Los siguientes autores: Eduard Cuscó Puigdemívol y Jaume Font Garolera (2015), publicaron un artículo titulado *“Nuevas formas de alojamiento turístico: comercialización, localización y regulación de las ‘viviendas de uso turístico’ en Cataluña”*.

El objetivo de este artículo es analizar las nuevas modalidades de alojamiento en viviendas privadas en Cataluña, España; explicar y valorar la respuesta dada por la administración catalana para regularizar dicha oferta y evitar la proliferación de alquiler de viviendas a través de un plan estratégico de parte del municipio de Barcelona.

1.2. Planteamiento del Problema:

La ciudad de Salinas, provincia de Santa Elena tiene una extensa lista de establecimientos hoteleros formales. La guía de hoteles de Ecuador proporciona un listado de 69 hoteles de los cuales 3 son de lujo, 10 son de primera, 39 son hostales y pensiones, 2 apart-hoteles, 1 eco turístico, 5 hosterías, 8 hoteles

sencillos y 1 hotel boutique. A este listado tenemos que sumarle los hostales y pensiones no formales y alojamientos privados dando como resultado un mayor número de entidades hoteleras (Morales, 2016).

El turismo es un sector clave, cuya promoción permite incrementar los ingresos en divisas. Casi todos los países han reconocido el potencial del turismo y tratan de aumentar el número de visitantes extranjeros, para incrementar así sus exportaciones de servicios (González, 2011).

Salinas muestra un sumario total de capacidad hotelera en la temporada turística comprendida entre los meses de enero a marzo y también en feriados como Fin de año y Semana Santa, entre los meses de abril a diciembre solo se logra una captación del 30% de la capacidad hotelera (Santos G. , 2015).

Sin embargo, el alojamiento informal es una tendencia que aqueja al sector turístico en general, pero analizando este aspecto en el sector hotelero, se puede deducir que existe un serio problema que se traduce en la baja de rentabilidad de los hoteles, sobre todo porque no existe una ley reguladora eficaz que proteja al sector hotelero en el Ecuador.

La proliferación de este ámbito va en aumento cada día más ya que los promotores de este tipo de “servicio” lo ven como una fuente de ingresos extras, dejando de lado la importancia de la seguridad del cliente y la comodidad del mismo, quedando los turistas expuestos a estafas y falta de garantías al momento de adquirir un servicio de hospedaje (Nacional, 2017).

Diferentes hoteles han preferido por disminuir precios ante esta competencia desleal que se está presentando en estas localidades y hoteles con categorías superiores, tengan costos económicos facilitando de esta manera que el número de recurso humano estable sea mermado ya que al no tener más clientes tengan que despedir a sus empleados y solo trabajar con un personal ocasional.

En el cantón Salinas un extenso número de hoteles poseen limitadas herramientas y alternativas para poder promocionar sus establecimientos y por ende generar más ingresos, por otra parte, no se han incorporado estrategias de publicidad que

les permita difundir e impulsar las ofertas y servicios que poseen (García & Maridueña, 2018).

Por último, se debe concientizar al cliente que los servicios de hospedaje legalmente establecidos son la mejor opción que puedan tener al momento de contratar un servicio de alojamiento, para así poder contribuir a la superación de esta problemática y poder tener un sector hotelero rentable en toda la provincia de Santa Elena que, además sirva de ejemplo para otros sectores.

1.2.1. Formulación:

¿Cómo el alojamiento informal influye en la rentabilidad del sector hotelero pequeño de Salinas?

1.2.2. Sistematización del problema

¿Cuáles son los elementos conceptuales que permitan definir el alojamiento informal y aproximarse a explicar la baja rentabilidad del sector hotelero pequeño de Salinas?

¿Cuál es el porcentaje anual y características del alojamiento informal en Salinas?

¿Calcular las pérdidas económicas en el sector hotelero pequeño de Salinas ocasionadas por el alojamiento informal?

¿Cuál es nivel socioeconómico del turista al momento de elegir el tipo de alojamiento?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Conocer la influencia del alojamiento informal en la rentabilidad del sector hotelero pequeño de Salinas

1.3.2. Objetivos específicos

- Sustentar teóricamente los elementos para una definición de alojamiento informal y los factores de la baja rentabilidad del sector hotelero pequeño de Salinas.

- Analizar la cantidad y características del alojamiento informal en Salinas.
- Establecer las pérdidas económicas en el sector hotelero pequeño de Salinas a causa del alojamiento informal.

1.4. Justificación de la investigación

La presente investigación se lleva a cabo para demostrar el impacto que tiene el alojamiento informal en la rentabilidad del sector hotelero de Salinas, la falta de control por parte de las entidades gubernamentales genera una proliferación sin control de esta competencia ilegal lo cual no ofrece ningún tipo de garantía para el turista ya que por ser más económico lo contratan sin asumir los riesgos de las faltas de condiciones higiénicas y de seguridad en muchos casos.

Esta investigación trata de buscar herramientas que contrarresten esta amenaza para el sector hotelero implementando alternativas concretas que ayuden a mitigar este servicio de alojamiento informal.

1.5. Marco referencial

La hotelería informal o también conocida como “parahotelería” es una hotelería paralela, cuyas habitaciones o residencias son utilizados con propósitos de alojamiento pasando así de residencial a uso comercial y no cuentan con registro de Turismo, conllevando al perjuicio a quienes están reglamentados siendo una competencia desleal y sin control al no tener un permiso legal (Cuscó, 2015).

Rebotier (2010) refiere a la informalidad como una transformación sociopolítica significativa de un orden socio espacial. Es decir, marca intensas transformaciones sociales y políticas de las sociedades urbanas, y, asimismo es una herramienta que pretende acarrear estabilidad, o alusiones legítimas y usuales en un mundo urbano.

“Las ventas en el servicio turístico mundial entre los años 2010 y 2016 fueron de 5,857.9 millones de dólares. El mayor nivel de ventas se registró en el año 2015 con 1,018.5 millones de dólares” (Alles, 2017).

El alojamiento informal lo constituyen personas naturales o jurídicas que mediante el contrato de hospedaje alquilan o subalquilan por periodos menores a treinta días. El alojamiento informal es una amenaza para el sector hotelero, pero no siendo esta la única ya que existen otros factores que también condicionan los ingresos al sector hotelero como por ejemplo la escasa promoción y mercadeo, los problemas de calidad y servicio, problemas de infraestructura y por ultimo las fallas de la gestión pública (De Duque, 2017).

La actividad Hotelera se ha desarrollado a gran escala, llegando a ser una de las mayores industrias mundiales. En Ecuador esta actividad es considerado un gran factor en el sector económico de mucha importancia porque genera fuentes de trabajo, extenso progreso regional, inversiones, generación de divisas (Santos G. , 2015).

Salinas es considerado uno de los mejores balnearios del Ecuador, sin embargo, la captación de turistas no es constante debido la estacionalidad o también llamada temporada de playa.

El sector hotelero pequeño de Salinas, muestra una escasa utilización de herramientas de promoción turística que impide acrecentar el nivel de ventas y sumado a esto el crecimiento del alojamiento informal, además de la escasa generación de tácticas de publicidad que les posibilite promover o fomentar mediante medios promotores lo que los hoteles tienen para ofrecer y así mitigar un poco la competencia

De acuerdo con el Ministerio de Turismo del Ecuador existen 4.211 establecimientos de alojamiento, de los cuales 65 son de lujo, 280 son de primera categoría, 1.117 son de segunda categoría, 1.068 son de tercera categoría, 944 son de cuarta categoría y 184 son de categoría única.

Salinas brinda numerosas formas de recreación y entretenimiento a sus visitantes los 365 días del año, cuenta con una privilegiada ubicación geográfica en el país esto permite atraer a miles de turistas ofreciendo diversas ofertas turísticas que se presentan en diversas temporadas. Salinas posee diferentes temporadas como son: Temporada alta que se la divide en Fin de Año, carnaval, Semana Santa, avistamiento de ballenas jorobadas y temporada de sierra. Durante estos periodos de tiempo la demanda turística es muy alta facilitando que muchos hoteles ofrezcan diversas opciones y promociones para la captación de turistas.

A pesar de que el turismo posee muchas actividades con diversos beneficios, el gremio hotelero se ve afectado por la presencia de los alquileres temporarios que se propagan sin ningún control. Los propietarios de hoteles en los sectores de San Lorenzo y Chipipe ven esta informalidad como algo perjudicial debido a que los dueños de varios edificios realizan esta actividad informal de alojamiento, ya que al ofertar costos más bajos a los turistas perjudican la imagen del Ecuador y pone en juego la estabilidad de las empresas hoteleras (Santos G. , 2015).

Debido a la posición consolidada que tienen algunas ciudades como destino turístico. Asimismo, la crisis económica que afecta a nuestro país da como resultado una nueva forma de sustento como ejemplo claro el alquiler de viviendas y departamentos como opción de alojamiento informal a los turistas.

Mediante las entrevistas que se realizaron a una gran cantidad de propietarios de establecimientos hoteleros coincidieron en que los turistas buscan departamentos o casas renteras por el bajo precio que ofrecen. Gran parte de los promotores de alojamiento informal buscan acomodar a más clientes por un precio más económico en casas renteras y departamentos.

Sin embargo, para la mayoría del sector hotelero el turista que llega a hospedarse deriva de empresas y parejas en busca de salir de la rutina, estos clientes buscan una atención cordial y personalizada, de eficacia y con profesionalismo. Pese a que el alojamiento informal se propaga en cada temporada o en feriados, numerosos son los hoteles que se han visto afectados por este tipo de hospedaje, y en varias oportunidades han tenido que disminuir el valor de sus tarifas debido a

que el turista decide hospedarse en casas y departamentos a un menor valor que el del hotel.

“En los últimos años, la eclosión de la economía colaborativa y de las plataformas online de difusión y comercialización de viviendas particulares para usos turísticos, plantea nuevos retos y un cambio de paradigma turístico a escala global” (El Tiempo Diario de Cuenca, 2016).

El alojamiento informal ocasiona molestias al sector hotelero, sobre todo a los propietarios de los hoteles establecidos legalmente, pues perjudica directamente a su rentabilidad manteniendo una baja captación de clientes.

Las casas y apartamentos de alquiler están desencadenando una mala evolución de alojamiento a nivel mundial. Tienen como base las redes sociales y las herramientas on-line generando un vacío legal ya que los entes para su control son escasos y prácticamente obsoletos, han ganado tal importancia que las entidades reguladoras están tratando de parar dicha informalidad debido a las quejas del sector hotelero legal, ya que se ven afectados económicamente por la disminución de sus ingresos que genera esta competencia desleal (Guillen & Iñiguez, 2016).

Cabe recalcar que existen infraestructuras con una buena ubicación que pueden ofrecer a sus clientes diferentes servicios y comodidades como departamentos con vista al mar, áreas de entretenimiento entre otros, llegando a ser una fuerte competencia para los establecimientos hoteleros. Por otra parte, el bajo precio que ofertan son una opción bastante apetecida para los turistas y por su comodidad, debido a que una casa o un departamento por lo general cuenta con varias habitaciones y varios baños, por ende, pueden ingresar una mayor cantidad de personas a un precio más bajo y contra esto un hotel no puede competir.

Este tipo de alojamiento es un verdadero problema para el sector hotelero debido a que la mayoría de clientes o turistas proviene de la ciudad de Guayaquil y se están acostumbrando a escoger este tipo de servicio. El modo operativo de este servicio ilegal y no regulado es que mediante un comisionista o mal llamado

enganchador hace un convenio con el dueño de la casa o departamento en el cual al momento de cobrar gana el 10% del valor total del alquiler. Esta problemática se la debe erradicar, trabajando conjuntamente con los entes reguladores para que emitan las respectivas multas o clausuras a estos lugares ya que no ofrecen ningún tipo de seguridad para el turista y así mitigar las pérdidas económicas del sector hotelero establecido.

“La calificación de la calidad percibida por este mercado indica que la hotelería convencional goza de un mejor prestigio y se le reconoce ante todo una oferta más cualificada en materia de prestación de servicios, recreación y seguridad” (García & Maridueña, 2018).

En Salinas hay dos temporadas claramente establecidas en el año: La primera es la temporada de buen clima o llamada temporada de playa que se da entre enero a marzo, la demanda en este lapso de tiempo es superior a la oferta, el turista prácticamente no tiene poder de negociación. El resto del año la ocupación desciende en un 70% dándole al cliente un gran poder de negociación. En fechas claves tales como feriados y fechas festivas la ocupación es total dejando sin poder negociador al cliente (García & Maridueña, 2018).

Tania Sarmiento, directora de la Fundación de Turismo para Cuenca, define esta situación como una “problemática grave que afecta directamente al sector hotelero”. Menciona, esta nueva modalidad de alojamiento no es un suceso específico de ciudades del Ecuador, sino una tendencia mundial que se da incluso en el servicio de transporte. “Lo llamo problema porque atenta contra aquellos que sí están cumpliendo todas las normativas y que están normalizados y regularizados” (El Tiempo Diario de Cuenca, 2016).

El alojamiento informal se promociona libremente en las páginas de internet y redes sociales. Diariamente se ofrecen departamentos, casas y suites para turistas, sin que cumplan normas de garantía y de seguridad, no tienen permisos de funcionamiento regulados como los alojamientos formales no pagan impuestos su crecimiento sigue en aumento (González, 2011).

El alojamiento informal es réplica de quejas continuas por parte del hotelería formal. Este tipo de servicio de hospedaje ilícito incumple con toda medida básica previo pago para hospedar turistas. Muchos servicios ofrecidos por esta competencia ilegal se propagan sin contar con las normas higiénicas, lugares convenientes y aun precio irrisorio para acoger a los clientes (El Tiempo Diario de Cuenca, 2016).

Además, el diario manifiesta que muchos de los usuarios de este tipo de servicio de hospedaje no autorizado son los llamados mochileros, a pesar de esto las condiciones bajo las que son recibidos son deplorables, insalubres y de casi nula seguridad dejando entrever una mala reputación no sólo para la localidad que visitan sino también para el sector hotelero que puede ser aludido por comentarios con falta de discernimiento por la calidad de servicios que son prestados por esta competencia ilegal. Por otra parte, se debe regular de manera efectiva estas casas de hospedaje para no perjudicar tanto a los establecimientos hoteleros y al turista mediante el pago de impuestos y tasas respectivas para que puedan ejercer la actividad y cumplir las normativas de calidad de servicio a ofrecer.

Así también el sector hotelero se ve afectado negativamente por la competencia ilegal con miras a la desaparición de estos establecimientos si no se establece una precisa vigilancia en políticas territoriales restringiendo la promoción residencial para no mermar la rentabilidad del sector hotelero y de la localidad.

La industria del turismo se encuentra entre las industrias de más rápido crecimiento en el mundo que genera beneficios económicos sustanciales, contribuye al empleo y fomenta las inversiones y la innovación en el país anfitrión. Desde mediados de la década de 1980, se han producido cambios significativos que afectan la demanda turística y, en consecuencia, el surgimiento de la producción turística (Guillen & Iñiguez, 2016).

La dinámica del entorno turístico global está influenciada por factores externos (globalización, nuevas tecnologías, modernización de los sistemas de transporte y comunicaciones), así como por factores internos (nuevas demandas turísticas y una gestión más flexible).

El gasto de los turistas puede tener efectos multiplicadores significativos en el país anfitrión a través de los ingresos directos de los turistas (efecto multiplicador directo), el gasto de los ingresos directos de sus destinatarios para comprar los bienes necesarios (efecto multiplicador indirecto) y el gasto de los ingresos directos e indirectos en bienes y servicios no relacionados (Dopson & Nelson, 2017).

La industria hotelera forma parte de la industria de servicios y está compuesta por 5 subsectores principales que incluyen servicio de alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, eventos, turismo y transporte. En esencia, la industria hotelera se preocupa por proporcionar productos y servicios a las personas que ayudan en la recreación y apoyan el bienestar de las personas. Incluye diferentes actividades, cuyo objetivo principal es proporcionar un servicio y la satisfacción del cliente.

Esta industria se puede segmentar en cuatro: alimentos y bebidas, viajes y turismo (transporte), alojamiento y recreación (parque de ocio, relajación, etc.).

La industria hotelera puede definirse y entenderse como una industria que proporciona instalaciones para estadías, alimentos y servicios relacionados completos para la comodidad y el ocio de los viajeros y visitantes.

La hospitalidad es la industria que cubre todos los productos y servicios que sirven a los viajeros, turistas y todo tipo de visitantes. Cuando se conoce el turismo también entiendes la industria hotelera.

Esta industria está estrechamente asociada y es parte de la industria del turismo. Es una parte clave de la cadena de valor de la industria del turismo. Esta industria está impulsada principalmente por el turismo en crecimiento, pero atiende tanto a turistas como a viajeros.

La industria de la hospitalidad y el turismo están estrechamente relacionadas y cada una juega un papel importante en el desarrollo y crecimiento de la otra. El turismo genera ingresos, crecimiento y desarrollo para la hospitalidad. Por otro lado, la industria hotelera se suma al valor general y la importancia del turismo.

Crea una mayor demanda turística, lo hace ver más atractivo, agrega el nivel de confort muy necesario para turistas y viajeros. Sin hospitalidad, el turismo estaría incompleto y no logrará el crecimiento (Hipp C, 2017).

En la industria hotelera la innovación suele ser incentivada por el personal que está en contacto directo con la empresa. Por lo tanto, el diseño y las pruebas de un nuevo servicio, por ejemplo, deben incluir tanto las aportaciones de los posibles clientes como la cooperación activa del personal operativo que, en última instancia, prestará el servicio. Entre los factores que promueven innovaciones de servicio exitosas esta la selección de mercado; gestión estratégica de recursos humanos; formación de empleados; capacidad de respuesta del mercado; empoderamiento; evaluación basada en el comportamiento; sinergia de marketing; compromiso de los empleados; calidad tangible. Además, existen cuatro dimensiones críticas de la innovación: servicios o productos, mercado, procesos y organización (Martínez, Fernández, & Casadesús, 2006).

Los sistemas de clasificación de hoteles se utilizan en casi todos los países. Los encargados de formular políticas, los administradores y los investigadores se toman este proceso en serio y contribuyen a mejorar el sistema para que refleje las necesidades del viajero moderno. Los hoteles también invierten mucho para obtener las calificaciones de estrellas deseadas. Sin embargo, aparte de las pautas y manuales de los esquemas de calificación por estrellas, apenas existe una fuente de información confiable que explique los principios en los que se basa el proceso de calificación por estrellas. La información disponible puede resultar confusa, ya que los diferentes sistemas de clasificación tienen diferentes criterios para la evaluación del hotel (Morales, 2016).

Existen diferentes tipos de hoteles de acuerdo a su modelo de negocio y características. Los hoteles de negocios, los hoteles de aeropuerto, los hoteles económicos, los hoteles boutique, los hoteles para convenciones y los hoteles con casino son algunos ejemplos de conceptos y servicios hoteleros diferenciados diseñados para satisfacer un segmento de mercado específico. A medida que las empresas continúan innovando y compitiendo para capturar nichos de mercado

definidos dentro de cada conjunto, podemos esperar ver la expansión continua de conceptos específicos. Por ejemplo, los hoteles que se encuentran cerca o incluso dentro de las instalaciones de convenciones son ideales para reuniones y eventos (Moreno, 2012).

El sector ha demostrado ser extremadamente resistente a la crisis económica mundial y al entorno empresarial volátil. El rápido desarrollo y expansión en destinos tradicionales como Europa y América del Norte, así como en nuevos mercados, como Oriente Medio y Asia, requiere la preparación y desarrollo de la futura generación de gerentes de hoteles y restaurantes (en adelante, gerentes de hotelería). Dada la creciente demanda de administradores de hotelería capacitados, el número de inscripciones en programas de pregrado en hotelería, turismo y ocio ha aumentado significativamente desde la década de 1980. Hoy en día, los programas de gestión hotelera son una parte bien establecida de la educación terciaria en gestión (postsecundaria o educación superior) y se espera que crezca en los próximos años. Esta entrada explora los enfoques curriculares de gestión hotelera en términos de estructura, contenido y desarrollos futuros (Narangajavana & Hu, 2018).

Se puede argumentar que la gestión hotelera como área de estudio se ha enfrentado a incertidumbres y controversias durante las últimas cuatro décadas. Esto incluye enfoque del estudio de esta asignatura, dudas sobre la seriedad de la asignatura, preocupación por la excesiva dependencia de otras disciplinas y preocupaciones por el adecuado equilibrio entre los aspectos vocacionales y académicos. También hay preguntas sobre si existe la necesidad de un plan de estudios básico y el desafío de identificar un cuerpo único de conocimientos sobre la gestión hotelera. A lo largo del desarrollo de la gestión hotelera como un área de estudio distinta, se producen tres desarrollos importantes. Primero, ha habido un aumento global masivo en el número de estudiantes, instituciones y profesores para esta área. En segundo lugar, los planes de estudios se han ampliado más allá de su ámbito profesional original y la gestión de la hostelería ha surgido como un tema de estudio en muchos niveles diferentes de educación. En tercer lugar,

este crecimiento y cambio ha provocado tensiones en el desarrollo del plan de estudios (Alles, 2017).

La diferencia entre la industria hotelera y la industria de viajes

La industria de la hospitalidad y la industria de viajes están estrechamente conectadas, pero también hay algunas diferencias sutiles a tener en cuenta. En un nivel básico, la industria de viajes o turismo se preocupa por los servicios para las personas que han viajado fuera de su lugar de residencia habitual, durante un período de tiempo relativamente corto.

Por el contrario, la industria hotelera se preocupa por los servicios relacionados con el ocio y la satisfacción del cliente. Esto bien puede significar ofrecer servicios a los turistas, pero también puede incluir la prestación de servicios a personas que no son turistas, como locales que disfrutan de su tiempo libre o personas que llegan a una zona por motivos distintos al turismo (García & Gallard, 2002).

El sector del alojamiento de la industria hotelera se preocupa por proporcionar a los clientes un lugar para quedarse, de forma temporal. Se asocia más comúnmente con la industria del turismo, donde las personas reservan vacaciones o viajes y requieren alojamiento, pero el sector del alojamiento también atiende a la gente local que busca un breve descanso de su rutina diaria, o aquellos que requieren alojamiento temporal para casi cualquier otro propósito (Morales, 2016).

La industria del turismo y los viajes es un sector clave de la economía mundial, que representa el 10,4% del PIB y sustenta una décima parte de los puestos de trabajo. El turismo impulsa la economía no solo estimulando directamente el consumo de alojamiento, transporte, entretenimiento, servicios alimentarios, información y seguros, sino también fomentando indirectamente la inversión en infraestructura, manufactura, etc.

Sin embargo, el sector turístico es sensible y vulnerable al clima riesgos y pueden verse afectados drásticamente por el cambio climático global. El cambio en el confort térmico, la atracción del paisaje y la disponibilidad de ciertas actividades (por ejemplo, el esquí) conducirán a una redistribución de los recursos turísticos

tanto espacial como temporalmente. Esta redistribución, a su vez, provoca efectos considerables y geográficamente heterogéneos en el rendimiento empresarial del turismo (García & Gallard, 2002).

Dicho efecto ha sido evaluado en trabajos de simulación a nivel global y a nivel de país, mientras que los estudios también ajustan modelos estadísticos para explorar cómo el cambio climático histórico afecta el flujo de viajes internacionales, también se evalúa la elección del destino y valor hedónico local de las comodidades climáticas. La mayoría de los estudios informan una disminución en el flujo de la población que viaja cuando la temperatura se vuelve menos cómoda y documentan los diferentes efectos regionales del cambio climático en el sector turístico.

Una estimación a nivel micro de las ganancias y pérdidas económicas en el lado de la oferta de la industria del turismo. Como resultado, es difícil para los propietarios de hoteles evaluar sus ganancias y pérdidas directamente debido al cambio climático, y el costo y beneficio de practicar estrategias de adaptación en consecuencia contra los posibles riesgos del cambio climático en el futuro.

Aquí nos centramos en un subsector importante del turismo y los viajes, la industria hotelera, y proporcionamos evidencia empírica a nivel micro de alta resolución espacio-temporal sobre el efecto del clima cambiante en su desempeño comercial (Requejo, 2017).

Los factores climáticos que incluyen la temperatura diaria, la velocidad del viento y la humedad relativa se promedian y la precipitación se agrega al nivel del mes.

Sectores de hotelería

La industria hotelera consiste básicamente en dos sectores o segmentos principales. El primer y más amplio segmento es el alojamiento, la estadía o la industria del alojamiento. El segundo segmento es el segmento de alimentos y bebidas que puede considerarse como parte de la industria o segmento de alojamiento, y también como un segmento independiente.

- Industria del alojamiento

- Industria de alimentos y bebidas.

¿Por qué la comida y las bebidas son parte del alojamiento o del segmento de alojamiento? Es por la simple razón de que los alimentos y bebidas que se sirven en el lugar donde se hospeda solo se pueden considerar como parte de los servicios o ingresos de ese lugar.

Si alguien se hospeda en un hotel, que es una parte importante de la industria hotelera, pero come en un mercado que no es parte de esta industria, entonces esa comida y servicio no se convierten en un servicio de nuestros servicios de la industria hotelera. Pero si comen en un restaurante, no está aumentando los ingresos del hotel, sino que está aumentando los ingresos de la industria hotelera.

1.5.2. Segmentos de la industria hotelera.

1.5.2.1. Industria del alojamiento

La industria del alojamiento y el segmento de la hospitalidad se asocian principalmente con la provisión de un lugar temporal para que se alojen huéspedes, visitantes, turistas y viajeros. El alojamiento es el aspecto más básico y fundamental de la hospitalidad como industria. Hay varios subsegmentos dentro de este que están de acuerdo con el tipo de alojamiento y servicios asociados con estos.

Hoteles

Esta es la primera y más destacada parte del alojamiento y también de la industria hotelera. Los hoteles son el lugar preferido para recibir para los viajeros y turistas. Esto se debe en gran medida a la gama de servicios, calidad y comodidad que brindan los hoteles.

Podría decirse que es la forma más obvia de alojamiento dentro de la industria hotelera, los hoteles atienden a personas que requieren estadías durante la noche o estadías más largas. Además de ofrecer alojamiento, tienden a proporcionar otros servicios, como servicio de habitaciones, limpieza e instalaciones para comer y beber.

Moteles

Motel es una palabra derivada del término "hotel de motoristas". Este era un término que se usaba para indicar cuando un hotel brindaba un amplio estacionamiento, una característica que es particularmente útil para los estadounidenses y canadienses que viajan con frecuencia largas distancias en las principales autopistas e interestatales. Inicialmente, las habitaciones de los moteles tenían puertas que daban al estacionamiento, lo que hacía entrada y salida especialmente fácil. Hoy en día, este puede ser el caso o no, ya que algunos moteles ahora tienen puertas que dan al interior que se conectan a las áreas comunes.

Se puede llamar a los moteles como una versión moderada de los hoteles. Estos son lugares que las personas o los viajeros nocturnos utilizan principalmente para pasar la noche. Estos tampoco brindan ni ofrecen la gama de servicios o la comodidad que brindan los hoteles.

Los moteles son similares a los hoteles, pero están diseñados específicamente para que los automovilistas los utilicen como alojamiento durante la noche. Teniendo esto en cuenta, generalmente se encuentran al borde de la carretera y contarán con plazas de aparcamiento gratuitas. Sin embargo, a diferencia de los hoteles, los moteles suelen ofrecer pocos servicios o comodidades adicionales.

Apartamentos con servicio

Otra forma de alojamiento que comparte similitudes con los hoteles, los apartamentos con servicios son unidades autónomas, que se ofrecen para estancias a corto o largo plazo. Por lo general, estos apartamentos estarán completamente amueblados, contendrán una cocina y pueden incluir varios servicios similares a los de un hotel, como lavandería y limpieza.

Tiempo compartido

Finalmente, el alojamiento en tiempo compartido es un tipo de alojamiento en el que los derechos de propiedad o uso se comparten entre varias personas. Puede ser una casa, un condominio o un tipo de propiedad similar y, por lo general, a

cada propietario se le asignará una época particular del año en la que tendrá derecho de uso (Rebotier J. , 2010).

Cama y Desayuno

Los Bed & Breakfast o B & B, como se los llama, son lugares pequeños principalmente para pasar la noche, pero vienen con el desayuno por la mañana. La mayoría de estos B & B están ubicados o establecidos dentro de una premisa de la casa con los propietarios que también viven allí. Tienen habitaciones privadas separadas especialmente para los invitados.

Resorts

Los resorts son un alojamiento de servicio completo diseñado específicamente para turistas. Ofrecen todos los servicios y comodidades que necesita un turista. Uno principalmente destinos turísticos cerca de destinos turísticos. Estos resorts están equipados con todas las amnistías básicas para una estadía confortable con habitaciones bien equipadas. También ofrecen comida, servicios de habitaciones y también instalaciones de ocio y recreación.

Un resort proporcionará una gama más amplia de instalaciones y comodidades. Esto significa que los huéspedes pueden acceder a las instalaciones para dormir, las instalaciones para comer y beber, las instalaciones de entretenimiento, las instalaciones comerciales y otras comodidades sin necesidad de salir del complejo. Muchos complejos turísticos también ofrecen precios con todo incluido.

Albergues

Los albergues son una forma de alojamiento común, donde varios huéspedes suelen dormir en una habitación compartida, y los huéspedes alquilan efectivamente una cama. Las instalaciones de baño y cocina suelen ser compartidas y los albergues ofrecen menos privacidad que los hoteles. Sin embargo, generalmente son significativamente más baratos, lo que los convierte en una opción sólida para aquellos con un presupuesto bajo (Puigdemívol, 2015).

1.5.2.2. Industria de alimentos y bebidas.

Restaurantes

Los restaurantes ofrecen una variedad de alimentos, bebidas y servicios junto con un lugar para comer dentro de la misma premisa. Si bien los restaurantes están destinados principalmente a que los clientes vengan, pidan y coman, algunos también ofrecen servicios de comida para llevar.

Esta sección de la industria hotelera incluye restaurantes de alta cocina, restaurantes de comida para llevar, restaurantes de comida rápida y una variedad de otros tipos de restaurantes.

Si bien los alimentos y bebidas son necesidades, la mayoría de los servicios de alimentos y bebidas también se incluyen en la industria de la hospitalidad, debido al hecho de que ofrecen a las personas una forma de gastar su tiempo libre y los ingresos disponibles, así como una oportunidad para socializar y disfrutar de una experiencia. Una vez más, el sector de alimentos y bebidas atiende a una amplia gama de clientes, incluidos turistas, lugareños, expatriados y transeúntes.

Hoteles

Los hoteles también ofrecen restaurante como sitio, orden y comer instalaciones. Esto es independiente del alojamiento y sus servicios.

Un hotel ofrece alojamiento pagado a los turistas y también puede proporcionar una serie de otros servicios o comodidades, como un restaurante, una piscina y/o un spa. Muchos hoteles también están organizados para celebrar conferencias y reuniones, lo que los convierte en lugares útiles para reuniones de negocios. Existe un sistema de clasificación de una a cinco estrellas como medio para comparar la calidad de los hoteles y sus servicios.

Abastecimiento

Los servicios de catering son servicios de comida que se brindan en un sitio en particular, o en un lugar más remoto, donde la comida y la bebida no son necesariamente el servicio principal brindado. Ejemplos de esto incluyen el

servicio de comidas en parques, arenas, estadios, hoteles, lugares para eventos y en ciertas formas de transporte público.

Barras

Los bares son lugares donde la gente viene a beber, a comer, a pasar algún tiempo y. Los bares generalmente ofrecen una variedad de bebidas alcohólicas, así como refrescos y jugos. También proporcionan comida ligera o bocadillos para tomar con las bebidas. Algunos bares también ofrecen entretenimiento para los invitados mientras disfrutan de sus bebidas.

Cafeterías

Los cafés ofrecen bebidas calientes como té y café junto con refrescos y comidas ligeras o aperitivos.

Brindan a los clientes opciones para salir, socializar y disfrutar de comidas y bebidas. También tienden a ser una opción más informal que la mayoría de los restaurantes de mesa. Los cafés generalmente se enfocan en café, té y refrigerios, mientras que los bares tienden a dar prioridad a las bebidas alcohólicas y refrescos, y también pueden ofrecer entretenimiento adicional.

Tiendas de té y café

Los salones de té y las cafeterías tienen una función similar a los cafés, sirviendo principalmente variedades de té y café, como sugiere el nombre. Dicho esto, las tiendas de té y café suelen ser habitaciones individuales dentro de edificios más grandes, como hoteles, y también pueden vender productos para llevar, como bolsas de té y granos de café.

Discotecas

Los clubes nocturnos son una de las principales formas en que la industria, atiende a las personas en busca de entretenimiento nocturno. Sirven bebidas alcohólicas, permanecen abiertos hasta tarde y, a menudo, ponen énfasis tanto en

la música como en el baile. Muchos clubes nocturnos tienen temas específicos y pueden atender a los lugareños, así como a los visitantes o turistas.

1.5.3. La cadena de valor de la industria hotelera

La cadena de valor de la industria hotelera forma parte de la cadena de valor de la industria turística. Todos los servicios, segmentos, sectores y componentes de la industria hotelera pertenecen en general a la industria del turismo.

Esto se debe a que la hospitalidad es el segmento muy importante del turismo. La hospitalidad atiende principalmente a los turistas y viajeros. Los clientes o el negocio de la hospitalidad provienen del turismo y también de los viajes.

Sin embargo, al mirar la cadena de valor de esta industria porque mirar la hospitalidad a través del turismo no es tan profundo y detallado. La hospitalidad, aunque es una parte importante del turismo, también es una industria independiente que sirve y atiende a todo tipo de personas, incluidas aquellas que no son turistas.

La cadena de valor se define y estructura en los dos sectores o segmentos de la industria hotelera, es decir, el sector de alojamiento y el sector o segmento de alimentos y bebidas. Luego cubre los subsegmentos y tipos para cada segmento, es decir, tipos de instalaciones de alojamiento y tipos de servicios de alimentos y bebidas en la hospitalidad.

La industria del turismo ha sido analizada mayoritariamente de manera holística a través de la perspectiva del canal de distribución. Así mismo, la mayoría de los enfoques están orientados al marketing y no enfatizan la gestión del desempeño y la medición de la cadena de valor en la industria del turismo. Y enfocada en el cliente. Los clientes ven el producto turístico como un producto integrado, Aunque se le da un gran énfasis a los problemas de servicio, calidad y satisfacción del cliente y su vínculo con el desempeño comercial en la industria del turismo (Requejo, 2017).

El producto turístico se produce en interacción con el cliente y los clientes tienen que ser importados al ámbito de la producción, al destino, esta inseparabilidad

hace que las empresas sean interdependientes entre sí, lo que afecta la satisfacción general del cliente y, por lo tanto, el negocio futuro. Por lo tanto, en este punto, se vuelve vital buscar formas de gestionar y medir la cadena de valor del turismo en su conjunto con un enfoque orientado al cliente (Beltran , Parra, & Padilla, 2017).

La cadena de valor del turismo comienza con el pedido del cliente. Los clientes o turistas tienen algunas alternativas a la hora de adquirir el producto turístico. Pueden organizar su plan de viaje con la ayuda de operadores turísticos o agentes de viajes emisores (viajes combinados), lo que tiene la ventaja de contar con asesoramiento profesional durante todo el paquete de vacaciones; u organizarlo ellos mismos (viajes individuales), lo que les permite ser flexibles en su experiencia de viaje. Los agentes de viajes entrantes se pueden utilizar para hacer arreglos de traslado desde o hacia el aeropuerto (o estación de tren, puerto, etc.) hacia o desde el hotel y para excursiones diarias y otras actividades realizadas en el destino. El transporte (avión, tren, etc.) entre el hogar y el destino también es una parte importante de la cadena de valor del turismo. El modelo de viaje combinado incluye las alternativas de tomar todo el paquete de vacaciones, que es el más popular, o cualquier parte del viaje (por ejemplo, solo boleto de avión, reserva de hotel, alquiler de automóvil en destino o una combinación de ambos). Por otro lado, los consumidores pueden organizar individualmente cada paso de su viaje por sí mismos, lo que significa que compran el boleto de avión, la estadía en el hotel, el alquiler de automóvil, la visita turística o cualquier otra actividad individualmente de las compañías directamente sin utilizar ningún intermediario.

El uso de TI en el modo de viaje indirecto está aumentando y se ha discutido su uso en el canal de distribución turística, especialmente desde finales de la década de 1990. Para gestionar el producto turístico como un producto integrado de principio a fin, se puede desarrollar un concepto de cadena de valor turística. En la etapa de orden ganadora, los consumidores compran el producto entre los paquetes de viaje predeterminados, ya sea como un todo o parte del organizador de viajes. Un operador turístico o un agente de viajes emisor hace los arreglos

necesarios en nombre del consumidor. El soporte previo a la entrega consiste en actividades como manejar los requisitos de visado, brindar información detallada sobre el destino y cualquier otra cosa que el consumidor pueda necesitar antes de la salida. El operador turístico o el agente de viajes emisor opera en esta etapa. La etapa de entrega es donde los clientes consumen su producto. Los proveedores turísticos entregan sus productos a los consumidores en esta etapa. El soporte posterior a la entrega es donde se mide la satisfacción del cliente y se toman las acciones correctivas necesarias para garantizar que la cadena de valor del turismo se gestione de manera continua (Bi, & Liu, 2020).



Figura 1 Cadena de valor de la industria hotelera

1.5.4. Segmento de clientes de hospitalidad

Un segmento de clientes objetivo es un grupo de personas que comparten deseos y necesidades similares. Incluso podrían compartir datos demográficos similares, como la edad media, la raza o el nivel de ingresos. Los mercados objetivos son a menudo subgrupos a los que las empresas intentan atraer en marketing y ventas, ya que son las personas que tienen más probabilidades de estar interesadas en su producto o servicio.

El mercado objetivo de un hotel se refiere al tipo específico de personas que suelen disponer de sus servicios. O tal vez sea un tipo de cliente al que le gustaría atraer más. Los hoteles deben alinear sus esfuerzos de marketing y ventas si quieren atraer y reservar a más de estos huéspedes ideales (Ayuso Siart, 2017).

La segmentación del mercado hotelero es una forma de dividir a los huéspedes potenciales en grupos en función de un conjunto de características compartidas. Las estrategias generales de marketing apuntarán a la edad, raza, ingresos y rasgos generales de personalidad al crear estos grupos. Para el marketing hotelero, la segmentación a menudo se prioriza según la probabilidad de reserva de un grupo en particular.

Existen algunos tipos comunes de segmentación del mercado objetivo de hoteles. Pero la investigación de la industria y los datos históricos de ventas también son excelentes formas de descubrir perfiles de público objetivo que son exclusivos de su negocio.

En general, el principal beneficio de crear y seleccionar grupos de clientes potenciales tiene que ver con la especificidad. Cuanto más específico pueda ser con la segmentación de su mercado, más fácil será encontrar más clientes que paguen bien y que se entusiasmen con su hotel. Una vez identificado estos grupos se debe enfocar esfuerzos en atraerlos (García & Gallard, 2002).

Determinar el segmento objetivo es importante porque permite que los esfuerzos de marketing y ventas sean más rentables y fáciles de medir. Permite saber qué tipo de inversiones atraerían más y en consecuencia aumentaría los ingresos.

Hay dos segmentos principales de clientes que acuden a la hospitalidad y son atendidos por esta industria. Estos son, clientes para el sector de alojamiento y clientes para el sector o segmento de alimentos y bebidas.

Cinco tipos de actividades económicas o sociales conducen a la industria hotelera. Estas son actividades turísticas, actividades de viaje, actividades comerciales, actividades sociales y otras actividades generales o cotidianas (Bi, & Liu, 2020).

Esto también nos ayuda a identificar a los clientes de la hospitalidad en sus dos sectores y tipos principales, alojamiento y alimentos y bebidas. Todas aquellas personas que realizan y participan en los diferentes tipos de actividades anteriores son o pueden ser clientes de la hospitalidad.

1.5.5. Impacto económico y social de la industria hotelera.

La industria hotelera es bastante similar a la industria del turismo en lo que respecta a la inmensidad de su cadena de valor y la importancia e impacto económico y social. Como se sabe, la industria del turismo es importante para la economía y la sociedad de todos los países. Del mismo modo, este sector de la hospitalidad también es muy importante económica y socialmente para un país, tanto como parte del turismo como de forma independiente.

La industria de la hospitalidad apoya, impulsa e impulsa las actividades económicas y el crecimiento a lo grande. También es una parte importante de la infraestructura social de un país, ya que proporciona un buen apoyo.

Esta industria a través de sus dos sectores principales crea muchas otras actividades económicas, ayuda e impulsa actividades, ingresos y crecimiento para muchas otras industrias.

El alojamiento o la industria hotelera llevan a cabo muchas actividades, que también cubren el segmento de alimentos. Es una gran industria y, como requiere mucha mano de obra, es una de las principales industrias de generación de empleo. Además de esto, requiere muchos equipos (como utensilios, decorativos, interiores, muebles, sábanas, edredones, almohadas, etc.), material y muchas otras cosas.

Por lo tanto, impulsa directamente la industria de la construcción. Y si entramos en detalles de todos los productos o cosas que se utilizan en hoteles, restaurantes, etc. y hacemos una lista completa, entonces habría cientos de pequeñas o medianas industrias o sectores que se beneficiarán directa o indirectamente de esta industria (Ciribeli, 2015).

El impacto de la actividad hotelera puede considerarse en diferentes aspectos.

El impacto directo incluye todos los ingresos proyectados que se generarán de los consumidores. Esto incluirá todos los ingresos por alojamiento, alimentos y bebidas de restaurantes, así como otras posibles fuentes de ingresos como spa o estacionamiento. El impacto directo también incluye la nómina total pagada a los empleados contratados en el hotel, así como toda la nómina pagada a los trabajadores temporales de la construcción involucrados en la edificación de instalaciones hoteleras.

El impacto fiscal se refiere a todos los impuestos federales, estatales y locales que se recaudarán del desarrollo y las operaciones por la actividad hotelera. Esto incluye todos los impuestos sobre las ventas recaudados en asociación con los ingresos generados por el hotel, así como todos los impuestos relacionados con la nómina de los empleados del hotel a tiempo completo y los trabajadores temporales de la construcción. Los gobiernos también se benefician mediante la recaudación de impuestos a la propiedad del inmueble de los hoteles.

Además de los gobiernos locales y los propietarios y empleados de hoteles, también se beneficiarán los contratistas y proveedores involucrados en el desarrollo de la infraestructura de esta industria. El impacto indirecto incluye también todos los empleos e ingresos generados por las empresas que suministran bienes y servicios al hotel. Ejemplos de negocios que se beneficiarán indirectamente del desarrollo de un hotel incluyen proveedores de bienes relacionados con las habitaciones (suministros de limpieza, servicios de habitaciones, etc.), proveedores de telecomunicaciones (internet, cable, etc.), empresas de servicios públicos, proveedores de alimentos y bebidas, y otros proveedores relacionados con hoteles (Alles, 2017).

1.5.6. Dos aspectos clave de la industria hotelera.

1.5.6.1. Fuerza laboral

La industria hotelera es una industria intensiva en mano de obra. Esta industria emplea una gran mano de obra. La industria hotelera requiere una gran mano de obra para proporcionar los servicios a sus clientes y también para crear estos servicios y productos. Por lo tanto, la hospitalidad también es una de las mayores industrias generadoras de empleo (Requejo, 2017).

La industria hotelera al igual que las demás industrias debe tener personal capacitado y competente para poder desarrollarse y crecer. La competencia profesional se puede caracterizar como la combinación mínima de objetivos conductuales basados en el logro, dominio del aprendizaje y experiencias de vida que resulta en el aprendizaje del estudiante necesario para tener éxito en la profesión. La competencia se evidencia por el logro individual de las habilidades y conocimientos requeridos. Las competencias requeridas en la industria hotelera son bastante diferentes de las de las instituciones educativas. Las competencias requeridas por los colaboradores de esta industria ha cambiado con el tiempo siendo anteriormente enfocada en aspectos técnicos en la actualidad se valora la capacidad de manejar los problemas del huésped con comprensión y sensibilidad, mantener estándares profesionales y éticos en el ambiente de trabajo, demostrar aplomo y apariencia profesional, comunicarse de manera efectiva tanto por escrito como oralmente, desarrollar relaciones positivas con los clientes y esforzarse por lograr relaciones laborales positivas con los empleados. Las competencias importantes para los aprendices de gerentes de hoteles son habilidades de relaciones humanas, estándares éticos profesionales, diplomacia y habilidades efectivas de comunicación oral y escrita (Bi, & Liu, 2020).

Existe también un alto énfasis en las habilidades conceptuales como lo es el liderazgo. En su sentido más amplio, se refiere a la capacidad de una persona para crear una visión para el futuro. El liderazgo es un elemento del éxito de la gestión.

La habilidad para las relaciones humanas es otra competencia central importante que defienden muchos autores. La competencia interpersonal y el trabajo en equipo ocuparon un lugar destacado junto con la comunicación efectiva cuando los reclutadores toman decisiones de selección.

1.5.6.2. La satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es el objetivo principal de esta industria. Aunque cada producto, servicio e industria siempre está impulsado por la satisfacción del cliente, pero en la industria hotelera, la importancia de satisfacer es mucho más.

En la industria hotelera, debe satisfacer constantemente a sus clientes y mantenerlos felices siempre. Creemos que en esta industria el tiempo necesario para consumir los servicios y productos es largo y vital. Los clientes están en sus instalaciones durante todo el tiempo de su consumo (Cortés, 2017).

De hecho, permanecer en sí mismo es parte del servicio y también una parte clave del consumo de los servicios. Por lo tanto, las empresas deben asegurarse de que el cliente esté satisfecho y satisfecho durante todo el tiempo de su estadía en las instalaciones y durante todo el consumo de los servicios.

La prestación de servicios de alta calidad y la mejora de la satisfacción del cliente son ampliamente reconocidas como factores fundamentales que impulsan el desempeño de las empresas en la industria hotelera y turística. Los hoteles con buena calidad de servicio finalmente mejorarán su rentabilidad. En una industria hotelera competitiva que ofrece servicios homogéneos, los hoteles deben ser capaces de satisfacer a los clientes mejor que su competencia. (Bi, & Liu, 2020).

Para fidelizar y superar a la competencia, los proveedores de hoteles deben poder obtener altos niveles de satisfacción del cliente por el servicio prestado. Los atributos de un hotel finalmente expresan el grado en que los huéspedes encuentran servicios con los que decidirán su estadía. Los atributos del hotel, como la limpieza, el precio, la ubicación, la seguridad, el servicio personalizado, el atractivo físico, las oportunidades de relajación, el nivel de servicio, la imagen

atractiva y la reputación, son reconocidos por los viajeros como decisivos para evaluar la calidad del hotel (Vergara, Quesada, & Blanco, 2011).

Sin embargo, la fuerza de la creencia de un cliente de que un servicio exhibe un determinado atributo no indica de ninguna manera una actitud general hacia todo el servicio. Por ejemplo, los huéspedes que lleguen a un hotel en taxi pueden notar la gran cantidad de plazas de aparcamiento que ofrece el hotel. En base a su experiencia previa con otros hoteles similares, el precio y la ubicación de este hotel, etc., están impresionados con el estacionamiento de este hotel. Sus expectativas sobre el aparcamiento de este hotel se confirman positivamente. Sin embargo, esta creencia puede no tener ningún impacto en la satisfacción general con su experiencia en el hotel. Es necesario identificar otros aspectos de este hotel que contribuirán a su satisfacción. La evaluación y la contribución relativa de estos aspectos también pueden influir en la satisfacción de los clientes con su experiencia hotelera. Exponer un estacionamiento grande a un huésped que no necesita estacionamiento también puede afectar la satisfacción general (por ejemplo, "¿Estoy pagando por el estacionamiento de otros huéspedes?").

La lealtad se refiere a aquellos aspectos del comportamiento del consumidor (por ejemplo, compra repetida) dirigidos hacia una marca o servicio en particular a lo largo del tiempo. Aunque la compra repetida es un tema importante para la mayoría de los especialistas en marketing, una interpretación de la lealtad basada únicamente en el comportamiento de compra no es suficiente, ya que el comportamiento de recompra no indica necesariamente la motivación de compra del cliente. Un cliente puede volver a comprar de proveedores similares por razones distintas a su sentimiento personal positivo hacia una empresa. Por ejemplo, en la industria hotelera, un cliente habitual puede permanecer en una cadena hotelera en particular debido a: indiferencia hacia la cadena hotelera, la propiedad de la cadena es la única aceptable para el viajero; familiaridad; la cadena se considera la mejor de un conjunto deficiente de alternativas disponibles en el destino; evitar los inconvenientes del cambio; conveniencia de la ubicación. (Bi, & Liu, 2020).

1.5.7. Papel e importancia de la industria hotelera.

Para empezar, la industria hotelera es un aspecto y componente muy vital de la industria de viajes y turismo. Como al principio, el turismo y su industria estarían incompletos sin los servicios de hospitalidad. Si va de vacaciones, de vacaciones, para ver un destino turístico, viaja por placer o recreación o incluso para cualquier otro tipo de viaje o viaje largo, necesita servicios de hospitalidad. Sin esto puede ser casi imposible tener turismo (Beltran , Parra, & Padilla, 2017).

Del mismo modo, la hospitalidad juega un papel muy importante en la industria MICE. MICE significa viajar por negocios y eventos, y también implica recreación. La industria MICE necesita instalaciones para organizar reuniones, conferencias. Todo esto lo proporcionan los hoteles, que son una parte fundamental de la hospitalidad.

Además de esto, los viajeros, y no específicamente los turistas, necesitan servicios de alojamiento. El segmento de alimentos y bebidas de esta industria sirve a muchas personas, incluso si no son turistas o viajeros.

1.5.8 Impacto del Covid-19 en el sector hotelero

El COVID-19 está teniendo un impacto sin precedentes en la industria hotelera del mundo. Se desconocen todas las consecuencias, ya que aún no se ha determinado la escala final del brote. Sin embargo, las restricciones de viaje y las políticas de distanciamiento social han tenido un efecto dramático en la industria. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) estima que más de 50 millones de empleos en el sector de viajes y turismo podrían estar en riesgo a nivel mundial y que ha habido una disminución del 53% de los ingresos en esta industria. Dada la incertidumbre, las empresas hoteleras han comenzado a tomar medidas, con licencias, cierres y reducciones de personal. Al mismo tiempo, están implementando políticas flexibles de cancelación o cambio de reserva para responder a las necesidades de los clientes. Sin embargo, la industria tiene una tarea enorme por delante. La asistencia de los gobiernos es necesaria. Las previsiones actuales proyectan una profunda contracción económica, seguida de

un repunte. Sin embargo, existe la preocupación de que pueda haber una incertidumbre económica prolongada que evitaría una recuperación brusca. A medida que los hoteles respondan a esta realidad económica, deberán pensar en cuestiones clave tanto a corto como a largo plazo (Bi, & Liu, 2020).

La importancia de la limpieza e higiene de los hoteles se ha vuelto particularmente importante en los últimos tiempos porque el COVID-19 se puede propagar al tocar superficies contaminadas con el virus. Es probable que las superficies de los hoteles que estén sucias contengan recuentos microbianos más altos y produzcan posibles fuentes de transmisión de enfermedades. Además, la transmisión de aerosoles a través de los sistemas de aire acondicionado central podría ser otra vía de infección por COVID-19. Debido al brote de COVID-19, es probable que los viajeros frecuenten hoteles que ofrecen servicios de alojamiento y productos de alojamiento tranquilizadores en términos de higiene y limpieza. Con este fin, los hoteles deben implementar una vigilancia de la higiene regular en las instalaciones a través de prácticas manuales (es decir, rondas de personal) y automatizadas de ser posible (por ejemplo, basadas en robots). Además, los restaurantes de los hoteles y otros departamentos deben enfatizar su compromiso con los protocolos de seguridad e higiene y los altos estándares de limpieza (Petruzzo , 2020).

Debido a esta crisis sanitaria es probable que los viajeros presten más atención a la disponibilidad y calidad de las instalaciones médicas al tomar decisiones de viaje. Esta necesidad de consumo es especialmente pertinente para las propiedades hoteleras en las ciudades. En este sentido, los hoteles deben diseñar contenido de comunicación de marketing y emplear tácticas de comunicación para mostrar su capacidad para proteger a los huéspedes de las crisis de salud pública, y garantizar su salud y seguridad durante su estadía. Además, se debe tener en cuenta que el virus se transmite no solo entre huéspedes y empleados, sino también entre los propios huéspedes. Por lo tanto, se puede plantear la implementación de tecnologías enfocadas en garantizar el distanciamiento social entre los huéspedes del hotel, así como también instituir medidas efectivas de distanciamiento físico entre los huéspedes (Hruby & Conde, 2020).

La propagación del COVID-19 y las restricciones de viaje a gran escala continúan causando estragos en la industria del turismo y la hospitalidad mundial. Según una carta abierta de Gloria Guevara, presidenta y directora ejecutiva del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, “50 millones de puestos de trabajo en todo el mundo están en riesgo” debido a la pandemia. La carta indica además que el sector de viajes y turismo “ya se enfrenta al colapso” y está “en una lucha por la supervivencia” debido a la crisis de salud global del COVID-19. Los hoteles son especialmente susceptibles a la reducción del turismo y los viajes junto con una desaceleración de la actividad económica. A medida que los eventos en todo el mundo continúan siendo cancelados o pospuestos y las tasas de ocupación hotelera se desploman, la pandemia COVID-19 ha infligido severos golpes a los hoteleros de todo el mundo. Por ejemplo, en febrero de 2020, a nivel internacional los ingresos por habitación disponible en los hoteles Marriott cayeron casi un 90% en la Gran China y disminuyeron un 25% en otras partes de la región de Asia y el Pacífico en comparación con el mismo período del año pasado. Se prevé que en los EE. UU., Europa y Asia continuará disminuyendo a medida que los viajes de placer y de negocios se retrasen o cancelen debido al temor al COVID-19 (Baum, 2020).

La industria hotelera es vulnerable a las amenazas planteadas por catástrofes inesperadas como epidemias, desastres naturales y ataques. Los diferentes tipos de catástrofes traen consigo distintas consecuencias para la industria y llevan a los hoteleros a tomar medidas para abordar los diversos desafíos causados por las crisis. Por ejemplo, los hoteleros de Hong Kong introdujeron una seguridad reforzada al actualizar los sistemas de circuito cerrado de televisión e intensificar la capacitación en seguridad para los empleados del hotel luego de los ataques del 11 de septiembre. Después del brote del síndrome respiratorio agudo severo (SARS), la industria hotelera coreana instaló nuevos equipos de higiene y ofreció a los empleados programas de educación sobre conciencia sobre la salud (Noel, 2020).

Los hoteles en un destino costero en Japón proporcionaron alojamiento, refugio y provisiones a los evacuados cuando esta región fue devastada por el Gran Terremoto y Tsunami del Este de Japón de 2011. En este documento, nos centramos en las epidemias: a medida que aumentan las preocupaciones de los turistas sobre la seguridad y los riesgos para la salud, las epidemias pueden afectar directamente el comportamiento de viaje de las personas. Por tanto, es fundamental que los hoteleros aborden los cambios en la demanda de los consumidores tras la inesperada pandemia de COVID-19 y restablezcan la confianza de los viajeros. Dado que es probable que la crisis del COVID-19 tenga efectos sin precedentes en los hoteles de todo el mundo, los investigadores deberían trabajar para fortalecer la teoría y el conocimiento en este sector hotelero crucial para ayudar a los hoteles a ser más resilientes y lograr una recuperación efectiva después del desastre. Basado en una revisión de la literatura sobre los efectos de las crisis de salud pública a gran escala (por ejemplo, el SARS en 2003) y las tendencias actuales en la industria hotelera, este documento detalla áreas específicas para proporcionar información para que los académicos y profesionales naveguen por el marketing y la gestión hotelera después de la pandemia de COVID-19 (Hao, Xiao, & Chon, 2020).

Primero, los operadores de hoteles están comenzando a prestar más atención a los beneficios potenciales de la inteligencia artificial (IA) y sus aplicaciones, como la robótica, en las prácticas de gestión hotelera. Un número cada vez mayor de estudios se ha centrado en los impactos relacionados con los hoteles de la IA y la robótica a nivel individual y organizacional. Además, dado el papel del distanciamiento social como una estrategia de prevención efectiva contra COVID-19, la adopción de inteligencia artificial y robótica en los hoteles, especialmente en escenarios de alto contacto, puede ayudar a proteger a los huéspedes y a los empleados del servicio de primera línea. Por lo tanto, nos enfocamos en la IA y la robótica como tema en la gestión y el marketing hotelero posterior al COVID-19. En segundo lugar, la higiene y la limpieza son esenciales para el éxito de las operaciones hoteleras y han atraído una mayor atención después de crisis de salud pública como el brote de SARS de 2003. Específicamente, la higiene y la

limpieza se han discutido ampliamente en términos de la recuperación de la industria hotelera. Los estudios muestran que los clientes se ven influenciados por las condiciones de higiene y limpieza a la hora de tomar decisiones de compra en un entorno de servicio. Los problemas de higiene y limpieza se han considerado en los brotes pandémicos como culpables de la enfermedad. Por lo tanto, al predecir la recuperación de la industria hotelera después del COVID-19, la higiene y la limpieza deben ser puntos focales dados los efectos severos de esta pandemia y las mayores expectativas de seguridad de los huéspedes del hotel durante el viaje (Hao, Xiao, & Chon , 2020).

Además, la salud será un factor de influencia clave en la recuperación de la industria del turismo y la hotelería después del brote de COVID-19 debido al miedo residual asociado con esta pandemia y enfermedades similares. Del mismo modo que durante el brote de SARS de 2003, los establecimientos de salud pública desempeñaron un papel fundamental en la prevención y el control de una pandemia. Dado que el COVID-19 ha provocado más de 3 millones de casos y 215.000 muertes, las instalaciones de atención médica en los hoteles pueden tranquilizar a los huéspedes en caso de una emergencia durante el viaje. Esencialmente, este artículo analiza los posibles efectos de COVID-19 en las prácticas de marketing y gestión hotelera y describe una agenda de investigación desde tres dimensiones: IA y robótica, higiene y limpieza y salud y cuidado de la salud, para fomentar la investigación y el desarrollo del conocimiento en el sector hotelero (Hruby & Conde, 2020).

1.5.9 Alojamiento informal hotelero

Habiendo revisado las bases teóricas y legales concernientes al sector hotelero podemos definir que los alojamientos informales son todos aquellos que no se encuentren constituidos legalmente o que de manera oficial brinden el servicio de alojamiento ante los registros del órgano tributario (SRI).

Marulanda y Restrepo (2020) refieren que el hospedaje informal o paralelo es un fenómeno en aumento con impacto social, jurídico y económico. La prestación de

estos servicios de alojamiento y los cuales muchas veces son también ofrecidos en plataformas digitales ha conllevado a la variación de los estándares de consumo, afectando al sector tradicional de hospedaje por la disminución en la ocupación y por ende en los ingresos y a su vez pone en riesgo al mercado laboral que éste proporciona.

Por ejemplo, entre las plataformas digitales de ofrecimiento de hospedaje no formal o como actualmente la conocen “economía colaborativa” está Airbnb, empresa exitosa que en un principio tuvo el nombre de Air bed and breakfast y en 2009 fue renombrada a Airbnb. Otras plataformas de negocio similar son: Housetrip, Homestay, OneFineStay, FlipKey se han convertido en alternativas viables para los consumidores por sus diferentes características motivadoras.

De acuerdo con Guttentag et al. (2018), diferentes estudios han identificado las posibles motivaciones para usar Airbnb. Entre estos factores están:

- Precio: apreciado como el principal motivador por los beneficios económicos tanto para el huésped y para los llamados anfitriones Airbnb.
- Comodidades y espacio de la casa: facilidad a la hora de reservar, genera espacios para los huéspedes a través de sus anfitriones con indicaciones de diseño, decoración del área y lo elemental la limpieza adecuada.
- Autenticidad: credulidad basada en expectativas coherentes del comportamiento de anfitriones y huéspedes para la garantía de todos. Además del aprovechamiento de la tecnología para brindar una experiencia digital de alta calidad y se ocupa de la experiencia del destino al usuario.
- Interacción con la comunidad: experiencia más personalizada siendo innovadora y generando sostenibilidad.

Ubicación: ayuda a los huéspedes a localizar el alojamiento óptimo para su viaje a través de guía y mapas.

La búsqueda de otras fuentes de ganancias abre paso a la economía colaborativa que optimiza el uso de sus activos subutilizados para alcanzar una renta, y a su vez crea significativos cambios en el mercado laboral que involucra la

informalización de trabajos, el no reconocimiento de los derechos laborales según la legislación, que ocasiona una preocupación al Gobierno y a los negocios tradicionales que lo perciben como una competencia desleal que no garantiza su permanencia y crea desventaja competitiva. A pesar de esta situación el sector hotelero ecuatoriano pretende cambiar el curso de esta predisposición concentrando más ofertas, paquetes promocionales y destacando las seguridades y facilidades que brindan (Espinoza, 2020).

En la actualidad, con el alcance que tiene un mecanismo de difusión de información que ofrecen las redes sociales e internet, junto con vacíos legales han provocado un aumento exponencial de figuras informales que ofrecen servicios de alojamiento. Tal es el caso de figuras de alojamiento como las que ofrecen sitios como Airbnb.

De forma general estos establecimientos informales pueden funcionar en viviendas o cualquier infraestructura que permita la estancia de personas. Debido a que no se encuentran legamente constituidas no compiten en el mercado con las mismas regularizaciones impuestas a los establecimientos formales.

Esto provoca un aumento significativo de la cantidad de competidores en el mercado muchas veces a precios inferiores a la media, afectando así la estructura del sector hotelero.

Esta falta de regularización no solo genera problemas de evasión impositiva, sino que en casos más extremos ha sido señalada como causante de incremento de riesgo de malestares sociales como inseguridad, degradación de imagen en zonas residenciales, riesgo en materia de trata de personas, estafas, etc.

El tipo de competencia que generan los establecimientos informales afecta de especialmente a los hoteles pequeños quienes por reglamentos debe incurrir en mayores gastos y por lo tanto precios más elevados para llegar su punto de equilibrio.

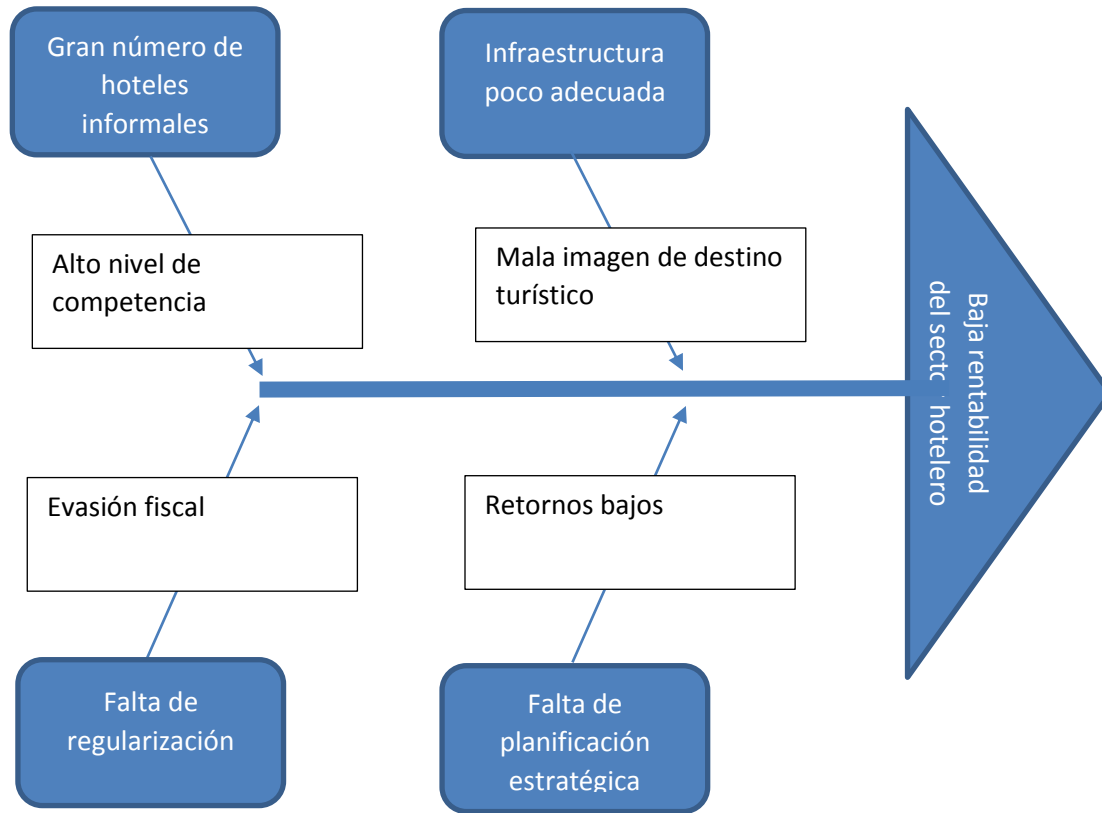


Figura 2 Causas y efectos de baja rentabilidad de sector hotelero

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de diseño alcance y enfoque de la investigación:

Diseño: No Experimental.

Diseño que se desarrolla sin manipular deliberadamente las variables. Se desarrolla fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad.

Alcance: Descriptivo – Analítico

Investigación de un problema muy estudiado que se desea abordar desde nuevas perspectivas.

El proyecto de investigación se centró en demostrar la influencia del alojamiento informal en la rentabilidad de los pequeños hoteles del cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.

En el estudio se describió los tipos de alojamientos formal e informal del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena. Así mismo, se detalló los niveles de pérdidas económicas percibidos en el sector hotelero.

Enfoque: Mixto

Enfoque cualitativo:

Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Datos cualitativos son descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones.

Enfoque Cuantitativo:

Usa la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

El enfoque cuantitativo lleva un criterio en sus pasos es lineal que no se puede saltar un paso.

2.2. Métodos de la investigación

Métodos lógicos: Análisis – síntesis.

El análisis y síntesis se refiere a dos actividades complementarias en el estudio de realidades complejas. El análisis consiste en la separación de las partes de esas realidades hasta llegar a conocer sus elementos fundamentales y las relaciones que existen entre ellos. La síntesis, por otro lado, se refiere a la composición de un todo por reunión de sus partes o elementos.

En este proyecto se aplicará el método de análisis para identificar los elementos y características de los establecimientos informales que ofrecen servicios de alojamiento en Salinas. Estos elementos son, el tipo de instalaciones, características de sus huéspedes, nivel de ingresos, etc.

Por otra parte, se utilizará el método de síntesis para reunir las características económicas, sociales y culturales de Salinas y llegar a tener una visión general del sector hotelero en dicha ciudad.

2.3. Unidad de análisis población y muestra

Sector hotelero pequeño del cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.

Población: La población comprende a los establecimientos de alojamiento en el cantón salinas. Según el registro oficial existen 106 establecimientos de alojamiento en esta localidad (MINTUR, 2021)

Muestra: 20 hoteles de categoría dos estrellas del cantón Salinas.

Se utiliza esta muestra intencional por el fácil acceso a las entrevistas destinadas a los gerentes y administradores de los hoteles, también por las similares características de los establecimientos facilitando la investigación.

2.4. Variables de la investigación operacionalizadas

Tabla 1
Operacionalización de las variables

Objetivos específicos	Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Fuentes	Técnicas
1. Sustentar teóricamente los elementos para una definición de alojamiento informal y los factores de la baja rentabilidad del sector hotelero pequeño de Salinas.	1. Variable Dependiente Rentabilidad en el sector Hotelero	Se refiere a los beneficios económicos conseguidos o que pueden obtenerse procedentes de una inversión realizada del sector hotelero pequeño de Salinas.	A. Económica	1. RevPAR: Ingreso total por habitaciones / Total de habitaciones ocupadas	»Cámara de turismo del Cantón Salinas. »Departamento de turismo del Municipio de Salinas. »Administradores de los hoteles pequeños en Salinas.	» Análisis documental. »Entrevista.
2. Analizar la cantidad y características del alojamiento informal en Salinas. 3. Evaluar el nivel socioeconómico del turista al momento de elegir el tipo de alojamiento.	2. Variable Independiente: Alojamiento Informal	Es un servicio de alojamiento no regularizado que carece de normas elementales para ofrecer un servicio de hospedaje perjudicando económicamente al sector hotelero de Salinas.	B. Mercado	2. Definición. 3. Segmentación de mercado. 4. Criterios de segmentación. 5. Posicionamiento de mercado.	»Mintur. »Departamento de turismo del Municipio de Salinas. »Propietarios de establecimientos que ofrecen alojamiento informal.	»Entrevista.
			C. Características		»Mintur. »Departamento de	»Entrevista.

				6. Porcentaje de ocupación.	turismo del Municipio de Salinas. »Propietarios de establecimientos que ofrecen alojamiento o informal.	»Observación.
--	--	--	--	-----------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------

Nota. Elaborado por el autor

2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información

Este conjunto de técnicas va enfocado para los administradores y huéspedes de los pequeños hoteles del cantón Salinas y propietarios de establecimientos que ofrecen alojamiento informal.

Fuente primaria: personas (administradores y huéspedes); instituciones (MINTUR, Cámara de Turismo del Cantón Salinas, propietarios de establecimientos que ofrecen servicio de alojamiento informal y Municipio de Salinas). Asimismo, sitios webs que ofertan hospedajes en el cantón Salinas.

Tabla 2

Técnicas de recolección de datos

Técnica	Instrumento
Entrevistas	Guion
Observación	Guía
Análisis documental	Ficha de registro de datos

Entrevista

La entrevista es una situación de interrelación o diálogo entre personas, el entrevistador y el entrevistado. Las entrevistas deben centrarse en él o los temas previstos y reducirse al mínimo los comentarios y conversaciones ajenas al

mismo, en cuyo caso el entrevistador debe dirigir la conversación, atrayendo al entrevistado al tema principal de ser necesario.

Se realizará una entrevista a un representante del departamento de turismo de la municipalidad de Salinas.

Análisis Documental

El análisis documental recolecta datos de fuentes secundarias. Libros, boletines, revistas, folletos, y periódicos se utilizan como fuentes para recolectar datos sobre las variables de interés. El instrumento que se acostumbra a utilizar es la ficha de registro de datos.

Se obtendrá la información estadística de los departamentos de turismo del Mintur, la cámara de turismo del cantón Salinas y el Municipio de Salinas.

Observación

Obtener información directa y confiable, mediante un procedimiento sistematizado y controlado.

Se aplicará un trabajo de campo donde se obtendrá una estadística, mediante un conteo de establecimientos que brinden servicio de hospedaje informal.

2.6. Tratamiento de la información

Esta técnica consiste en la recolección de los datos primarios, que son evaluados y ordenados, para obtener información útil, que luego serán analizados por el beneficiario final, para que pueda tomar las decisiones o realizar las acciones que estime conveniente.

Tabulación

La tabulación de los datos consiste en el recuento de las respuestas contenidas en los instrumentos, a través del conteo de los códigos numéricos de las alternativas de las preguntas cerradas y de los códigos asignados a las respuestas de las preguntas abiertas, con la finalidad de generar resultados que se muestran en cuadros (o tablas) y en gráficos.

Presentación gráfica

Proporciona una mayor rapidez en la comprensión de los datos, una gráfica es una expresión artística usada para representar un conjunto de datos.

2.7. Análisis de resultados

Revisión de hospedajes informales

De acuerdo a Muñeton (2015), el negocio de hoteles informales se promociona de manera libre en sitios webs. La mayoría de los establecimientos no cumplen con normas de seguridad o permisos de funcionamiento otorgados por el Ministerio de Turismo. Es fácil encontrar a la salida de los hospedajes ubicados en Salinas, personas que ofrecen el servicio de alojamiento informal a precios muy bajos. Además, señaló que no existe un cálculo oficial de este tipo de negocios no registrados.

Por su parte, Ottón Arboleda, presidente de la Cámara de Turismo de Salinas afirmó que el cantón Salinas dispone de una capacidad de 4.000 a 5.000 turistas en sus 200 hoteles registrados (otros 300 son informales) (El Universo, 2016)

Por tanto, según ello se identificaron en sitios web como Booking, Trivago y Airbnb hospedajes que no se encuentran en el catastro de establecimientos turísticos por el Ministerio de Turismo. A continuación, se presenta una muestra de la oferta informal de hospedaje en el cantón Salinas.

Tabla 3

Oferta de hospedaje en Salinas

Departamentos - Características de los servicios	Precio
El apartamento tiene patio, vistas a la piscina, 3 dormitorios, sala de estar, TV de pantalla plana, cocina equipada con microondas y nevera y 3 baños con bañera de hidromasaje. El personal de la recepción 24 horas habla alemán, italiano y español.	\$105 la noche con capacidad máx. para 5 pax

<p>El apartamento dispone de 3 dormitorios, 2 baños, TV de pantalla plana con canales vía satélite, zona de comedor, cocina totalmente equipada y patio con vistas al mar. El establecimiento ofrece un bar, zona de playa privada y recepción 24 horas. Este establecimiento situado frente a la playa ofrece acceso a un balcón, aparcamiento privado gratuito y conexión Wifi gratuita.</p>	<p>\$170 una noche con capacidad máx. 6 pax</p>
<p>El Departamento en Torre Oceánica se encuentra en Salinas y ofrece piscina al aire libre, salón compartido y jardín. El alojamiento está a 5 km de La Libertad y cuenta con aire acondicionado, Wifi gratuita y aparcamiento privado.</p> <p>El apartamento cuenta con 3 dormitorios, TV de pantalla plana, cocina equipada con microondas y nevera, lavadora y 2 baños con bañera de hidromasaje. El establecimiento proporciona toallas y ropa de cama por un suplemento. El alojamiento cuenta con parque infantil, terraza e instalaciones para practicar deportes acuáticos.</p>	<p>\$150 una noche con capacidad máx. 6 pax</p>
<p>La Torre Marbella se encuentra en Salinas y ofrece alojamiento con Wifi gratuita, vistas a la piscina, jardín con piscina al aire libre y acceso a una sala de fitness y a una bañera de hidromasaje.</p> <p>El apartamento dispone de patio, vistas a la ciudad, zona de estar, TV de pantalla plana vía satélite, cocina totalmente equipada con microondas y nevera y baño privado con bidet y artículos de aseo gratuitos. Hay tostadora y cafetera.</p> <p>El alojamiento cuenta con zona de barbacoa y salón compartido.</p>	<p>\$99 una noche con capacidad máx. 5 pax</p>
<p>El Dpto Pelicano está situado a solo 100 metros de la playa de San Lorenzo. El establecimiento una cuadra de la Playa, situado en Salinas, ofrece alojamiento con acceso a un salón compartido, terraza y cocina compartida. Este establecimiento situado frente a la playa ofrece acceso a un balcón, aparcamiento privado gratuito y conexión Wifi gratuita.</p> <p>El apartamento cuenta con aire acondicionado, 3 dormitorios, cocina con zona de comedor y 3 baños con ducha. Hay TV de pantalla plana.</p>	<p>US\$80 Precio US\$80 +US\$15 de impuestos y cargos Capacidad para 6 pax</p>

Hoteles - Características de los servicios	Precio
<p>Las habitaciones cuentan con servicio de Internet WIFI gratuito, Tv con cable, parqueadero, desayuno y mucho más. Además los huéspedes tienen acceso a una amplia piscina exterior, cocina comunitaria y áreas de descanso y entretenimiento.</p>	<p>\$34 la noche por persona</p>

Se encuentra a 100 metros de la playa de San Lorenzo y ofrece jardín y alojamiento con patio y conexión Wifi gratuita.	\$17 la noche por persona
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------

Hostales - Características de los servicios	Precio
El hospedaje cuenta con bar, salón compartido, jardín y conexión Wifi gratuita. Ofrece habitaciones familiares y terraza. El alojamiento dispone de recepción 24 horas y cocina compartida. Las habitaciones están equipadas con hervidor de agua, disponen de TV de pantalla plana, baño privado y patio con vistas a la ciudad.	\$28 la noche por persona
Todas las habitaciones están equipadas con aire acondicionado, zona de estar al aire libre y baño privado con ducha. TV con canales vía satélite y desayuno incluido. Además, dispone de recepción 24 horas. También hay un salón compartido. Hay aparcamiento gratuito.	\$24 la noche por persona

Casas - Características de los servicios	Precio
Esta villa cuenta con aparcamiento privado gratuito y recepción 24 horas. La villa está equipada con 2 dormitorios, 1 baño, TV de pantalla plana con canales vía satélite, zona de comedor, cocina totalmente equipada y patio con vistas a la piscina.	\$87 la noche con capacidad máx. para 3 pax.
Casa con piscina privada a pocos pasos del mar está ubicada en Salinas y tiene jardín y terraza. Además, cuenta con aparcamiento privado gratuito. Dispone de aire acondicionado, 4 dormitorios, TV de pantalla plana y cocina con microondas y nevera.	\$105 la noche con capacidad máx. para 6 pax.

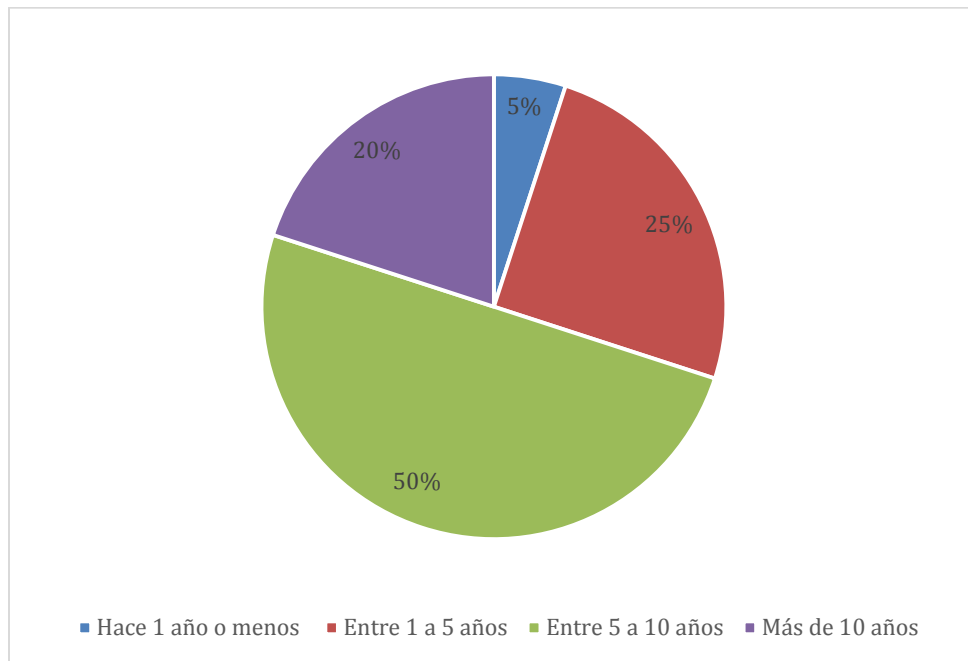
De acuerdo a lo revisado en los sitios webs se establece una gran variedad de hospedaje en el cantón Salinas, con precios muy bajos en el mercado. Los hostales, hoteles están diseñados para estancias cortas de 1 a 2 días, existen valoraciones positivas y negativas de los huéspedes. Entre ellas, se destacan la excelente ubicación, atención, pero también existen diversas críticas por la antigüedad de colchones y aires acondicionados. Por su parte, los apartamentos y casas disponen de mayores servicios y confort para los visitantes, con servicios de cocina, TV, piscina, recepción.

Entrevistas a Administradores de los hoteles

Se realizaron entrevistas estructuradas a 20 administradores de hoteles. Estas entrevistas fueron de carácter anónimo con la finalidad de evitar posibles sesgos y obtener la mayor veracidad de datos.

Si bien el instrumento utilizado consistió en entrevistas, las respuestas han podido ser catalogadas y codificadas de la siguiente forma

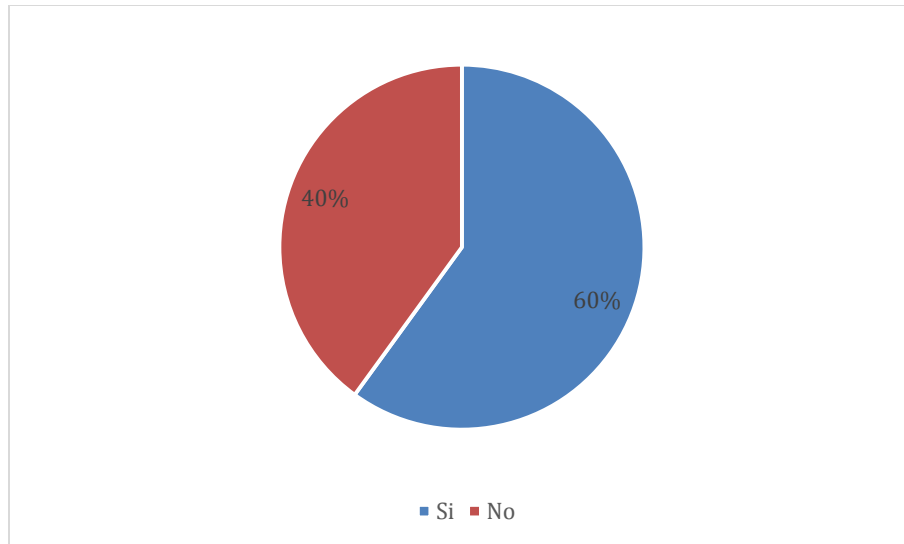
1. ¿Hace cuánto tiempo opera su negocio de hospedaje?



Podemos observar que el 5% de hoteles involucrados en el estudio han empezado operaciones hace menos de 1 año, el 25% tiene operando entre 1 a 5 años, el 50% tiene entre 5 a 10 años de vigencia y el 20% tiene más de 10 años en el mercado.

Como podemos observar, la gran mayoría de los negocios hoteleros se han encontrado operando en el mercado por un periodo prolongado de tiempo. Si bien algunos afirmaron que su apertura es solo durante temporada alta, lo han estado haciendo durante varios años.

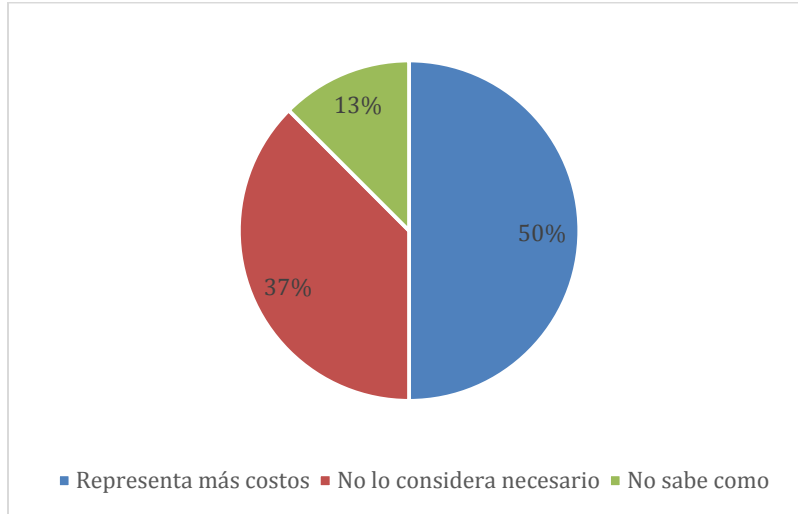
2. ¿Se encuentra registrado como una empresa formalmente?



Se observa que 40% de los hoteles no se encuentran constituidos legalmente como una empresa.

Si bien la selección de establecimientos se hizo en base a conveniencia, se encontró una proporción importante de establecimientos que indican que no se encuentran legalmente constituidos.

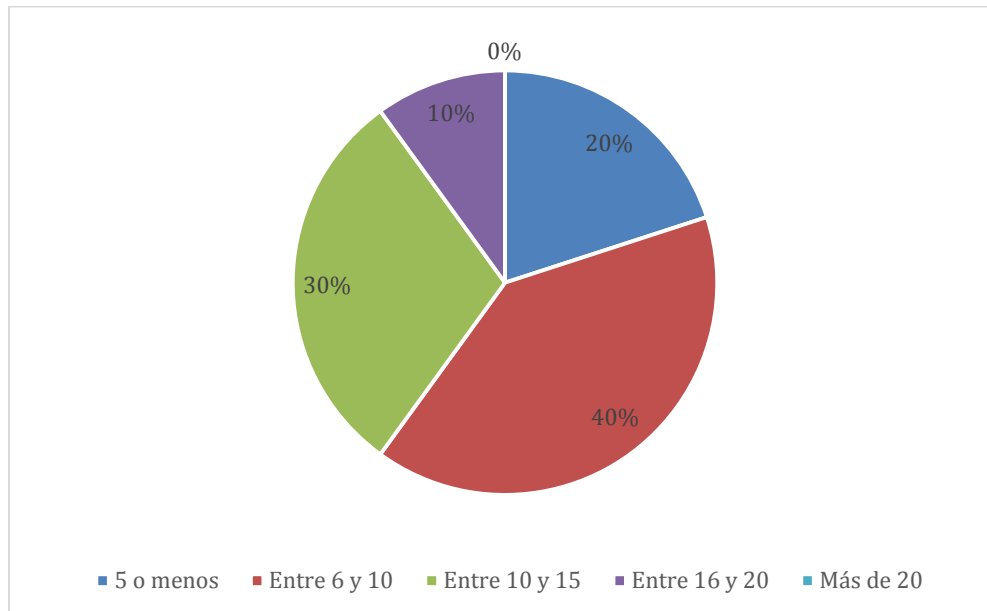
3. En caso de no ser así. ¿Por qué razón no lo ha hecho?



La mitad de los establecimientos informales indican que mantienen esta condición porque les permite incurrir en menores costos, el 37% no ve la necesidad de formalizar su negocio y el 13% indica que no conoce los procedimientos necesarios para constituir legalmente su hotel.

Como se puede constatar la mayoría de los establecimientos informales no presentan interés en oficializarse como empresa para percibir mayores beneficios económicos. Esto representa un problema importante en materia de evasión fiscal.

4. ¿Cuántas habitaciones dispone su hotel?



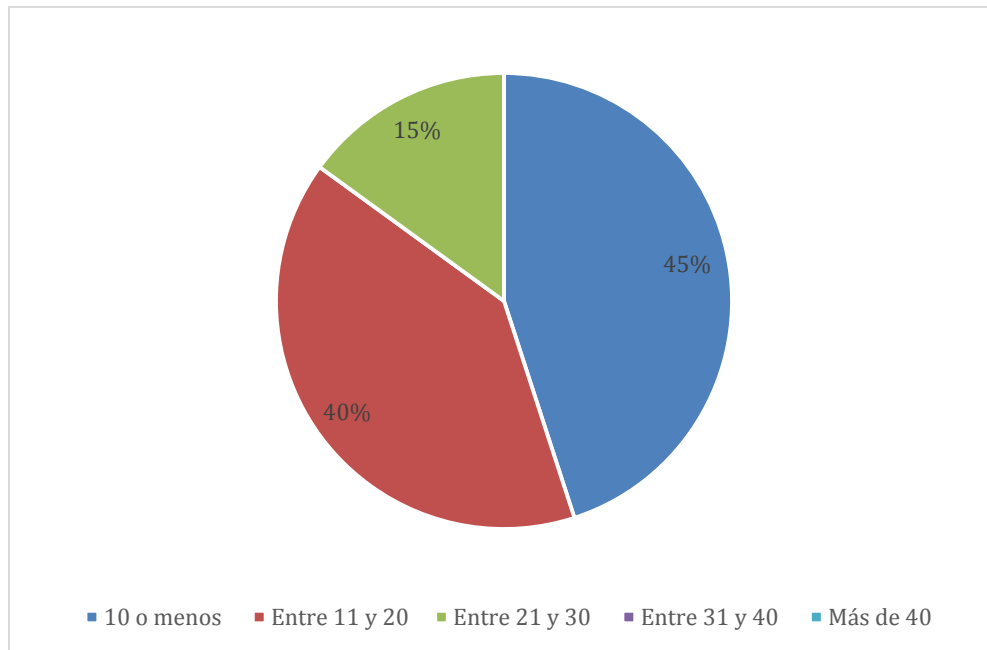
El 20% de los administradores indicaron que su hotel tiene como máximo 5 habitaciones, el 40% tiene entre 6 a 10 habitaciones, el 30% entre 11 a 15 y el 10% dispone de entre 16 a 20 habitaciones.

El estudio se enfocó en hoteles pequeños, por lo que es de esperar que la mayoría de la muestra indique poca cantidad de habitaciones.

5. ¿Aproximadamente cuantos huéspedes recibe mensualmente?

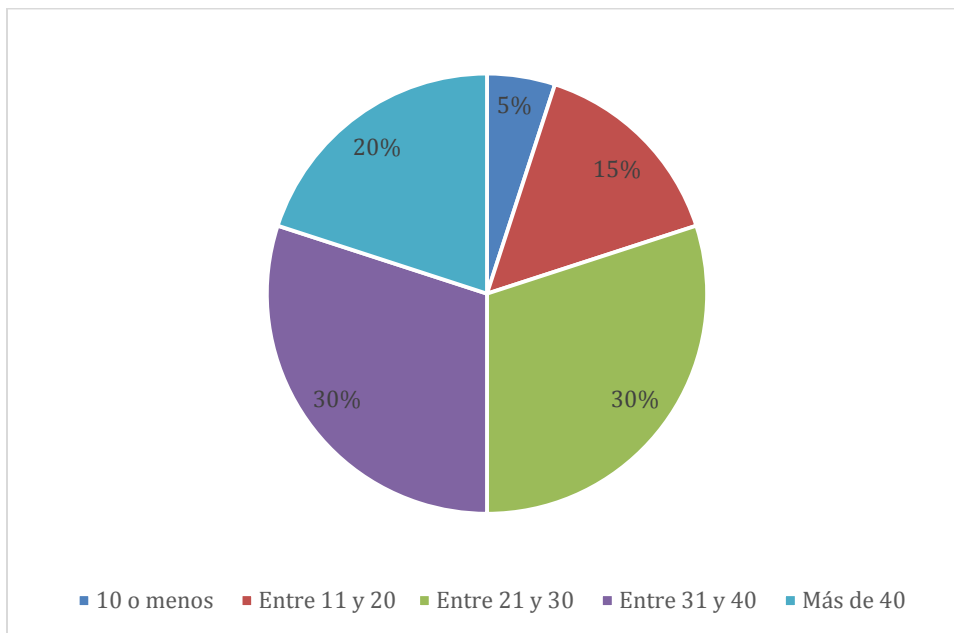
Al realizar esta pregunta los entrevistados siempre hicieron la distinción de que la cantidad de huéspedes varía de acuerdo con la temporada, siendo así, se hizo una distinción del volumen de huéspedes durante temporada alta y baja.

Temporada baja



Durante temporada baja el 45% indica que solo recibe un máximo de 10 huéspedes al mes, el 40% recibe entre 11 a 20 huéspedes, el 15% logra recibir entre 21 a 30 huéspedes.

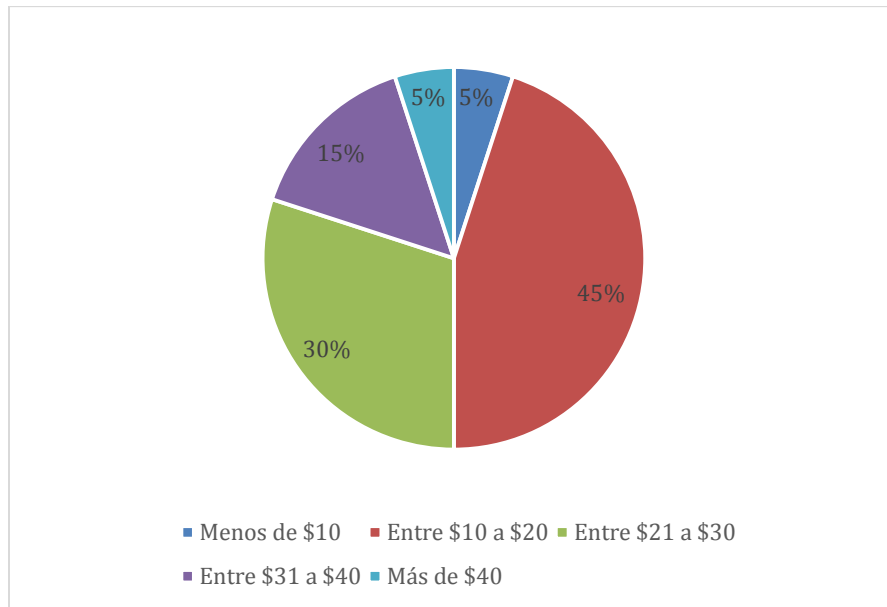
Temporada alta



Durante temporada alta apenas un 5% recibe menos de 10 huéspedes, el 15% recibe entre 10 y 20 huéspedes, el 30% recibe entre 21 a 30 huéspedes, 30% entre 31 y 40 huéspedes y el 20% recibe más de 40 huéspedes.

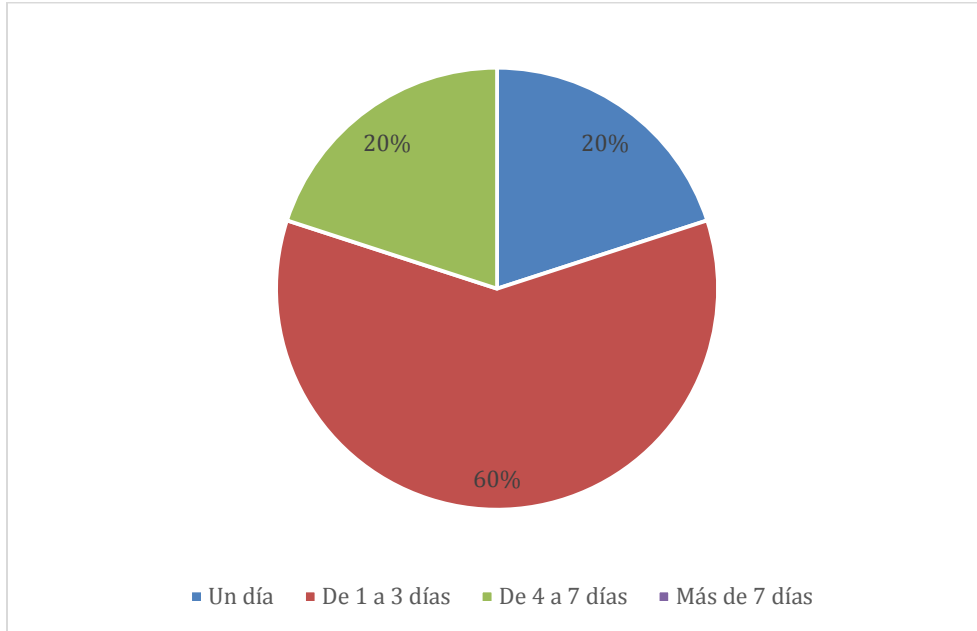
Tal como demuestra la revisión bibliográfica, durante la temporada baja existe una disminución importante en la afluencia de turistas.

6. ¿Cuánto es el valor promedio de una habitación en su negocio?



En el 5% de hoteles se indicó que el valor por una habitación es de menos de \$10 la noche, el 45% tiene un valor de entre \$10 a \$20, el 30% tiene un valor de entre \$21 a \$30, un 15% de \$31 a \$40; y 5% tiene un precio de más de \$40.

¿Aproximadamente cuantos días se hospedan sus clientes?



Por último, los administradores manifestaron que sus huéspedes el 20% de las ocasiones se hospedan solo por 1 noche, el 60% se mantienen en el hotel por 1 a 3 días, y el 20% de 4 a 7 días

Estos rangos de tiempo se establecieron en base a que los entrevistados indicaron que los huéspedes suelen hospedarse principalmente fines de semana y feriados.

Entrevista a representante del departamento de turismo de la municipalidad de Salinas.

La entrevista realizada al representante correspondiente señaló puntos importantes.

Se indica que las autoridades tienen claro los efectos negativos que tiene la problemática de los negocios informales del sector turístico. Por una parte, la carencia de registros oficiales de estos negocios impide un correcto monitoreo y medición de los resultados del sector. Así mismo, incrementa la condición de subempleo de las personas que laboran en estos establecimientos.

Según el experto los hoteles informales suelen ser establecimientos pequeños, y su infraestructura surge de la adaptación de domicilios o pensiones para captar huéspedes.

Debido a que en la temporada baja existe mayor oferta de hospedaje estos establecimientos informales suelen dejar de operar durante esa época, y retoman actividades en las épocas de mayor afluencia turística, donde pueden sacar provecho de la escasez de plazas de hospedaje de los establecimientos oficiales.

Al mismo tiempo, se hace mención a que los administradores de los establecimientos informales mantienen esta condición para incurrir en menores o nulos desembolsos relacionados a declaraciones, impuestos, y requisitos técnicos y legales, volviéndolo en parte, consecuencia de la poca cultura tributaria en el país.

Como resultado, existe una estimación fluctuante de merma ocupacional para el sector hotelero formal significativo de un 30% al 40% anual, evidenciando la premisa de desarrollar estrategias competitivas que les permitan captar, reinsertar de manera innovadora y eficaz a los clientes y de esta manera lograr una reducción en el porcentaje de pérdida en la ocupación.

Por último, se indica que la necesidad de identificar estos establecimientos y darles acompañamiento en los procesos de constitución legal, dado que representa grandes beneficios a nivel cantonal.

2.8. Impacto económico del alojamiento informal hotelero en Salinas

Como se indicó anteriormente una de las características del alojamiento informal es la falta de registros consistentes sobre sus actividades y por lo tanto de su participación de mercado. Sin embargo, de acuerdo a información estadística de alojamientos informales proporcionados por plataformas como Airbnb en Salinas, Ecuador, el alojamiento promedio que corresponde a dos habitaciones y un baño común para un número máximo de cuatro huéspedes tiene una ratio de ocupación del 36% con un promedio de costo por noche de \$69.00.

Siendo así, se puede determinar que la presencia de hospedaje informal puede alcanzar un tercio de la participación de mercado de los servicios de hospedaje en ciudades como Salinas (Morales, 2016).

Esta proporción en la realidad debe ser mayor dado que existen múltiples alojamientos informales que no hacen uso de este tipo de plataformas digitales por lo que su alcance es aún difícil de medir. Sin embargo, recurren a estrategias de promoción por redes sociales, boca a boca o con los llamados “enganchadores” que promocionan alojamientos en los terminales de arribo de turistas (Marulanda & Restrepo, 2020).

Por su parte, Fierro, propietario de cadena de alojamiento mencionó que por cada habitación regulada (registro de turismo) existen tres cuartos informales. Asimismo, Mercedes Guerra, ex jefa de Turismo del Municipio de Salinas, afirmó que el 15 o 20% de los vacacionistas, especialmente los más jóvenes, acuden a alojamientos informales. (El Telégrafo, 2011)

Muñeton (2015), estimó que la informalidad afecta a un 30% a los propietarios de establecimiento de hospedaje formales. Para (Fierro y Pérez, 2020) en el periodo comprendido entre 2016-2019 se registró un promedio del 25% en pérdidas en el sector Hotelero de la provincia de Santa Elena, particularmente en Salinas se muestra el siguiente cuadro:

Sector	Porcentaje de pérdida 2016	Porcentaje de pérdida 2017	Porcentaje de pérdida 2018	Porcentaje de pérdida 2019
Salinas	12%	25%	10%	30%

Nota. Es importante señalar que no únicamente se debe las pérdidas económicas por la informalidad sino también por situaciones económicas que atraviesa el país y se ve reflejada en la disminución de la demanda.

CONCLUSIONES

1. En la presente investigación se concluye sobre la influencia del alojamiento informal en la rentabilidad del sector hotelero pequeño de Salinas, provincia de Santa Elena, Ecuador, obteniendo datos relevantes de la aplicación de observaciones, entrevistas y análisis documentales que sustentaron la repercusión que tienen los hoteles o alojamientos informales.
2. De igual forma, se sustentó teóricamente los elementos para la definición de alojamiento informal y los factores de la baja rentabilidad del sector hotelero pequeño de Salinas, en el análisis documental se recolectaron datos de fuentes secundarias, tales como libros, boletines, revistas, folletos y periódicos, utilizados como fuentes para recolectar datos sobre las variables de estudio. La información obtenida son datos estadísticos de los departamentos de turismo del MINTUR, la cámara de turismo del cantón Salinas y el Municipio de Salinas, los cuales sirvieron como sustento para analizar la cantidad alojamiento informal en la región e investigar cuales han sido las pérdidas económicas del sector hotelero pequeño.
3. Asimismo, se logró analizar la cantidad y características del alojamiento informal en Salinas, el cual, según los datos recopilados de las observaciones y las entrevistas existe una gran cantidad de locales y alojamientos informales en el Cantón Salinas, los cuales, de acuerdo al análisis de resultados, tienen un impacto negativo en la rentabilidad del sector hotelero pequeño legalmente establecido.

4. Finalmente, el porcentaje de establecimientos que conforman el alojamiento informal en el Cantón Salinas es bastante considerable, ocasionando perjuicios a los propietarios de hoteles legales, desencadenando la baja captación de clientes, esta problemática se ha convertido en un difícil tema y con muy pocas probabilidades de tener una solución a corto plazo.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar una propuesta dirigida a los entes gubernamentales autorizados para regular y controlar las actividades de los alojamientos informales que permitan la protección del sector hotelero pequeño en el país.
2. Es necesario que el estado establezca regulaciones y controles específicos destinados a este tipo de actividades, las cuales estén orientadas a la protección del sector hotelero pequeño no solo en Salinas, sino en todo el país.
3. Solicitar a cada persona que desee realizar actividades informales de alojamiento (ya sea por medios digitales como Airbnb u otros) que presente los requerimientos necesarios establecidos y requeridos por el estado ecuatoriano, los cuales serán pertinentes para establecer regulaciones necesarias para estas actividades informales.
4. Proteger al sector hotelero y turístico de actividades informales, las cuales son cada vez más comunes en el país, logrando así que estas actividades no influyan de forma negativa en este sector tan necesario para el turismo en el país, como lo es el sector hotelero pequeño.
5. Recomendar al sector hotelero mantener estrategias de innovación y estar atentos al comportamiento del consumidor para satisfacer sus necesidades y agregar valor diferencial en cada reserva o compra del servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M. T. (2017). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: revisión de la literatura científica. . *Cuadernos de turismo.* }
- Ayuso Siart, S. (2017). Gestión sostenible en la industria turística Retórica y práctica en el sector hotelero español. . *Universitat Autònoma de Barcelona,* . .
- Baum, T. &. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. . *International Journal of Contemporary Hospitality Management.* .
- Beltran , M., Parra, M., & Padilla, J. (2017). Las redes sociales aplicadas al sector hotelero. *International journal of scientific management and tourism.*, 131-153.
- Bi,, J., & Liu, Y. (2020). Exploring asymmetric effects of attribute performance on customer satisfaction in the hotel industry. *Tourism Management,*, 77, 104006.
- Ciribeli, J. &. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. . *Visión de futuro,* 33-50.
- Cortés, E. C. (2017). Grupos estratégicos y su influencia sobre el desempeño en el sector hotelero. . *Editorial Universitaria Ramón Areces.* .
- Cuscó, E. &. (2015). Nuevas formas de alojamiento turístico: comercialización, localización y regulación de las 'viviendas de uso turístico' en Cataluña. . *Diposit Digital,* 1 - 17.
- De Duque, R. L. (2017). UN MODELO DE INTERVENCIÓN PARA LA HOTELERÍA NO FORMAL COMO ACTOR PARA LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO. *Turismo y Sociedad,* 11, 201 - 218. Obtenido de <https://revistas.uexternado.e>.
- Dopson, L., & Nelson, A. (2017). El futuro de la educación hotelera: áreas de contenido del programa requeridas para los graduados de los programas de hotelería.
- El Telégrafo. (27 de Diciembre de 2011). Hospedaje informal es un problema para hoteleros.
- El Tiempo Diario de Cuenca. (Noviembre de 2016). El alojamiento informal es una realidad latente. Retrieved from El Tiempo Diario de Cuenca: <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/el-alojamiento-informal-es-una-realidad-latente>.

- El Universo. (Diciembre de 2016). *Actualidad*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/3/40-000-turistas-rumbo-a-salinas>
- Espinoza, X. (2020). Perspectiva de la Economía Colaborativa en el Ecuador: Caso Uber y Airbnb. *YACHANA Revista científica*, 9(1), 57-67. Obtenido de <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/623/362>
- Fierro, T., & Pérez, A. (14 de Septiembre de 2020). *Análisis de los factores que inciden en la planificación estratégica como medio para mejorar la productividad de las empresas del sector hotelero de Salinas*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15540/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-565.pdf>
- García , A., & Maridueña, M. (2018). Análisis del manejo promocional en la captación de clientes en pequeños hoteles del balneario Salinas, Provincia de Santa Elena. *Espiraes revista multidisciplinaria de investigación*, 2(19), 45 - 50. Retrieved from.
- García, C., & Gallard, G. (2002). SEGMENTACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO SEGÚN LAS PREFERENCIAS AMBIENTALES. *Cuadernos de Turismo*, 9, 123-136.
- González, J. (2011). La hotelería informal y la competitividad turística de la Ciudad de Cartagena.
- Guillen , N., & Iñiguez, T. (2016). Acción pública y consumo colaborativo. *Regulación de las viviendas de uso turístico en el contexto p2p*. 14(3), 751 - 768.
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & Havitz, M. (2018). Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342-359. doi:<https://doi.org/10.1177/0047287517696980>
- Hao, F., Xiao, O., & Chon , K. (2020). COVID-19 and China's hotel industry: Impacts, a disaster management framework, and post-pandemic agenda. *International Journal of Hospitality Management*, , 90, 102636.
- Hipp C, C. T. (2017). The incidence and effects of innovation in services: evidence from Germany. . *International Journal of Innovation Management*, 417–53.
- Hruby, R., & Conde, M. (2020). El turismo y la hotelería en el contexto de una crisis global ¿Una oportunidad para el cambio post Covid-19? *Revista Economía y Desafíos del Desarrollo*, 1(6), 52-72.
- Martínez, J., Fernández, J., & Casadesús, M. (2006). El uso de las tecnologías de la información en el sector hotelero. *TURITEC: Turismo y tecnologías de la información y las comunicaciones*. . Málaga: University of Málaga. Retri.

- Marulanda, F., & Restrepo, J. (2020). Una aproximación a los efectos negativos del hospedaje informal sobre la hotelería de gran formato en la ciudad de Medellín. *Tendencias*, 21(2), 124-145. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n2/2539-0554-tend-21-02-124.pdf>
- MINTUR. (2021). Catastro de establecimientos turísticos. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Morales, C. (2016). Mejora de la productividad en negocios turísticos: estudio de caso en Salinas, Ecuador. . *Revista Internacional de Investigación y Docencia (RIID)*, 1(1). doi:<http://dx.doi.org/10.19239/riidv1n1p33>.
- Moreno, A. (2012). Historia del turismo: una investigación necesaria. *Turismo y sostenibilidad: V jornadas de investigación en turismo (2012)*, p 105-126., 105-126.
- Muñeton, H. (19 de Mayo de 2015). *Diario Expreso*. Obtenido de <https://www.pressreader.com/ecuador/diario-expreso/20150519/281818577414639>
- Nacional, C. F. (2017). Ficha Sectorial: Sector Turístico - Nivel Nacional. Retrieved from <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf>.
- Narangajavana, Y., & Hu, B. (2018). The relationship between the hotel rating system, service quality improvement, and hotel performance changes: A canonical analysis of hotels in Thailand. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, 34-5.
- Noel, M. (2020). Competitive Responses in a Devastated Industry: Evidence from Hotels during COVID-19.
- Petrizzo , M. (2020). El impacto de la COVID-19 en el turismo. *Apuntes para su esbozo. Observador Del Conocimiento*, 93-101. Obtenido de http://www.oncti.gob.ve/ojs/index.php/rev_ODC/article/view/83
- Puigdemívol, E. C. (2015). Nuevas formas de alojamiento turístico: comercialización, localización y regulación de las viviendas de uso turístico en Cataluña. . *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*.
- Rebotier, J. (2010). LA INFORMALIDAD Y SU CONSTRUCCION: Entre indicador e instrumento, consideraciones metodológicas y epistemológicas. *HAL Sciences De L'Homme Et De La Société*, 1-21.
- Requejo, J. (2017). Turistas: del concepto legal a la compleja realidad del actual panorama español. . *Estudios Turísticos(172-173)*, 147-156.
- Santos, G. (2015). Análisis de las operaciones turísticas hoteleras para medir el nivel de contribución al desarrollo social y económico del cantón Salinas

durante el periodo 2014. *Repositorio UNEMI*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/2654>

Vergara, J., Quesada, V., & Blanco, I. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles cinco estrellas de la ciudad de Cartagena (Colombia) mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Ingeniare*, 9(3), 420-428.

ANEXO

Anexo 1. Formato de entrevista a administradores de pequeños hoteles

1. ¿Hace cuánto tiempo opera su negocio de hospedaje?
2. ¿Se encuentra registrado como una empresa formal?
3. En caso de no ser así. ¿Por qué razón no lo ha hecho?
4. ¿Cuántas habitaciones dispone su hotel?
5. ¿Aproximadamente cuantos huéspedes recibe mensualmente?
6. ¿Cuánto es el valor promedio de una habitación en su negocio?
7. ¿Aproximadamente cuantos días se hospedan sus clientes?

Anexo 2. Formato de entrevista a representante del departamento de turismo de la municipalidad de Salinas

1. ¿Qué actividades se relacionan para mejorar el sector turístico de la ciudad?

Una de las acciones que se realiza es desarrollar programas de capacitaciones gratuitas en donde los representantes de hoteles se pueden inscribir y recibir charlas sobre calidad de servicio y relaciones humanas

2. ¿Se lleva algún control sobre los establecimientos hoteleros informales de la ciudad?

Si bien se manejan cifras aproximadas estas no son exactas y varían en el tiempo, algunas personas utilizan sus domicilios para dar hospedaje, y lo hacen solo por una temporada para dejarlo a la siguiente, solo para conseguir un ingreso extra. Así mismo, existen muchos que cuando se intentan regular abandonan el proceso a la mitad.

3. ¿Cómo afectan los establecimientos informales al sector turístico?

Uno de los factores negativos es que generan distorsiones en las cifras oficiales turísticas, dado que no realizan declaraciones se desconoce la exactitud de las

cantidades de huéspedes que reciben y los ingresos que generan. Otro punto negativo es que al no ser oficiales incrementan las cifras de subempleo.

4. ¿Cuáles son las características de los establecimientos hoteleros informales?

Los establecimientos informales no suelen ser demasiado grandes, funcionando en infraestructuras o extensiones de domicilios. No disponen de artículos de aseo personal (amenities) para los clientes; la capacidad de la residencia suele estar sobrecargada para reducir precios; no cuentan con una estructura organizacional. Si bien al final es el huésped quien decide si hospedarse o no, al no estar regularizados no existen garantías de que los servicios sean óptimos y lo más importante, que se cumplan ciertos estándares de seguridad.

5. ¿Cómo se puede regularizar los agentes informales del sector turístico?

Desde un punto de vista legal, los establecimientos que no están constituidos deben tramitar esto en la prontitud posible o cesar operaciones. Estamos conscientes que al ser una ciudad que vive del turismo estos negocios son el sustento principal de muchas familias, por lo que el cierre no es la idea, eso golpearía la economía. Por lo que se debe hacer un acercamiento a todos y cada uno de los establecimientos informales y darles asesoramiento para que se formalicen. Hay algunos que no lo hacen para no tener que declarar y pagar impuestos, pero esto es un problema cultural.

6. ¿Qué elementos considera usted para que un alojamiento sea catalogado como informal?

Entre los elementos a considerar están el no estar regulado por nuestra entidad ni por el ministerio de Turismo; son residencias que no cumplen con una normativa establecida, los cuales no representan seguridad alguna para el turista y merman económicamente al sector hotelero formal y a las entidades a cargo de la respectiva regulación.

7. ¿Basado en referencias del sector hotelero de Salinas, en qué porcentaje se percibe la merma de ocupación anual por la incidencia del alojamiento informal?

De acuerdo a los ingresos de ocupación estimados de los establecimientos hoteleros se ve una reducción fluctuante entre un 30% al 40% anual.

Anexo 3. Catastro de establecimientos turísticos – Hospedajes en cantón Salinas

Nombre Comercial	Casificación	Categoría	Cantón	Parroquia
MILETO	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MARVENTO II	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
FOGATA	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
SAMARI	HOSTAL	2 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
PLAYA DORADA HONVAC S.A.	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
MILTON INN SUITES	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MILTON INN	HOSTAL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MARVENTO I	HOSTAL	3 Estrellas	SALINAS	CARLOS ESPINOZA LARREA
MONTECARLO	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	CARLOS ESPINOZA LARREA
PALM BEACH	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
GRAN MAR	HOSTAL	PRIMERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
EL CARRUAJE	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MALECON	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
COSTA LINDA	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
HOSTERIA MAR ADENTRO	HOSTERÍA	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MARVENTO IV	HOSTAL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
HOUSE BEACH TIA GLORIA	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
COCOS	HOTEL	SEGUNDA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
SUITE SALINAS	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
FRANCISCO II	HOSTAL	SEGUNDA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
FRANCISCO I	HOSTAL	PRIMERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
FAMILIAR	HOSTAL	SEGUNDA	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
EL DORADO INN	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
TROPICAL EL	HOSTAL	PRIMERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL

DELFIN EL INTERNACIONAL	HOSTAL	TERCERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
BLUE BAY	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
EL FARO.	HOTEL	4 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
LA POSADA DEL BUCANERO	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
AMIRA	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
LA PROA	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
SANTA ROSA	HOTEL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
CARAVEL	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SANTA ROSA
DIAMOND OF THE SEA	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
VICKY	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
EL DESCANSO DEL LOBO	HOSTAL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
CAMPING BEACH	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	ANCONCITO
TRAFALGAR	CAMPAMENTO TURÍSTICO	TERCERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
GEMELOS LOS	HOSTAL	SEGUNDA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
SUN BEACH	HOSTAL	SEGUNDA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
PALMERAS PLAYA MILINA	HOTEL	PRIMERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
GALERIA'S BEACH	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
LA PENINSULA BEACH	HOTEL	CUARTA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
DON MINCHO	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
POSADA PARIS	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
ARAGOSTA	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
CHESCOS ALMAR HOSTEL	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
HOSTAL FRANKMAR	HOSTAL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
BIG RALPH'S Y RESTAURANT	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
CHAQANA	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	CARLOS ESPINOZA LARREA
CARIDI	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
CARIDI - CHIPIPE	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
VILLA MARINA	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MARVENTO CHIPIPE	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
ISABELLA.	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
ITALIANA	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
EUSKAL BEACH	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
IPANEMA	HOSTAL	TERCERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
KOKÒ BEACH HOUSE HOSTAL	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
LAS PALMAS DEL MAR	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)

REPOSO DEL GUERRERO EL SALINAS	HOSTERÍA	SEGUNDA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
SALINAS COSTA AZUL	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
Palмира Inn	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
REFUGIO EL ALBITA	HOSTAL	TERCERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
FLORIDA	HOSTAL	TERCERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
ROCAS LAS HOTEL	HOSTAL	TERCERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
BARCELO SALINAS	HOTEL	5 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
DEL MAR	HOTEL	PRIMERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
PALMERAS LAS	HOSTAL	SEGUNDA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
VISTA SOL	HOSTAL	PRIMERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
HOTEL CITY PLAZA SALINAS	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
PRESIDENTE BEACH	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
BLUE MARLIN HOTEL	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
HOSTERIA SHANTI MI KA	HOSTERÍA	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
PLAYA DORADA	HOSTAL	2 Estrellas	SALINAS	CARLOS ESPINOZA LARREA
LA COSTANERA	HOSTAL	2 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
VENETO	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
JC. CAMPIÑA MARINA	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MEDITERRANEO	HOTEL	PRIMERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
DREAMS BEACH COLONIAL	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
EL DELFIN	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
GREY	HOSTAL	TERCERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
RONABI BEACH	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
KARAOQUE MOTIVOS	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
MALUVA	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
PLAYA CANELA BOUTIQUE	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
TERRAMAR	HOSTAL	TERCERA	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
GRAND HOTEL PARAISO	HOTEL	TERCERA	SALINAS	JOSÉ LUIS TAMAYO (MUEY)
MIAMI	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
POSADA PELICANO	HOSTERÍA	TERCERA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
RIVIERA DEL SOL	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
HAZIEL	HOSTAL	1 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
AG CASA BLANCA	HOSTAL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL

AG CASA BLANCA CHIPIPE	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MILINA BEACH	HOSTERÍA	3 Estrellas	SALINAS	SANTA ROSA
TU VENTURA	HOSTAL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
ARENA BLANCA	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
FRANCISCO III	HOSTAL	SEGUNDA	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
SALIBREEZE	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
COMO EN CASA	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
CASAS PACIFICOS	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	SALINAS	SALINAS, CABECERA CANTONAL
MARVENTO DOS	HOTEL	3 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
GRUPO MARVENTO I	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO
GRUPO MARVENTO SUITES	HOTEL	2 Estrellas	SALINAS	GENERAL ALBERTO ENRÍQUEZ GALLO