



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

Facultad de ciencias jurídicas, sociales y de la educación

Carrera de Turismo (Rediseñada)

DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN DE CARÁCTER COMPLEXIVO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
TURISMO**

Problema:

Análisis estadístico de la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo

Nombre del Autor:

Franco Ramos Carlos Alfredo

Nombre del Tutor:

MSc. Arellano Javier

BABAHOYO – ENERO

2024



Babahoyo, 04 de marzo del 2024

CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **CARLOS ALFREDO FRANCO RAMOS**, portadora de la cédula de ciudadanía **1251289581**, en calidad de autor (a) de la Dimensión Práctica del Examen

Complejivo De Grado, previo a la Obtención del Título de Licenciado (o) en **TURISMO**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el problema:

ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA OCUPACIÓN HOTELERA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

CARLOS ALFREDO FRANCO RAMOS

CI. 1251289581

Babahoyo, 04 de marzo del 2024

CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor del del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo de la Sr. (a)(ta) **CARLOS ALFREDO FRANCO RAMOS**, cuyo tema es: **ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA OCUPACION HOTELERA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **1%**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.



DARIO JAVIER ARELLANO

VALENCIA

DOCENTE DE LA FCJSE



Resumen

El presente caso de estudio tiene como tema: “análisis estadístico de la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo”, tuvo como objetivo general determinar la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo a través de un análisis estadístico, buscando cumplir con la línea de investigación de planificación y gestión turística. La metodología que se aplicó en el presente caso de estudio fue de tipo descriptiva, además de ser documental, con un enfoque cuantitativo. La técnica para la recolección de datos fue la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario, los resultados obtenidos permitieron conocer que existe una correlación con el aumento de la demanda turística cuando hay eventos culturales, deportivos, entre otros en el cantón, así como también que el trimestre con mayor demanda se sitúa entre los meses de octubre a diciembre y la menor demanda en el trimestre de enero a marzo. Concluyendo que la ocupación hotelera del cantón Babahoyo necesita del desarrollo de estrategias para potenciar los atractivos turísticos, ecológicos y gastronómicos, con el desarrollo de eventos que llamen la atención a turistas y viajeros de la localidad, así como también generar una guía que brinde información en los hoteles para que los huéspedes conozcan sobre los atractivos turísticos del cantón y como adquirir estos planes.

Palabras clave: Turismo, ocupación hotelera, atractivos turísticos, demanda y oferta, estrategias.



Abstract

This case study has as its theme: "statistical analysis of hotel occupancy in the city of Babahoyo", its general objective was to determine hotel occupancy in the city of Babahoyo through a statistical analysis, seeking to comply with the research line of tourism planning and management. The methodology applied in this case study was descriptive and documentary, with a quantitative approach. The technique for data collection was the survey, whose instrument was the questionnaire, the results obtained showed that there is a correlation with the increase in tourism demand when there are cultural and sporting events, among others in the canton, as well as that the quarter with the highest demand is between the months of October to December and the lowest demand in the quarter from January to March. In conclusion, hotel occupancy in Babahoyo needs the development of strategies to promote the tourist, ecological and gastronomic attractions, with the development of events that attract the attention of tourists and travelers of the town, as well as to generate a guide that provides information in hotels so that guests know about the tourist attractions of the canton and how to acquire these plans.

Key words: Tourism, hotel occupancy, tourist attractions, demand and supply, strategies.



Índice de Contenido

CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	ii
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Contextualización	1
1. Planteamiento del problema	1
2. Justificación	3
3. Objetivo de Estudio	4
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
4. Línea de Investigación	5
DESARROLLO	6
5. Marco Conceptual	6
6. Marco Metodológico	11
7. Resultados	12
8. Discusión de resultados	15
9. Conclusiones	17
10. Recomendaciones	18
Referencias Bibliográficas	19

Contextualización

1. Planteamiento del problema

Sin duda alguna en los últimos años el Ecuador ha presentado un auge en su crecimiento como destino turístico, entre los extranjeros quienes observan en la biodiversidad del país una oportunidad para la realización de diversas actividades de esparcimiento y distracción, es así como las cuatro regiones geográficas ofrecen hermosos paisajes que deslumbran al turista.

Es de esta manera que Ministerio de Turismo (2022) en su informe presentó que durante los feriados del 2022 existió un promedio de excedente de 52 millones de dólares sobre el mejor año calculado hasta el momento que fue el 2015, siendo las principales provincias beneficiadas Manabí, Santa Elena, Guayas y Azuay.

Los Ríos por su geografía es uno de los lugares que presenta varios lugares aledaños por explorar mismos que pueden llamar la atención de viajeros nacionales y extranjeros, entre los que destacan aspectos como la cultura, gastronomía, diversos paisajes, clima, entre otros, los que son priorizados como un punto estratégico para la movilidad entre diversas provincias y cantones los cuales unen las regiones climáticas del Ecuador, permitiendo una mayor optimización del tiempo impulsando un turismo dinámico.

Uno de los puntos que se deben resaltar es que la capital riosense como se denomina a Babahoyo es que la capacidad hotelera se encuentra distribuida por hoteles emblemáticos. En la actualidad poseen habitaciones acogedoras brindando una experiencia favorable para el turista, ante lo cual la importancia del estudio es la realización de un diagnóstico para determinar factores que permitan potencializar el turismo en la ciudad de Babahoyo, además de lograr una mejor incursión en el mercado turístico nacional, brindando la información necesaria sobre lo que el cantón puede ofrecer como un producto turístico para viajeros nacionales y extranjeros.

El análisis estadístico de la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo es relevante para comprender el comportamiento de este sector económico, este estudio puede ayudar a identificar las tendencias de la ocupación hotelera, así como los factores que influyen en ella.

La falta de este análisis estadístico crea una escasa información misma que no permite un adecuado desarrollo turístico en el cantón Babahoyo, por este motivo mediante un análisis de información sobre la problemática de estudio se buscó generar nuevas fuentes de datos sobre la realidad y perspectivas para el desarrollo económico y social, teniendo bases sólidas para el

diseño de nuevas estrategias que serán planteadas de acuerdo con las necesidades que padece el sector hotelero. Por lo expresado se plantea problema de análisis conocer ¿Cuál es el porcentaje de la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo?

2. Justificación

El presente estudio de caso tiene una relevancia económica para el sector hotelero del cantón Babahoyo, teniendo como principal punto el análisis de su nivel de ocupación y disponibilidad en el mercado local, teniendo así una oferta no solo laboral que beneficiará a los pobladores del cantón sino también impulsar el crecimiento económico de sus pobladores desde los restaurantes, comerciantes informales, comerciantes formales, entre otros los cuales se beneficiaran de manera directa e indirecta con el crecimiento de los visitantes nacionales y extranjeros.

El analizar la capacidad de ocupación hotelera es de vital importancia para predisponer de recursos físicos que permitan acoger a los visitantes que deseen asistir a diversos eventos o promociones turísticas del cantón a fin de la realización de festivales, conciertos, entre otras actividades que promuevan el desarrollo económico y a su vez permitan gestar una identidad como cantón, resaltando sus valores culturales, sociales y gastronómicos.

Los beneficiarios directos del presente estudio son la comunidad hotelera del cantón, mismo que podrán contar con una herramienta de investigación que provee datos reales sobre una problemática que contiene un análisis de la ocupación hotelera y los meses donde es necesaria mejorar las estrategias de marketing o publicidad, además de tener como beneficiarios indirectos a los comerciantes formales e informales del cantón.

La factibilidad del estudio está relacionada directamente con la aportación de hoteles locales que deseen participar en el presente estudio entre los cuales destacan el hotel Perla Verde, Capitol, La Chorrera, Cacharí, Gran Daniel, Río Dulce, entre otros que aportaran una perspectiva sobre el nivel de ocupación durante los diversos meses del año y su disponibilidad para el servicio e información de servicios a la comunidad de viajeros locales y extranjeros en el cantón de Babahoyo.

3. Objetivo de Estudio

Objetivo General

Determinar la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo a través de un análisis estadístico.

Objetivos Específicos

Analizar de manera estadística el nivel de ocupación hotelera en el cantón Babahoyo, así como su fluctuación estacional de la demanda durante el 2023.

Definir los picos de demanda y factores que influyen en la ocupación hotelera en el cantón Babahoyo durante el año 2023.

Proponer estrategias de marketing para mejorar la competitividad y la rentabilidad del sector hotelero en el cantón Babahoyo.

4. Línea de Investigación

La presente investigación se enmarca en la línea de investigación de planificación y gestión turística. Su objetivo principal es realizar un análisis sobre el conocimiento que ofrecen los factores turísticos para el cantón Babahoyo, a fin de planificar nuevas estrategias para el desarrollo de un producto turístico que promueva el interés en viajeros nacionales y extranjeros. Además de respetar la sublínea de investigación que plantea el análisis de datos estadísticos relacionados con la actividad turística.

DESARROLLO

5. Marco Conceptual Ocupación Hotelera

La ocupación hotelera se calcula dividiendo las habitaciones ocupadas por el total de habitaciones disponibles para ocupar. Se multiplica el resultado por 100 para obtener un porcentaje que los gerentes utilizan para comparar el ratio de ocupación entre diferentes establecimientos (Marulanda & Restrepo, 2020)

Conceptualización del sector hotelero

Es importante comprender que en sector hotelero, este se encuentra compuesto por todos aquellos establecimientos que brindan de manera profesional y habitual un servicio de alojamiento a los individuos que buscan una noche para pernoctar o un espacio que brinde las características de seguridad y confort para pasar un rato ameno entre familia o amigos.

Angamarca et. al. (2019), hacen mención que un hotel es aquel establecimiento que fue diseñado de manera estructural para brindar el servicio de alojamiento a turistas o viajeros de manera temporal, el cual debe incluir servicios básicos y en su interior una cama, armario, muebles, baño privado, además de un factor de entretenimiento como televisor y en ocasiones un refrigerador pequeño.

Con lo expresado se puede determinar que los hoteles son empresas que generan un servicio o una servucción donde se logra generar la inseparabilidad entre el consumidor y el productor el mismo que se produce en un mismo momento de actividad económica y productividad hotelera generando una interrelación.

Características de los servicios hoteleros

Con el concepto de hotel y sabiendo que es generadora de un servicio es importante conocer cuáles son las principales características de los servicios hoteleros, es así como para Ibáñez et. al (2020) señala que las cuatro características básicas para un servicio hotelero de calidad se centran en la intangibilidad o en otras palabras que el servicio no es percibido por los sentidos sino por el grado de satisfacción del ocupante; la inseparabilidad, es un punto o eje importante para generar las ganancias necesarias al momento de ofrecer un servicio en donde lo producido se consume en el mismo momento, conjugando eficiencia-eficacia-calidad en un solo conjunto de estrategias para brindar un sentido de confort al cliente; la heterogeneidad, hace referencia a la difícil que resulta lograr una estandarización de niveles y categorías entre los hoteles y servicios ofertados, teniendo diferencias entre ellos en todo momentos; por último

la percibibilidad punto que todo administrador debe comprender que un servicio no se puede almacenar y que cada cliente es diferente al igual que sus necesidades.

Indicadores para la adquisición de un servicio hotelero

Parte fundamental para la decisión sobre las necesidades de los clientes tiende a ser observable como punto focal por su localización, la misma que representa una ventaja competitiva en el mercado donde no solo se analizan los recursos que puede controlar sino también factores que se encuentran en su inmediato entorno permitiendo una accesibilidad a otros recursos o para la satisfacción de necesidades específicas.

Soto y Villena (2020), expresan que el emplazamiento constituye un factor fundamental para el rendimiento comercial de un hotel, el mismo que brinda un impacto positivo a largo plazo, es así que una buena ubicación en un momento exacto para el desarrollo comercial de un emprendimiento genera a sus competidores establece estrategias de supervivencia, donde una economía espacial es el punto de distinción. La ubicación en la actualidad se ha convertido en un punto de análisis determinar el sector donde se generará mayor rentabilidad, y permita tener un retorno de inversión rápido y seguro son tareas que los administradores e inversores deben establecer antes de comenzar su desarrollo empresarial.

Al considerar este factor como punto de partida para determinar se debe comprender que la comercialización hotelera, busca vender este servicio en función a sus prestaciones, teniendo como esquema un plan de marketing el mismo que plantea fijar precios, promover y distribuir el producto o servicio en función de cumplir las necesidades de los clientes y lograr una diferenciación ante los competidores, captando y fidelizando a los potenciales usuarios.

Para Jiang y Wen (2020), la comercialización implica poner en práctica estrategias de marketing, que básicamente consisten en desarrollar productos que satisfagan las necesidades de los clientes y destaquen positivamente frente a los productos de la competencia. En el ámbito hotelero, se concibe el marketing como la adecuada combinación de diversos elementos de comercialización de un producto o servicio, considerando los objetivos a alcanzar y los recursos disponibles para lograrlos.

Pasciaroni (2023), expone que parte del declive de una institución hotelera radica en la poca innovación y el olvidar que los factores para la comercialización deben de contener además del producto o servicio, un análisis del precio de acorde al entorno y la distribución o logística del hotel, mismo que permite una comunicación comercial para buscar el crecimiento de una comunidad y en la actualidad otro factor importante es el procesamiento de la

información el brindar un servicio como internet de calidad y espacios verdes, son parte de las estrategias que permiten destacar entre la competencia.

Esta claro que en función de mejorar los servicios ofertados los hoteles analizan aspectos prioritarios para mejorar las estrategias de comercialización de su producto o servicio, es así como es necesario conocer que factores los clientes consideran al momento de contratar un hotel o acceder a sus servicios, un estudio realizado por Díaz (2022) demostró que como primer punto se considera la limpieza general de la habitación exclusivamente de los baños la que más destaca; en segundo lugar una variedad en el desayuno o una oferta gastronómica; como tercer punto la relación calidad-precio teniendo a la parte la comodidad de la habitación; en cuarto punto el personal como un factor de empatía, amabilidad considerando que esta es la proyección de imagen del hotel o la cara a ser tratada por el viajero o turista, en quinto lugar la localización es un factor determinante, cada uno de estos factores obtuvieron un valor superior al 17% siendo el puesto número uno un 27%.

Oferta y demanda turística

Macías et. al. (2020), expresan que la interrelación entre oferta y demanda en el ámbito turístico es innegable. En términos generales, la oferta turística se configura como el conjunto de elementos destinados a ser objeto de interés para los turistas. Esta concepción implica que la oferta turística abarca una amplia gama de recursos que se ponen a disposición para satisfacer las necesidades de los viajeros, englobando aspectos como el clima, el entorno paisajístico, la infraestructura hotelera, los restaurantes, las instalaciones de entretenimiento, entre otros. En consecuencia, la oferta turística se constituye por una variedad de componentes heterogéneos, requiriendo una gestión óptima para su eficiente funcionamiento.

Además la oferta turística también depende de la planificación, ante ello la formación de la venta y compra de los productos ofertados por empresas turísticos entre los que destacan los operadores, proveedores de servicios turísticos, agencia de viajes, entre otros.

Estacionalidad turística

Carreño (2023), expresa que el término "estacionalidad turística" hace referencia al patrón cíclico que presenta la demanda turística en un destino específico. Este fenómeno se distingue por la alternancia entre períodos de elevada afluencia de visitantes, conocidos como temporada alta, y períodos subsiguientes de menor afluencia, denominados temporada baja. Este ciclo estacional se convierte en un elemento distintivo que influye directamente en los

flujos de turistas, marcando fases de intensa actividad seguidas de periodos más tranquilos en el ámbito turístico de un lugar determinado.

Entre las principales causas que ocasionan la estacionalidad turística se encuentran, las condiciones climáticas, vacaciones escolares, días de fiesta, factores naturales, eventos deportivos, conciertos musicales, entre otros.

Factores de consumo turístico

Al identificar los indicadores que prestan atención a los usuarios de servicios hoteleros, ahora se debe considerar la importancia de un factor ajeno a la industria hotelera como lo representa la demanda turística, lo que simboliza la demanda o necesidad que realizan los individuos, viajeros o turistas al momento de viajar con fines de negocios, ocio, distracción u otros con los cuales buscan consumir un producto o servicio donde los intereses que se mueven son diferentes teniendo claro la necesidad de comodidad (Llupart & Rodríguez, 2022).

De acuerdo con Flores y Silvera (2020), el consumo turístico provee una serie de características las cuales convierten al proceso de decisión de los usuarios en un sistema de decisión complejo donde se deben de concretar o considerar los siguientes puntos:

- Niveles de elección: duración del viaje, tipo de movilización, destino, tipo de alojamiento, canales de compra, canales de información y actividades complementarias en el destino.
- Desplazamiento fuera de residencia: lo que requiere planeación de actividades de entretenimiento o esparcimiento en el lugar de destino a fin de evitar la estacionalidad.
- Costos y gastos: una relación importante al momento de tomar una decisión de viaje es la relación costo-gasto-destino, la misma que representa el 60% de la decisión del viajero el mismo que piensa en la cantidad de desembolso de dinero que debe realizar para costear un viaje.
- Producto turístico: en la actualidad este punto es lo que promueve las grandes cadenas de hotelería, brindar al cliente una gama de servicio los cuales puede adquirir durante su estadía en el hotel, además que el viajero puede gozar de beneficios como alimentación (desayunos incluidos), internet, piscina, entre otros, generando un plus en sus ventas.

- Destino: el lugar de destino se determina en función a las actividades, su potencial como atractivo turístico, las bondades del sector donde se localiza el hotel, cultura, entre otros los cuales motivan al viajero a emprender un viaje.

Babahoyo como zona turística

En el estudio presentado por Cifuentes (2020), expresa que hasta el 2018 en cantón Babahoyo posee un registro de siete establecimientos de hospedaje en el casco urbano del cantón, los cuales proveen un total de 156 habitaciones en una oferta total de 308 plazas o camas, lo que equivale al 15,5 % del total de la provincia.

Así mismo el autor expresa que en la página de turismo del Ecuador existe un registro donde se expresa que el cantón Babahoyo oferta un total de 84 establecimientos gastronómicos lo que representa un total de 1170 mesas o 4680 plazas equivalentes al 29,6 % de la oferta total de la provincia.

El estudio también señala que el 59,4 % de los turistas que asisten al cantón son provenientes de la provincia del Guayas específicamente de Guayaquil y de Quito el 36,05 %, a su vez se describe que las fechas donde existe un incremento de la afluencia de visitantes es en orden de mayor a menor en fechas como Año Nuevo, Viernes Santo, Batalla del Pichincha, Carnaval, Primer Grito de Independencia, Navidad y Día del Trabajo, circunstancialmente optando este punto como parte de una estrategia para la movilización a otros lugares cercanos al cantón.

Una alternativa viable para el cantón es la desarrollada por Bayas (2023), proponiendo un circuito turístico e itinerario para conocer las riquezas históricas, culturales y naturales que Babahoyo tiene para ofrecer, para lo cual se propone descubrir lugares emblemáticos como la Casa de Olmedo, El cerro Cacharí, El Malecón 6 de Octubre, además de degustar platos típicos del cantón como son el encebollado, bollos, ayampacos, sudados, entre otros donde los turistas podrán elegir mientras se encuentran en la casa flotante, lugar de añoranzas e historias urbanas.

6. Marco Metodológico

La metodología que se aplicó en el presente caso de estudio fue de tipo descriptiva permitiendo indagar sobre las relaciones entre la ocupación hotelera y factores para el desarrollo económico del cantón Babahoyo, describiendo estrategias puntuales para el alcance de los objetivos de estudio, además de complementarse con una investigación de campo, misma que permitió al investigador conocer la realidad del problema de la comunidad hotelera en el cantón, visitando los hoteles como objeto de estudio; también es documental porque el estudio se respalda con fuentes de información teórica y conceptual que sustenta la validez de la investigación.

El enfoque cuantitativo, al medir de forma estadística y numérica los datos proporcionados a través de los instrumentos para la recolección de información que en el presente estudio es el cuestionario.

La población estará conformada por los hoteles registrados en la página de turismo y alojamiento del Gobierno del Ecuador, hasta el 2021, donde se hace mención de 4 hoteles y 4 hostales como lo son: Capitol 1, Capitol 2, Coloma Morales, Emperador, Grand hotel ciudad del río, Grand hotel perla verde, Hotel del río dulce, Nuevo hotel Cachaquí, la muestra estará conformada por un tipo no probabilística, donde se procede a considerar la totalidad de la población al tener un número reducido de participantes, donde se encuentran el Hotel Perla Verde, Hotel Gran Daniel, Hotel Ciudad del Río y Hotel Capitol 2.

La técnica para la recolección de datos fue la encuesta, misma que se aplicó a través de un instrumento como es el cuestionario conformado por nueve preguntas sobre los niveles de ocupación, servicio y rentabilidad de las empresas hoteleras en la ciudad de Babahoyo, contando con la participación de hoteles y hostales de la localidad.

7. Resultados

Los resultados obtenidos permitieron conocer:

Tabla 1: Resultados de la aplicación de instrumentos a hoteles del cantón Babahoyo

Pregunta	Opción de respuesta	Hotel Ciudad del Río	Hotel Gran Daniel	Hotel Perla Verde	Hotel Capitol 2
1) Dentro de las siguientes especificaciones delimite el número de habitaciones que posee el hotel.	De 10-20	X	X		X
	De 21-30			X	
2) ¿En qué rango promedio se encuentra el precio por noche en una habitación en el hotel?	De 10-20 dólares	X	X	X	X
3) ¿Cuántos hombres y cuántas mujeres se hospedaron en el hotel en el 2023?					
4) ¿Cuál es la tasa promedio de ocupación hotelera que alcanzó el establecimiento en el año 2023?	Del 0 al 20%			X	
	Del 21 al 40%	X			X
	Del 41 al 60%				
	Del 61 al 80%		X		
5) Existe correlación entre el desarrollo de eventos culturales, deportivos con la demanda hotelera?	Totalmente de acuerdo		X	X	X
	En desacuerdo	X			
	Ni en acuerdo ni				

	en desacuerdo				
6) ¿En qué trimestre del año, la demanda ocupacional hotelera es baja?	De Enero - Marzo		X	X	
	De Abril - Junio				
	De Julio - Septiembre				X
	De Octubre - Diciembre	X			
7) ¿En qué trimestre del año la demanda ocupacional es alta?	De Abril - Junio	X			
	De Julio - Septiembre			X	
	De Octubre - Diciembre		X		X
8) ¿Como ha afectado la inseguridad que vive actualmente el país en la ocupación hotelera?	Ha afectado mucho	X	X	X	X
9) ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva en relación con la competencia de su localidad?	Ubicación geográfica		X		X
	Mejor prestación de servicios	X		X	
10) Delimite el rango de edades de los huéspedes que asisten al hotel	De 18-25				
	De 26-35	X	X		X
	De 36-45			X	
11) ¿Cuál es el rango de estadía en el hotel?	De 1-2 días		X	X	X
	De 3-5	X			

12) ¿Visita el hotel principalmente para negocios o para placer?	Por negocios	X	X	X	X
--	--------------	---	---	---	---

Análisis: Los datos proyectados mediante la recopilación de la información permitieron conocer que en la actualidad los hoteles participantes en el estudio poseen un límite de ocupación entre los 10 a 30 habitaciones en sus localidades respectivas, además de que el precio por habitación se encuentra entre los \$10 a \$20 dólares por noche por persona.

Otro punto a resaltar es que la ocupación hotelera durante el año 2023 se encontró en diferentes rangos entre los cuales destacan entre el 21% al 40%, el cual estuvo principalmente relacionado a la realización de eventos culturales, deportivos y sociales, lo que aumento la demanda hotelera en el cantón, siendo que la demanda ocupacional hotelera fue baja durante los meses de enero a marzo, al contrario de los meses de octubre a diciembre donde la demanda fue alta.

Los encuestados manifestaron también que un factor que ha afectado a la demanda hotelera es la inseguridad, misma que en el país ha ido en aumento con relación a otros años y es por este motivo que la demanda hotelera ha disminuido, ante la carencia de promoción y demanda de paquetes turísticos y salidas familiares.

Una característica que se mencionó como parte de la estrategia diferenciadora entre los hoteles, es que la ubicación geográfica desempeña un rol preponderante al escoger un lugar de alojamiento, además de la calidad de los servicios ofertados, esto debido a que el rango de precios se encuentra en un valor equilibrado entre la competencia.

Otro factor que se debe considerar o deben de considerar los propietarios o administrativos de los hoteles en el cantón es el rango de edad de sus huéspedes, los cuales se encuentran en su mayoría entre los 26 a 35 años y se hospedan en un promedio entre los 1 a 2 días, siendo el principal motivo para su estadía por viaje.

8. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos reflejan la opinión vertida por los encuestados administrativos de los diferentes hoteles del cantón Babahoyo, es así como al Analizar de manera estadística el nivel de ocupación hotelera en el cantón Babahoyo, así como su fluctuación estacional de la demanda durante el 2023, se puede establecer una relación entre el concepto adquirido por Angamarca et. al. (2019), donde se expresa que la función principal de un hotel es el de brindar una servicio de alojamiento para turistas o viajeros de forma temporal, esta definición se observa reflejada en las preguntas 11 y 12 donde se expresa que el tiempo máximo de alojamiento es en un periodo de 1 a 2 días, además que este servicio es utilizado más por aquellos viajeros que llegan al cantón por un viaje de negocios.

Por su parte Ibáñez et. al (2020), menciona que existen cuatro características dentro de un servicio hotelero que representan un estándar de eficiencia y eficacia en la calidad del servicio ofertado teniendo así la intangibilidad, la inseparabilidad, la heterogeneidad y la perecibilidad, estos pilares básicos se observan validados en los cuestionamientos 5, 8 y 9, sobre los cuales los resultados expresan que un factor determinante para la ocupación hotelera en el cantón suele ser el desarrollo de eventos culturales, deportivos y sociales los mismo que a través de los resultados proyectados representan un 100% del atractivo turístico e impulsador de la demanda hotelera.

Además en el factor relacionado como intangible es la proyección de la pregunta 8 un factor que actualmente representa un punto de interés para los turistas y viajeros, quienes observan el nivel de seguridad antes de realizar una movilización a un punto específico, la misma que en el cantón Babahoyo ha disminuido por el crecimiento del índice delincencial, haciendo que no exista un acercamiento de los turistas al cantón.

Por ultimo en referencia a la pregunta 9 característica relacionada a la heterogeneidad y la perecibilidad, la distinción de la marca empresarial sobre la competencia se encuentra específicamente expresada en la ubicación geográfica y la calidad de los servicio ofertados, estrategias que pueden llegar a no ser de relevancia total en consideración que los hoteles a ser considerados se encuentran en la parte céntrica del cantón, además de no competir en precio al tener un rango estimado entre los \$10 a \$20 dólares por noche para una persona.

Con el planteamiento del objetivo específico dos sobre definir los picos de demanda y factores que influyen en la ocupación hotelera en el cantón Babahoyo durante el año 2023, los resultados presentados de los cuestionamiento 5, 8 y 9 también contrastan con los indicadores de consumo turístico expresados por Flores y Silvera (2020), quienes mencionan que los turistas y viajeros para concretar la contratación de un servicio hotelero establecer factores

como los niveles de elección, tipo de desplazamiento, costos y gastos, producto y oferta turística y el destino, estos dos últimos puntos son validados a través de la inclusión de las preguntas 6 y 7 donde se expresa que los periodos más bajos para los Hoteles Perla Verde y Gran Daniel, se encuentran en primer trimestre del año, las razones en principalmente por la temporada invernal y la poca o nula competitividad turística ofertada por el cantón para esas fechas, por su parte el Hotel Capitol 2 expresa que las fechas bajas están en el trimestre de Julio a Septiembre donde la capacidad hotelera es baja, ante la falta de atractivos turísticos o fechas que generen una captación de turistas como en otras ciudades como Guayaquil donde se celebran las fiestas Julianas o el feriado del 10 de agosto donde el afluente masivo de turistas van a la Capital del país, por último el Hotel Ciudad del Río expresa que el periodo de ocupación baja es en los meses de octubre a diciembre por razones antes expresadas.

En relación a la pregunta 7 sobre los meses de ocupación alta los hoteles Gran Daniel y Hotel Capitol 2 expresan que son en los meses de octubre a diciembre donde tienen más afluencia de clientes por las fiestas navideñas, por su parte el Hotel Ciudad del Río los meses de abril a junio les representa de ocupación alta por motivos laborales de clientes que asisten a la realización de diversos cursos o seminarios e inclusive por negocios, por último el Hotel Perla Verde expresa que los meses de Julio a septiembre al tener cliente que asisten por motivos de turismo o la realización de un punto estratégico de movilización debido a las vacaciones de la región sierra.

Así mismo al analizar el objetivo específico tres sobre proponer estrategias de marketing para mejorar la competitividad y la rentabilidad del sector hotelero en el cantón Babahoyo, se puede observar que los Hoteles participantes tienen un público objetivo donde se encuentran volteadas sus estrategias de mercado, además de las campañas de publicidad y marketing es así que en la pregunta 10 sobre el rango de edad de los cliente que mayormente asisten al Hotel, la población entre los 26 a 35 años prefiere Hoteles como Ciudad del Río, Gran Daniel y Capitol 2, por su parte el Hotel Perla Verde está dirigido a un público de mayor edad entre los 36 a 45 años, así mismo en la pregunta 3 al cuestionar el público que asiste con mayor frecuencia al hotel se conoció que el 70% de las personas que asisten solas a un hotel son hombres y el 30% mujeres.

9. Conclusiones

Se concluye:

- Que la ocupación hotelera del cantón Babahoyo, en la muestra encuestada presenta un nivel alto en los meses de octubre a diciembre, teniendo como principal atractivo las fiestas por el 6 de Octubre en relación con la creación de la provincia Los Ríos, además que en Diciembre existe un incremento por las fiestas navideñas y por fin de año, donde el aumento de familiares y reuniones sociales hacen que los visitantes acudan a los hoteles.
- Que los picos de la demanda hotelera se dan principalmente en los meses de octubre y diciembre teniendo festividades, además que factores como la seguridad, publicidad, actos culturales, sociales y deportivos inciden directamente en la demanda hotelera, los costos son otro factor pero en la localidad estos se encuentran en un margen entre los \$10 a \$20 dólares la noche.
- Las estrategias de marketing empleadas por las diversas empresas hoteleras del cantón están relacionadas a publicidad en las redes sociales, donde se postea los servicios a disposición de los turistas y viajeros.

10. Recomendaciones

Se recomienda:

- La realización de un proyecto para potencializar los atractivos turísticos del cantón, además de promover alianzas estratégicas con empresas nacionales que contribuyan a la realización de eventos culturales que fomenten una identidad y promuevan a Babahoyo como un punto estratégico de convergencia y reunión.
- Que el Municipio del cantón Babahoyo trabaje de una forma coordinada con los hoteles, restaurantes y comerciantes para la realización de eventos donde se promueva la socialización, cultura, arte y gastronomía, brindando un palestra para mostrar al país las bondades y atractivos del cantón Babahoyo.
- La realización de una ruta turística, misma que estará a disposición en la ventanilla de información de los hoteles, donde los visitantes y turistas tengan información sobre que lugares visitar, los platos típicos del cantón, principales restaurantes y actividades a realizar. Además de contar con un guía al cual recurrir como también el servicio de transportación a estos lugares, fortaleciendo al turismo ecológico y promoviendo a Babahoyo como un punto de acogida para los turistas.

Referencias Bibliográficas

- Angamarca, Díaz, & Martínez. (2019). Revisión bibliográfica actualizada sobre el servicio hotelero. *UTEQ*, 3(1), 73-95. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/283/619>
- Bayas. (2023). *Creación de un circuito turístico del cantón de Babahoyo*. (Tesis de Licenciada en Hotelería y Turismo): U.T.B. Obtenido de <http://190.15.129.146/bitstream/handle/49000/15533/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000120.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carreño. (2023). Turismo MICE como estrategia para superar la estacionalidad turística, caso: Manta, Manabí, Ecuador. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística*, 3(1), 25-34. Obtenido de <http://revistasepam.espam.edu.ec/index.php/rigistur/article/view/397>
- Cifuentes. (2020). Babahoyo, El citymarketing y el turismo. *Magazine de las ciencias. Revista de Investigación e Innovación*, 5(1), 18-31. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1071/787>
- Díaz. (2022). *Satisfacción del cliente en relación al servicio en el Hotel Residencial Alfa, Jesús María, 2022*. (Tesis de licenciatura): Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76742/Diaz_JLV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores, & Silvera. (2020). Características de la demanda potencia del destino Cuba en la nueva normalidad postcoronavirus. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. RITUREM*, 4(2), 178-193. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7691805>
- Ibañez, Almendarez, & Sánchez. (2020). Determinantes de la ocupación hotelera de los principales destinos de sol y playa de México. *Nóesis. Revista de ciencias sociales*, 29(1), 84-104. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2395-86692020000300084&script=sci_arttext
- Jiang, & Wen. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International journal of contemporary hospitality management*, 32(8), 2563-2573. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0237>
- Llupart, & Rodríguez. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 359-375. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471697>

- Macías, Zambrano, Villafuerte, & Zambrano. (2020). Análisis de la oferta y demanda del atractivo turístico: playa de San Lorenzo. *revista Multidisciplinaria: Universidad, Ciencia y Tecnología*, 24(104), 88-94. Obtenido de <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/370>
- Ministerio de Turismo. (2022). Informe Turismo 2022 postpandemia. *Ministerio de Turismo del Ecuador*, 1 - 82.
- Pascianori. (2023). Innovación hotelera: conducta innovadora, factores limitantes y percepciones frente a la crisis COVID-19. Caso Bahía Blanca, Argentina. *Uniandes Episteme. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación.*, 10(1), 88-103. Obtenido de <https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/2818/2355>
- Soto, & Villena. (2020). Calidad percibida en los hoteles de tres estrellas utilizando el modelo Hotelqual en la ciudad de Huánuco-2018. *Revista San Gregorio*(38), 27-37. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2528-79072020000100027&script=sci_arttext

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema general	Objetivo General	Variables	Dimensiones
Análisis estadístico de la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo	¿Cuál es el porcentaje de la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo?	Determinar la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo a través de un análisis estadístico.	Variable independiente. Ocupación hotelera	Estacionalidad Eventos Oferta turística Promoción turística
		Objetivos Específicos	Variable dependiente. Factores que influyen en la ocupación hotelera	
		Analizar de manera estadística el nivel de ocupación hotelera en el cantón Babahoyo, así como su fluctuación estacional de la demanda durante el 2023. Definir los picos de demanda y factores que influyen en la ocupación hotelera en el cantón Babahoyo durante el año 2023. Establecer estrategias de marketing para mejorar la competitividad y la rentabilidad del sector hotelero en el cantón Babahoyo.		

INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Instrucciones:

El presente instrumento tiene como fin recopilar información para el desarrollo del presente caso de estudio el mismo que tiene como tema: “Análisis estadístico de la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo”, para lo cual se solicita de manera cordial responder marcando con una ✓ la opción que considere correcta y apegada a su realidad como empresa hotelera.

Análisis estadístico de la ocupación hotelera en la ciudad de Babahoyo

1) Dentro de las siguientes especificaciones delimite el número de habitaciones que posee el hotel:

De 10-20

De 21-30

De 30-40

Más de 40 habitaciones, especifique

2) ¿En qué rango promedio se encuentra el precio por noche en una habitación en el hotel?

De 10-20 dólares

De 20-40 dólares

De 50-60 dólares

Más de 61 dólares, especifique

3) ¿Cuántos hombres y cuántas mujeres se hospedaron en el hotel en el 2023?

4) ¿Cuál es la tasa promedio de ocupación hotelera que alcanzó el establecimiento en el año 2023?

Del 0 al 20%

Del 21 al 40%

Del 41 al 60%

Del 61 al 80%

Más de 80%, especifique

5) Existe correlación entre el desarrollo de eventos culturales, deportivos con la demanda hotelera?

Totalmente de acuerdo

En desacuerdo

Ni en acuerdo ni en desacuerdo

6) ¿En qué trimestre del año, la demanda ocupacional hotelera es baja?

De Enero - Marzo

De Abril - Junio

De Julio - Septiembre

De Octubre - Diciembre

Otro especifique

7) ¿En qué trimestre del año la demanda ocupacional es alta?

De Enero - Marzo

De Abril - Junio

De Julio - Septiembre

De Octubre - Diciembre

Otro especifique

8) ¿Como ha afectado la inseguridad que vive actualmente el país en la ocupación hotelera?

Ha afectado mucho

Ha afectado algo

No ha afectado en nada

9) ¿Cuál considera que es su ventaja competitiva en relación con la competencia de su localidad?

Precios bajos

Ubicación geográfica

Mejor prestación de servicios

Alianzas con otros microempresas locales

Otra especifique

10) Delimite el rango de edades de los huéspedes que asisten al hotel

De 18-25

De 26-35

De 36-45

11) ¿Cuál es el rango de estadía en el hotel?

De 1-2 días

De 3-5

De 5-10

Más de 10 días explique

12) ¿Visita el hotel principalmente para negocios o para placer?

Por negocios

Por placer

Otro especifique