



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA VISIÓN EMPRESARIAL DE LOS
HOTELES DE LA CIUDAD DE MACHALA.

CHACON HERRERA CARLOS ALBERTO
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA VISIÓN EMPRESARIAL DE
LOS HOTELES DE LA CIUDAD DE MACHALA.

CHACON HERRERA CARLOS ALBERTO
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA VISIÓN EMPRESARIAL DE LOS HOTELES DE
LA CIUDAD DE MACHALA.

CHACON HERRERA CARLOS ALBERTO
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS


NOBLECILLA GRUNAUER MAURICIO SAMUEL

MACHALA, 27 DE AGOSTO DE 2019


MACHALA
27 de agosto de 2019

Nota de aceptación:


Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Análisis comparativo de la visión empresarial de los hoteles de la ciudad de Machala., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



NOBLECILLA GRUNAUER MAURICIO SAMUEL
0703877233
TUTOR - ESPECIALISTA 1



SOLORZANO GONZALEZ ALEXANDRA MONICA
0702121872
ESPECIALISTA 2



GRANDA BOHORQUEZ JAIME PORFIRIO
0701048662
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 26 de agosto de 2019 - 22:08

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CHACON HERRERA CARLOS ALBERTO_PT-010419.pdf
(D54760355)
Submitted: 8/9/2019 6:02:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, CHACON HERRERA CARLOS ALBERTO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Análisis comparativo de la visión empresarial de los hoteles de la ciudad de Machala., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 27 de agosto de 2019



CHACON HERRERA CARLOS ALBERTO
0700901689

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de titulación es, analizar la visión empresarial de los hoteles de la ciudad de Machala mediante un estudio de los aspectos más relevantes que compruebe el grado de similitud entre las empresas hoteleras. La metodología de investigación a usarse es de enfoque cualitativo con método analítico inductivo y de tipo descriptivo explicativo. Las variables de investigación son: visión y hoteles.

Como resultados se obtiene la similitud en cuanto a la visión de tres hoteles; Gran Hotel Americano, Hotel Montecarlo y Oro Hotel; los restantes muestran una marcada diferencia.

Palabras claves: Análisis comparativo, visión empresarial, hoteles, similitudes, descripción.

ABSTRACT

The objective of this titling work is to analyze the business vision of the hotels in the city of Machala through a study of the most relevant aspects that verify the degree of similarity between hotel companies. The research methodology to be used is of qualitative approach with inductive analytical method and explanatory descriptive type. The research variables are: vision and hotels.

As a result, the similarity in the vision of three hotels is obtained; Gran Hotel Americano, Hotel Montecarlo and Oro Hotel; the rest show a marked difference.

Keywords: Comparative analysis, business vision, hotels, similarities, description.

INDICE

RESUMEN	0
ABSTRACT	1
1. INTRODUCCIÓN	4
2. DESARROLLO	6
2.1. Visión	6
2.2 Atributos básicos de la visión	7
2.3 Hoteles	8
2.4 Gestión de servicios en hotelería	9
2.5 Metodología	10
3 RESULTADOS	10
3.1 Análisis de encuestas a profesionales del área empresarial	12
3.2 Análisis de encuestas a usuarios	12
4 CONCLUSIONES	14
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	15
ANEXOS	17

TABLAS

Tabla 1 Visión de Cinco Hoteles	7
Tabla 2 Análisis de Similitud de la visión de cada Hotel	11
Tabla 3 Característica Generales	17
Tabla 4 Edad	17
Tabla 5 Conocimiento de la visión	18
Tabla 6 Conocimiento de la Visión Hoteles	18

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	17
Ilustración 2	17
Ilustración 3	18
Ilustración 4	18
Ilustración 5 Cuadro Comparativo "ORO HOTEL"	19
Ilustración 6 Cuadro Comparativo "MONTECARLO HOTEL"	19
Ilustración 7 Cuadro Comparativo "HOTEL EJECUTIVO VEXUOR"	20
Ilustración 8 Cuadro Comparativo "BRITNEY HOTEL"	20
Ilustración 9 Cuadro Comparativo "HOTEL AMERICANO"	21

1. INTRODUCCIÓN

A las organizaciones a lo largo de la historia han tenido que implementar estrategias financieras para hacer frente a la globalización que se está dando en el presente siglo, combatir la complejidad y las novedades que surgen, así como la incapacidad de ser previsibles.

En este contexto, es importante que toda empresa hotelera tenga presente una planificación estratégica ya que ésta comprende un conjunto de etapas, es decir, pasos útiles que engloban la delimitación de objetivos, metas, y estrategias fundamentales, pero con especial enfoque en la misión y visión de la empresa. (Velásquez Manuel, Castillo Paola, Zambrano María, 2016).

La visión de la empresa se centra específicamente en que desea convertirse, que quiere lograr, es decir, proyectar su imagen a un futuro en donde este siente las bases de su prestigio (Fernandez Montesinos Federico, 2017).

La gestión permite a la empresa poder establecer competencias que permitan lograr los objetivos que se plantean en la visión de la misma, permitiendo delimitar los aspectos más importantes que se llevaran a cabo y que le permitan mejorar servicios y satisfacer necesidades.

En la actualidad, dentro de la actividad económica las empresas hoteleras juegan un papel importante en el desarrollo del turismo, sin embargo; quienes dirigen a las mismas no suelen darle la debida importancia a la visión y misión de estas entidades, por lo tanto, puede que lleguen al fracaso por no considerar los objetivos y metas planteadas. Por tal razón se formula el siguiente problema: ¿Existe algún tipo de similitud en la visión de cada uno de los Hoteles de la ciudad de Machala? ¿Qué diferencias existen entre la visión de cada uno de los Hoteles de la ciudad de Machala?

Lo que se desea lograr con el presente trabajo es el poder analizar la visión empresarial de los hoteles de la ciudad de Machala mediante un estudio de los aspectos más relevantes que compruebe el grado de similitud entre las empresas hoteleras.

El presente trabajo de titulación tiene la siguiente estructura: introducción, desarrollo y conclusión; en la introducción se hace referencia a una breve descripción en cuanto a lo que abarca la visión dentro de las empresas hoteleras, la gestión administrativa que llevan

a cabo y el objetivo planteado, en el desarrollo se presenta la parte teórica y la metodología de investigación y las conclusiones son la respuesta al objetivo planteado.

En referencia a la metodología; Corona Lisboa (2016), parafraseando a Oconnor, Zaldívar y Hernández, menciona que el enfoque cualitativo se basa directamente a explicar la forma descriptiva a los sujetos protagonistas de la investigación, es decir, va desde lo específico a lo general. Al tener estas características, se puede relacionar un estudio que toma en consideración el ámbito social e individual. Por ello en el presente trabajo se aplica encuestas dirigida a usuarios para encontrar similitudes y diferencias entre la visión de cinco hoteles de la ciudad de Machala y a varios docentes para que analicen la visión considerando seis atributos.

La metodología de investigación que se usa es de enfoque cualitativo; porque busca determinar los atributos de visión que se relacionan entre sí, independientemente del grado de organización de estas empresas hoteleras, con método analítico inductivo; porque se basa en la opinión del usuario acerca de la visión de diferentes hoteles y así establecer la relación que mantienen y de tipo descriptivo explicativo, porque describe similitudes de las diferentes formas de visión de cinco hoteles elegidos.

2. DESAROLLO

2.1. Visión

Dentro de la planificación estratégica de una organización se toma en cuenta cuatro elementos para su desarrollo; entre estas se encuentran la visión, misión, estrategias y la acción que en conjunto permiten establecer metas y objetivos a largo plazo utilizando el modelo organizacional para lograrlo, considerando su situación actual.

La visión es el pilar fundamental para todo ejercicio empresarial, dado que aquí se traza el objetivo y las metas que se desean alcanzar, a medida que se va construyendo la estructura de la misma (Bojórquez Zapata & Pérez Brito, 2013). Cabe recalcar que esta se debe plantear desde la primera instancia en que se crea la empresa ya sea en el sector hotelero, industrial, textil, tecnológico, de servicios, entre otros. Es lo esencial, por ende, no se le debe robar el protagonismo dentro de la planificación y estructuración.

Es importante recordar la planificación estratégica para cualquier tipo de actividad económica, al respecto Hernández, Cardona y Río destacan que “la planificación es el potencial para el logro futuro de los objetivos de la organización” (p.2), es decir, que esta debe estar acorde al entorno poblacional en el que va a desarrollar su actividad y así mismo hacia donde quiere llegar, en este caso el sector hotelero o de alojamiento (Hernández Hugo, Cardona Diego, Del Río Jorge, 2017).

En toda empresa se debe establecer una misión y visión, estas de aquí dan una imagen de organización a la entidad, permitiendo el aumento de sus utilidades y la capacidad de poder competir con otras empresas hoteleras (López Morales & Ortega Ridau, 2016).

El punto clave de toda visión es generar compromiso en quienes forman parte de la organización para llevar a cabo todo lo trazado en su plan de desarrollo; con miras hacia el futuro. Esta debería ser inspiradora y que se acerque a la realidad en la que está rodeada la economía de la entidad. Y es a partir de esta en donde también se establece la misión, lo que engloba el satisfacer necesidades y brindar servicios de alta calidad (Burbano Ángel, 2017).

Por tanto, se define a la visión a partir del enfoque empresarial como la habilidad o herramienta que tiene la misma para percibir el futuro, ya sea a corto o a largo plazo, estableciendo objetivos que sean fácil de llevar a cabo, esto toma en cuenta las

necesidades, la función que se quiera llevar, los recursos que posee, el talento humano y hasta que grupos sociales se quiere llegar; y así generar un impacto.

2.2 Atributos básicos de la visión

Villajuana (2013) define 6 características básicas de la visión y son: operativa; define objetivos y estrategias que se desea lograr, enfocada; permite alcanzar de alguna u otra forma las metas trazadas a partir de las competencias, trascendente; es la búsqueda de una realización organizacional, desafiante; lo que ambiciona conseguir, enfocándose en usar las destrezas y materiales con las que cuenta la organización, breve; características muy definidas que logran captar la atención del usuario, inspiradora; tiene que incentivar y orientar a la organización de lograr lo propuesto, mediante la calidad de sus servicios.

Se toma en cuenta la visión de los cinco hoteles seleccionados para el presente trabajo, a continuación se la describe:

Tabla 1 *Visión de Cinco Hoteles*

HOTEL	VISIÓN
ORO HOTEL	“Ser reconocidos como el tradicional hotel proveedor de servicios de alta calidad, capaces de entregar a nuestros clientes experiencias de servicios satisfactorias, confiables e innovadoras” (Oro Hotel, 2009)
MONTECARLO HOTEL	“Ser reconocidos a nivel nacional, por la excelente calidad de servicios y la alta experiencia y responsabilidad de nuestros empleados, teniendo en cuenta la innovación constante de nuestros servicios y estrategias para cumplir con las demandas y expectativas de nuestros clientes” (Montecarlo Hotel)
HOTEL EJECUTIVO VEUXOR	“Nuestra visión es hacerle sentir como en casa, un espacio acogedor, lleno de confort y calidez, siempre con alegría, amabilidad y total dedicación, siempre como el oro” (Hotel Ejecutivo Veuxor, 2003)
GRAND HOTEL AMERICANO	“Ser la organización líder en servicios hoteleros sustentada en el trabajo en equipo, respeto y compromiso con el cliente, superándonos constantemente, solucionando sus problemas y cumpliendo con sus expectativas” (Grand Hotel Americano, 2009).
BRITNEY HOTEL	“Convertirnos en una empresa con sólido prestigio hotelero a nivel local, nacional e internacional, a través de responsabilidad social, seguridad y actitud de servicio” (Hotel Britney)

Elaborado por: *Autor.*

2.3 Hoteles

Dentro del sector de turismo se tiene como actividad económica principal: el alojamiento, es decir, los hoteles. ¿Cómo se puede definir esta actividad? En concordancia con Moya & Moscoso (2017) se puede decir que “es la actividad de facilitación en el turismo que se encarga del alojamiento, de ofrecer comodidad y de hacer agradable la estadía del turista en un proceso de integración con los atractivos, recursos, instalaciones, facilidades y acceso a los mismos” (p.12).

Toda empresa independientemente a la actividad o sector en el que se vaya a desarrollar debe tener presente la planificación estratégica, la cual es una herramienta clave y fundamental para el caminar de la empresa, puesto que esta impulsa a la toma de decisiones a partir de un análisis situacional actual, a raíz de esto se plantea las acciones que se adquiere para alcanzar el o los objetivos deseados y hacia donde se proyecta.

A la vez, se debe plantear metas que ayuden a seguir los objetivos que se han planteado como empresa para consolidar estas metas se fija estrategias, las cuales proporcionen una ventaja competitiva en el sector, en este caso el sector hotelero. Según (Espino-Rodriguez & Gil-Padilla, 2017) afirman que para alcanzar una ventaja competitiva se debe gestionar estrategias que se mantengan durante el lapso que dure en el mercado la empresa, es decir proponer un servicio nuevo que no ofrezca la competencia tal como servicio de recoger pasajeros al terminal o aeropuerto.

Tal como afirma (Monsalve Castro & Hernández Rueda, 2015) es importante tomar en cuenta la gestión que realiza la empresa hotelera con el fin de ofertar un excelente servicio, siendo un factor de desarrollo económico para el país, por lo que en épocas de feriados Ecuador es punto de atracción para propios y allegados como destino turístico, este es un factor en donde varios usuarios recurren a hoteles reconocidos, por la calidad y variedad de servicios que ofrecen al público en general.

Existen factores que inciden en la calidad del servicio tal como la lealtad de cliente por la frecuente estadía, formación del recurso humano, ofrecer tecnología de vanguardia, promociones innovadoras de sus servicios, esto influye de manera directa en la calidad del servicio por lo que es lo un punto de gran interés y fijación para quienes visitan este tipo de estadías o establecimiento.

Por otra parte, es impredecible gestionar la excelencia organizacional de manera interna y externa, es decir gestionar una buena organización del personal, el cual satisfaga la necesidad del cliente de una manera eficaz y ser recordado en la memoria de los clientes por el servicio que se brinda, esta pequeña parte siempre es de principal preocupación para quien está al mando.

Es por eso, por lo que algunas empresas hoteleras procuran invertir e innovar su portafolio de servicios para obtener una ventaja competitiva ante la competencia, como el ejemplo se explicó en el párrafo anterior (Veira de Souza Meira & Gadotti dos Anjos , 2014). Esta innovación va ligada a la manera visionaria de cómo se proyecta a futuro, ya que plantear estrategias con ventaja competitiva siempre lleva a estar a un paso más delante con relación a la competencia.

Para (Duffus Miranda & Pons García, 2018) establecen que se debe tener presente la imagen de la empresa hotelera, el cual es un activo intangible, pero esta tiene un valor para la misma, sus finalidad es prevalecer u ocupar un espacio en la mente del público y sus fieles clientes como lo hacen las empresas hoteles de la ciudad de Machala a través de su visión, estos siempre buscan la manera de estar vigentes y perdurar en la mente de la sociedad machaleña con su gama de servicios que ofrecen a aquellos que siempre los eligen o buscan un lugar reconfortante. Ya que la imagen que proyecta a la sociedad da mucho de qué hablar y es una causal por la que los usuarios se centran.

2.4 Gestión de servicios en hotelería

Se denomina gestión a todo aquello que permite obtener un logro; es decir, cumplir objetivos. Para ello, se debe manejar de forma correcta todos los recursos que mantiene la empresa; en este caso el hotelero, debe manejarse a través de la planificación que conlleva el ejecutar estrategias, métodos, políticas, objetivos, acciones que se llevarán a cabo ya sea a corto, mediano o largo plazo (Mora Lilia, Durán Marco, 2016).

La organización permite cambios y a su vez la evolución de la empresa, implementando modelos de administración capaces de poder obtener ventaja frente a la competencia; sin embargo, no todo es suficiente, ya que para poder ser pionero dentro del mercado hay que marcar un valor agregado que se enfoque en las capacidades que cuenta la empresa, por ende, esta brindará las estrategias de mayor realce que permita seguir en auge la competitividad (Sánchez María, 2017).

Es importante mencionar que en cuanto a la operacionalización de la misma, se debe tomar en cuenta modelos de gestión tecnológica, ya que impulsa a cubrir áreas principales como: cliente, ofertas, infraestructura, viabilidad, desempeño logístico, ambiental, inversión. La innovación permite interactuar de forma directa con el cliente, comprendiendo las necesidades que este tenga frente a los servicios de hotelería, es decir; enmarca el proceso de prestación y consumo (Velázquez Judith, Vargas Elva, 2015).

La gestión de ingresos, es otro de los factores más importantes para el auge de una empresa, este mantiene una visión de poder satisfacer al cliente, todo ello a partir de los comentarios que este realice. Lo cual permite hacer frente a la demanda y exigencias por parte del consumidor; esto a su vez provoca que se considere de forma minuciosa los recursos a utilizarse, las capacidades de talento humano, reconsiderar hacia donde llegar; en definitiva, esta gestión de ingresos es una valiosa estrategia para el crecimiento de la empresa a largo plazo, convirtiendo a la misma en pionera dentro de su área (Brlleccic Sonja, Bagaric Lidija, 2017).

2.5 Metodología

Para llevar cabo el presente proyecto se escogió una muestra de alrededor de 100 personas, a los cuales se les aplicó un cuestionario de preguntas para saber sus opiniones acerca de la visión que tienen los hoteles seleccionados; así mismo se consideró la opinión de cinco expertos que son docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala.

3 RESULTADOS

Se elaboró una herramienta de evaluación acerca de los atributos en cuanto a la visión de los hoteles seleccionados para el presente proyecto, el cual fue aplicado a cinco profesionales del área; para así poder realizar el análisis correspondiente sobre la similitud que guardan la visión de las mismas.

A continuación, se detalla tabla de atributos:

Tabla 2 *Análisis de Similitud de la visión de cada Hotel*

ANÁLISIS DE SIMILITUD DE LA VISIÓN DE CADA HOTEL							
VISION	Atributos básicos de análisis						TOTAL
	Operativa	Enfocada	Trascendente	Desafiante	Breve	Inspiradora	
ORO HOTEL “Ser reconocidos como el tradicional hotel proveedor de servicios de alta calidad, capaces de entregar a nuestros clientes experiencias de servicios satisfactorias, confiables e innovadoras”	1	4	0	2	0	2	9
HOTEL MONTECARLO “Ser reconocidos a nivel nacional, por la excelente calidad de servicios y la alta experiencia y responsabilidad de nuestros empleados, teniendo en cuenta la innovación constante de nuestros servicios y estrategias para cumplir con las demandas y expectativas de nuestros clientes”	1	1	0	4	0	3	9
HOTEL EJECUTIVO VEUXOR “Nuestra visión es hacerle sentir como en casa, un espacio acogedor, lleno de confort y calidez, siempre con alegría, amabilidad y total dedicación, siempre como el oro”	1	3	2	0	4	2	12
GRAN HOTEL AMERICANO “Ser la organización líder en servicios hoteleros sustentada en el trabajo en equipo, respeto y compromiso con el cliente, superándonos constantemente, solucionando sus problemas y cumpliendo con sus expectativas”	1	1	0	4	0	3	9
BRITNEY HOTEL “Convertirnos en una empresa con sólido prestigio hotelero a nivel local, nacional e internacional, a través de responsabilidad social, seguridad y actitud de servicio”	0	0	0	3	1	3	7
TOTAL	4	9	2	13	5	13	46

Elementos de Análisis

Elaborado por: Autor.

3.1 Análisis de encuestas a profesionales del área empresarial

Desde la perspectiva profesional, los docentes consideran que la visión de Oro Hotel es operativa dado que enmarcan las metas y estrategias que desean lograr; enfocada ya que describe algo puntual connotando la organización interna; desafiante porque esclarece las estrategias y materiales a utilizar para lograr lo establecido e inspiradora ya que incentiva y orienta a los suyos a obtener lo propuesto prestando servicios de calidad al cliente.

Así mismo; consideran que la visión del Hotel Monte Carlo presenta los siguientes atributos; operativa por los objetivos que este ha planteado, enfocada porque a partir de competencias logran las metas trazadas, desafiante dado que utiliza sus materiales y destrezas para conseguir sus metas e inspiradora por incentivar a su organización a lograr lo planteado a través de la calidad de sus servicios.

Los atributos del Hotel Ejecutivo Veuxor consisten en operativa por su delimitación de objetivos y metas a alcanzar, enfocada por lo puntual de su objetivo, trascendente porque busca satisfacer las expectativas sociales logrando satisfacer las necesidades de la población, breve porque su visión logra captar la atención del usuario e inspiradora porque promueve brindar calidad en sus servicios.

Del Gran Hotel Americano se encuentra los presentes atributos; operativa por los objetivos y planes operativos plasmados dentro de su visión, enfocada porque a partir de competencias logra sus objetivos, desafiante porque busca ser reconocido a nivel sectorial, nacional e inspiradora por que sea poya en el talento humano para brindar servicios de calidad.

Por último, Britney Hotel su visión es desafiante dado que se concentra en alcanzar sus metas a través de sus destrezas y materiales, breve por poder llamar la atención del usuario e inspiradora por incentivar servicios de calidad para los usuarios.

3.2 Análisis de encuestas a usuarios

La visión de Oro Hotel al compararla con la del Hotel Montecarlo, presenta un 40% de similitud frente al Hotel Ejecutivo Veuxor con un 50%, el Hotel Americano un 34% y con Britney Hotel el 14%.

La visión del Hotel Montecarlo al compararla con la de Oro Hotel presenta una similitud del 81%; frente al Hotel Ejecutivo Veuxor 43%, el Hotel Americano un 52%, en cambio con Britney Hotel mantiene un 17% de diferencia, es decir, no guardan similitudes.

La visión del Hotel Ejecutivo Veuxor frente al Hotel Montecarlo mantiene un 34% de diferencia; frente al Oro Hotel presenta un 36% es decir, totalmente diferente. Frente al Grand Hotel Americano tiene un 32% de similitud y con Britney Hotel mantiene una diferencia del 20%.

El Grand Hotel Americano presente un 32% de similitud con la visión del Hotel Montecarlo; así mismo el Hotel Ejecutivo Veuxor mantiene similitud del 50%, así como Oro Hotel mantiene un 36%. En cambio, frente a la visión de Britney Hotel mantiene un 13% de diferencia.

La visión de Britney Hotel frente al Hotel Ejecutivo Veuxor mantiene un 39% de similitud; así mismo con el Grand Hotel Americano un 30% de similitud, contrario al Oro Hotel que mantiene un 16% de diferencia.

4 CONCLUSIONES

- La planificación estratégica en toda actividad económica es de suma importancia sobre todo el establecer la visión de la empresa, este enfoque le da un aspecto cualitativo lo que permite dar a conocer los atributos y características de la misma, y de esta forma le brinda las pautas para competir con otras empresas hoteleras.
- En la mayoría de establecimientos hoteleros se trata de brindar calidad de servicios como transporte, turismo, paquetes ejecutivos, entre otros enmarcando la importancia de la ventaja competitiva frente a otros hoteles.
- La visión hotelera consiste en trazar objetivos a largo plazo, plasmándolo en la actividad diaria se la relaciona con las ofertas que implementan para atraer clientes y que estos perduren en la mente de la ciudadanía machaleña, atraer la atención del turista extranjero y nacional, es proyectarse al futuro mediante sus estrategias, la visión de estos cinco hoteles es con la finalidad de hacer conocer a la ciudadanía su esfuerzo, responsabilidad por parte de sus colaboradores en el afán de ofrecer un buen servicio a sus clientes y en el pronto retorno de los mismos.
- Los objetivos establecidos por los cinco hoteles estudiados guardan similitud en la mayoría de los casos, lo que nos proporciona determinar que tienen una buena planificación estratégica y saben cómo lograr sus metas a través de la calidad y calidez
- Se debe mencionar que la planificación hotelera es una herramienta clave para el caminar de la organización, tener el conocimiento estratégico de estas empresas la inversión hotelera que nos permite tener el éxito para la toma de decisiones y minimizar el riesgo en la inversión y en beneficio de los inversionistas.
- El cumplir todos estos parámetros es un punto fundamental en el crecimiento del turismo, la visión de estos cinco hoteles es con la finalidad de hacer conocer a la ciudadanía su esfuerzo la responsabilidad de sus colaboradores en afán de ofrecer un buen servicio a sus clientes y en el pronto retorno de los mismos.
- Se debe conocer los tipos de productos la, nueva tendencia de mercado, analizar la localización del proyecto, la organización interna los recursos, su forma de trabajar, el control del establecimiento hotelero, conocer la estructura, el equipamiento y sobre todo la inversión y corporación tecnológica que permita la competitividad del negocio la digitación del mismo sea esta en la comercialización y en la prestación del servicio, valor, conocer ingresos y gastos del hotel.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bojórquez Zapata, M., & Pérez Brito, A. (Abril-Junio de 2013). LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. UN PILAR FUNDAMENTAL EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL. *El Buzón de Pacioli*, XII(81), 4-19. Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/81/Pacioli-81.pdf>
- Brlleccic Sonja, Bagaric Lidija. (2017). Retorno de la eficacia estratégica: La necesidad de sincronizar las estrategias de crecimiento y desarrollo en la industria de hotel a través de la gestión de ingresos. *Economic Research*. doi:1331-677X
- Burbano Ángel. (2017). Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial. *Dialnet*, 5. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.mono1.ago.19-28>
- Chafla Granda, J., Hidalgo Proaño, M., & Arias González, I. (2017). Planificación estratégica empresarial caso de estudio cooperativo de ahorro y crédito nueva esperanza LTDA. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-15. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/planificacion-empresarial.html>
- Corona Lisboa, J. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *MediSur*, 14(1), 87-88. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180044014017>
- Duffus Miranda, D., & Pons García, R. C. (2018). Mejora de la imagen de hoteles desde la planeación estratégica. *Retos de la Dirección*, 12(1), 17-37. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552018000100002&lng=es&tlng=es.
- Espino-Rodriguez , T. F., & Gil-Padilla, A. M. (2017). Configuraciones en el sector hotelero basadas en las prioridades competitivas y su relación con el tamaño, categoría y el resultado organizativo. *PASOS.Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. , 15(1), 211-228. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88149387013>
- Fernandez Montesinos Federico. (Agosto de 2017). Repensar el liderazgo estratégico. La visión. *Dialnet: Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 4-5. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6231823.pdf>
- Grand Hotel Americano. (2009). *Nosotros*. Obtenido de En línea: <http://hotelesmachala.com/nosotros/>
- Hernández Hugo, Cardona Diego, Del Río Jorge. (Octubre de 2017). Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa. *Scielo*, 2-4. doi:10.4067/S0718-07642017000500003
- Hotel Britney. (s.f.). Visión.
- Hotel Ejecutivo Veuxor. (2003). Visión.

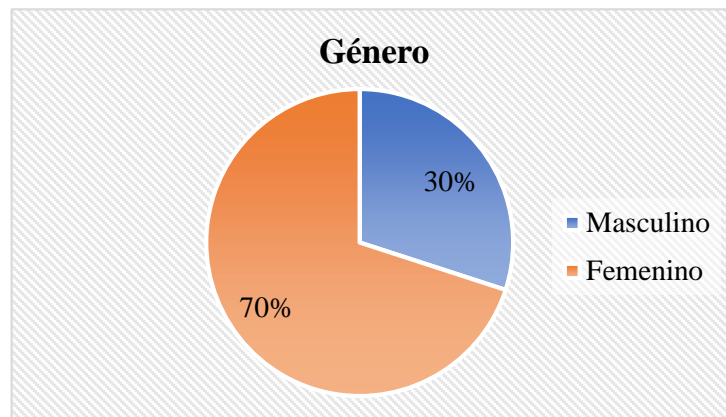
- López Morales, J., & Ortega Ridau, I. (Julio-Septiembre de 2016). Presencia de la expansión internacional en la misión y visión de las principales empresas privadas y estatales de América Latina. *Estudios Gerenciales*, 32(140), 269-277. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2016.06.005>
- Monsalve Castro, C., & Hernández Rueda, S. I. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. *Revista EAN*(78), 160-173. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011&lng=en&tlng=es.
- Montecarlo Hotel. (s.f.). Visión.
- Mora Lilia, Durán Marco. (2016). Elementos básicos sobre la gestión de calidad en turismo. *Dialnet*. doi:2477-8818
- Moya-Espinosa, & Moscoso-Durán. (2017). Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el modelo empresarial del sector hotelero colombiano. *Investigación y desarrollo INNOVA*, 8(1), 11-22. doi:10.19053/20278306.v8.n1.2017.7367,
- Oro Hotel. (2009). *Quienes somos*. Obtenido de <http://www.orohotel.com/>
- Sánchez María. (2017). APORTES TEÓRICOS A LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL: LA EVOLUCIÓN EN LA VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN. *Revista Digital de Ciencias administrativas*. doi:2314-3738
- Veira de Souza Meira , J., & Gadotti dos Anjos , S. J. (2014). LA GESTIÓN DE LA EXCELENCIA EN LA HOTELERÍA BRASILEÑA. Influencia de los criterios liderazgo y estrategia en los resultados del desempeño. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(4), 730-748. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180732145005>
- Velásquez Manuel, Castillo Paola, Zambrano María. (Julio de 2016). Planificación estratégica de tecnologías de la información y comunicación. *Dialnet*, 3. doi:2477-8818
- Velázquez Judith, Vargas Elva. (2015). De la innovación a la ecoinnovación: Gestión de servicios en empresas hoteleras. *Revista Venezolana de Gerencia*. doi:1315-9984
- Villajuana, C. (2013). *Estratejiendo: Plan estratégico y Balanced Scorecard*. ESAN.

ANEXOS

Tabla 3 *Característica Generales*

Género	
Masculino	30%
Femenino	70%
Total	100%

Ilustración 1

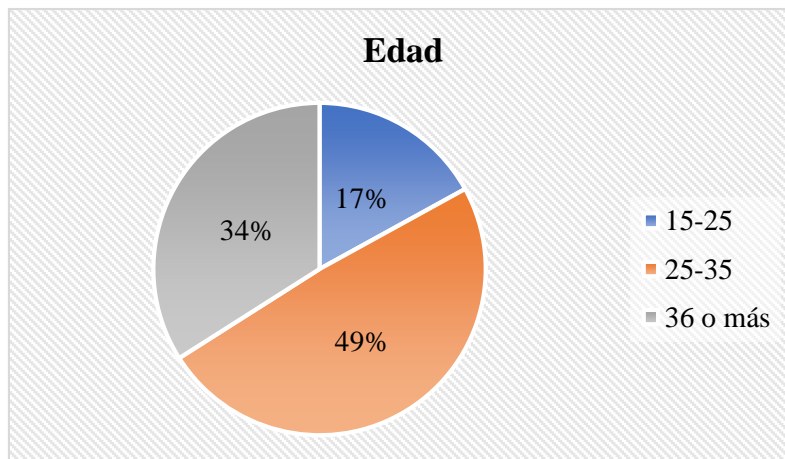


Elaboración: Autor

Tabla 4 *Edad*

Edad	
15-25	17%
25-35	49%
36 o más	34%
Total	100%

Ilustración 2



Elaboración: Autor

Tabla 5 Conocimiento de la visión

Si	No
57%	43%
Total	100%

Ilustración 3



Tabla 6 Conocimiento de la Visión Hoteles

Hotel	
Oro Hotel	12%
Hotel Montecarlo	17%
Hotel Veuxor	11%
Hotel Americano	4%
Hotel Britney	13%
Total	100%

Ilustración 4



Ilustración 5 Cuadro Comparativo "ORO HOTEL"

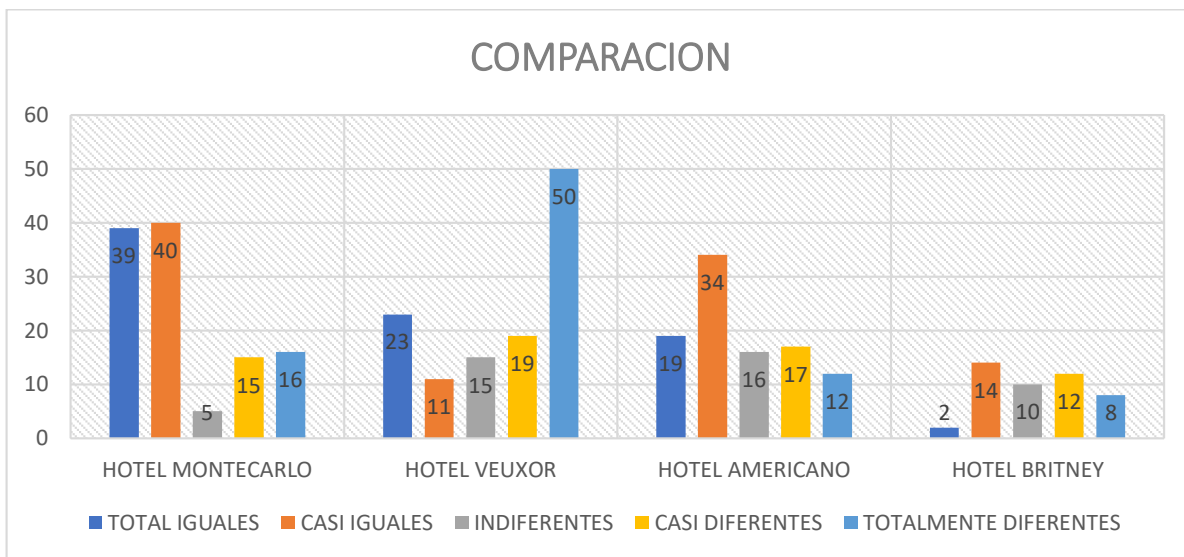


Ilustración 6 Cuadro Comparativo "MONTECARLO HOTEL"

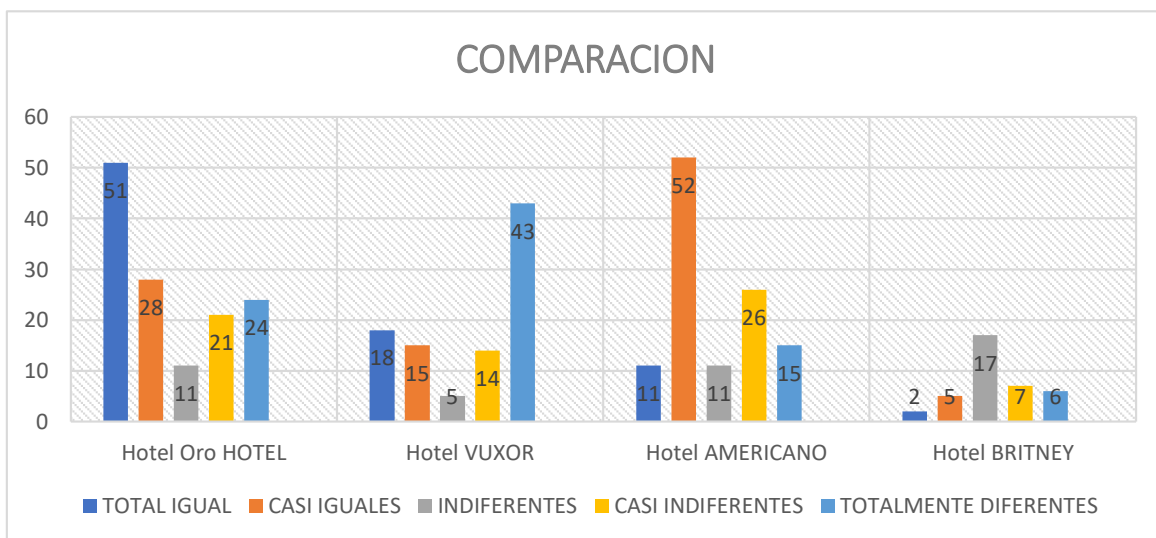


Ilustración 7 Cuadro Comparativo "HOTEL EJECUTIVO VEXUOR"

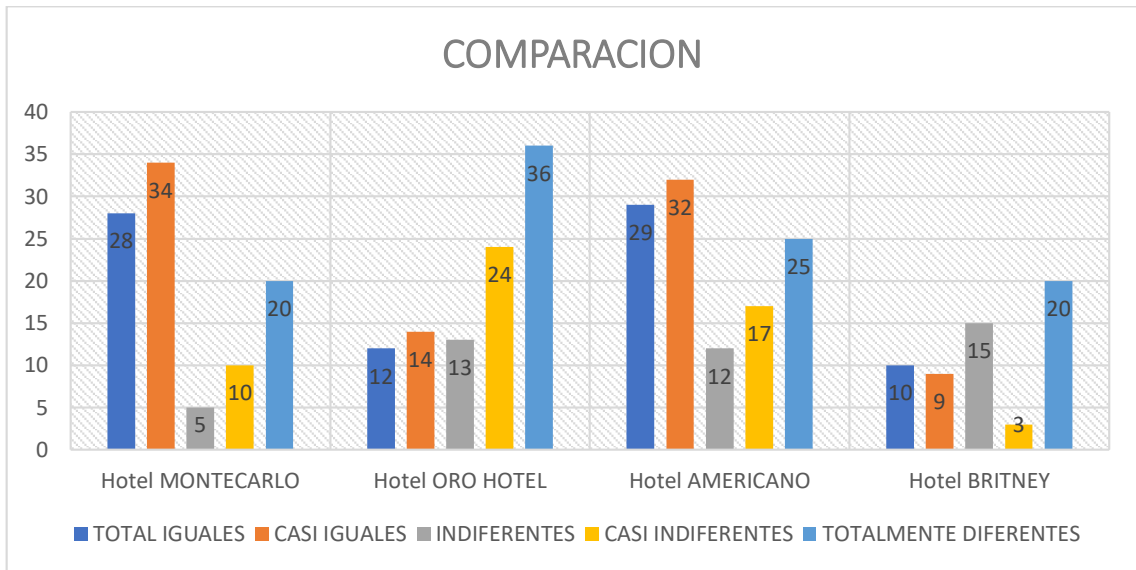


Ilustración 8 Cuadro Comparativo "BRITNEY HOTEL"

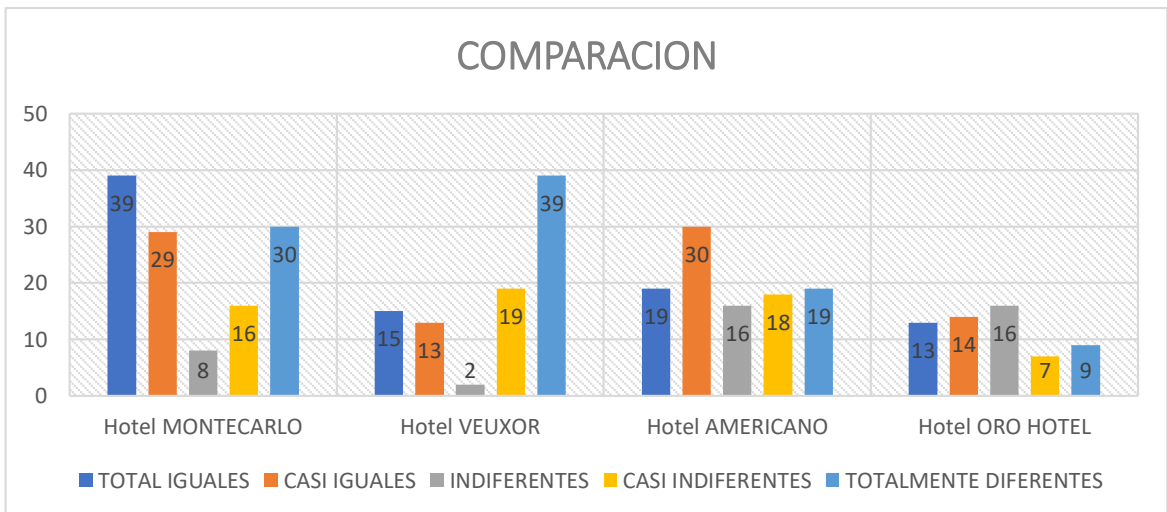
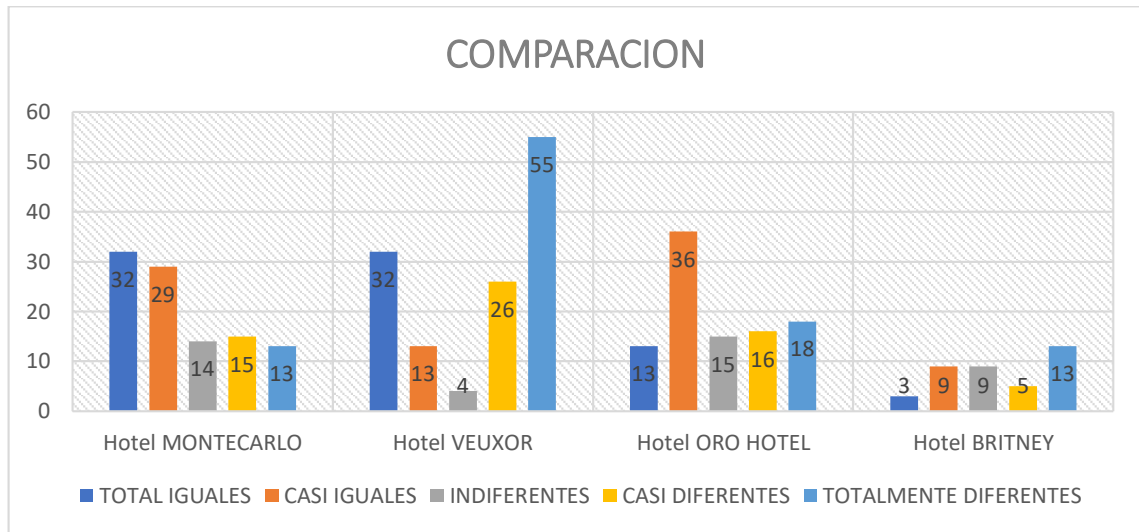


Ilustración 9 Cuadro Comparativo "HOTEL AMERICANO"



Solicitud para la obtención de la Visión de los hoteles



Machala, 18 de Julio del 2019

Mirella Rivera

PRESENTE

Estimado **CARLOS ALBERTO CHACON HERRERA**, a través de la presente el Hotel **BRITNEY** le informa que su solicitud de petición para facilitarle la **VISION** de nuestra empresa ha sido aceptada por los directivos de esta honorable institución.

Nos place poderle ayudar a usted en su trabajo de titulación y reciba la más cordial bienvenida y por lo cual, le solicitamos se presente en nuestras oficinas el día 22 de Julio del año en curso para poder atenderlo.

Para cualquier duda o aclaración, quedo a sus órdenes.

Por su atención, gracias.

ATENTAMENTE

BRITNEY HOTEL

Mirella Rivera

Recepcionista



Machala, 18 de julio del 2019

Ing. ÁLVARO SALAZAR

PRESENTE

Estimado **CARLOS ALBERTO CHACON HERRERA**, a través de la presente el Hotel Gran hotel americano le informa que su solicitud de petición para facilitarle la **VISION** de nuestra empresa ha sido aceptada por los directivos de esta honorable institución.

Nos place poderle ayudar a usted en su trabajo de titulación y reciba la más cordial bienvenida y por lo cual, le solicitamos se presente en nuestras oficinas el día 22 de Julio del año en curso para poder atenderlo.

Para cualquier duda o aclaración, quedo a sus órdenes.

Por su atención, gracias.

ATENTAMENTE

Ing. ÁLVARO SALAZAR

Encargado



Machala, 18 de julio del 2019

Ing. Carlos Vera

PRESENTE

Estimado **CARLOS ALBERTO CHACON HERRERA**, a través de la presente el Hotel VEUXOR le informa que su solicitud de petición para facilitarle la **VISION** de nuestra empresa ha sido aceptada por los directivos de esta honorable institución.

Nos place poderle ayudar a usted en su trabajo de titulación y reciba la más cordial bienvenida y por lo cual, le solicitamos se presente en nuestras oficinas el día 22 de Julio del año en curso para poder atenderlo.

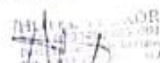
Para cualquier duda o aclaración, quedo a sus órdenes.

Por su atención, gracias.

ATENTAMENTE

Ing. Carlos Vera

Gerente Propietario



Visita a Hoteles

