



Recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes
a través de las de aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del
sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020

Autor: Lester Andrés Acuña Jiménez

Lester Acuña Jiménez, Bachiller en Administración de Empresas de la Universidad Latina de Costa Rica. Optando por el grado académico de licenciatura en Finanzas en la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT. Correo: lesteraaaj97@gmail.com.

Resumen

El tema del proyecto de investigación es recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020.

Dicho tema fue seleccionado para poder recopilar y analizar información acerca de la percepción y las recomendaciones desde la perspectiva de los participantes de la industria. El documento terminado podrá ser entregado y leído por los gerentes y dueños de hoteles en la zona para poder darle una perspectiva no sesgada de la visión de sus colaboradores; esto les permitirá recibir valiosa información para poder ajustar, y de ser necesario, cambiar el plan de trabajo y expansión para ajustarse a las necesidades y tendencias del mercado.

El proyecto se originó para poder responder a una problemática que se ha originado recientemente en la industria de hoteles, la cual es un decrecimiento del volumen y, por ende, de rentabilidad al competir en un mercado que está ofreciendo servicios similares, pero a un precio mucho más accesible.

Para efectos de esta investigación, la cual es de carácter cuantitativo y lograr recopilar la información, la herramienta seleccionada fue una encuesta, la cual posterior a ser recopilada será utilizada para análisis estadístico. La población será finita, conformada por los hoteles de Manuel Antonio, Quepos, Costa Rica.

La muestra fue seleccionada mediante un muestreo no probabilístico de conveniencia, esto debido a que fue seleccionado solamente basado en zona geográfica y características específicas, además de no utilizar ninguna fórmula o cálculo matemático para elegir el encuestado.

La encuesta fue aplicada y los resultados indicaron que los trabajadores de la zona creen que es posible crecer invirtiendo más tiempo, recursos en publicidad, embellecer la zona haciéndola más atractiva para las redes sociales junto con su cultura y mejorar considerablemente la seguridad.

Se dejó un aprendizaje importante en donde se indica que hay un alto nivel de voluntad de parte de los trabajadores de la zona en mejorar sus deficiencias y dar una mejor calidad de servicio a los clientes en todos los ámbitos

Palabras Clave

Rentabilidad: relación que existe entre los beneficios de una determinada operación y la inversión o esfuerzo hecho.

Volumen: nivel de concentración de posibles clientes en un área determinada.

Problemática: conjunto de problemas que atañen a una persona o cosa.

Tendencias: preferencia generalizada por la cual personas se inclinan a preferir determinados productos o servicios.

Muestreo: selección de un conjunto de personas que representan el grupo al cual pertenecen con la finalidad de estudiar o determinar características del grupo.

Abstract

The topic of my investigation project is Financial recommendations in profitability terms and guest volume through mobile applications in the hotels in Manuel Antonio (Puntarenas) Sector in 2020

The topic was selected to be able to gather and analyze information about the perception and recommendations from the perspective of the participants in the industry. The finished document can be delivered and read by managers and hotel owners in the area to give them a non biased vision from the perspective of their workers. This will allow them to receive valuable information to adjust and if necessary change the operational plan and expansion to adjust to market tendencies and needs.

The Project was born to give an answer to a problem that has been recently affecting the hotel industry, which is a decrease in volumen and therefore rentability by competing in a market that's offering similar services, but at a cheaper Price.

For this investigation, which has a quantitative nature, and to gather information, the selected tool is an inquiry. Which after having gathered the information will be subjected to statistical analysis. The population is finite, and represented by the hotels in Manuel Antonio, Quepos, Costa Rica.

The sample was selected by a suitability non probabilistic sampling, the reason being, it's base on a geographicalk zone and specific characteristics, and not using any formula or mathematical calculations to choose the surveyed individual.

The inquiry was applied, and the results show that workers in the area believe in continous development by investing time, resources in advertising, beautifying the área and making the area more attractive to social media culture, while considerably improving security

The learning in this investigation shows that there's a will from the workers to improve their deficiencies through continous learning and to give a better quality service to guests in every posible topic.

Keywords

Rentability: Correlation that exists between benefits of a specified business operation and the investment or effort made.

Volume: Density of potential clients in an area.

Problem: set of conflicts that can affect a person or thing

Tendency: Generalized affinity to certain products or services

Sampling: Selection of a group of people who represent the group they belong to with the purpose of studying or establish group traits.

Introducción

Durante años recientes, la proliferación del uso de celulares inteligentes en la población ha creado una cantidad enorme de necesidades que se pueden satisfacer mediante el uso de aplicaciones. Esto ha creado disrupciones de mercado en distintas industrias, desde la industria de transporte y taxis como UBER, hasta la industria hotelera con aplicaciones como AIRBNB.

Es algo natural del cambio e introducción de nuevas tecnologías al mercado el hecho de tratar de facilitarle todavía más la vida a los clientes. Sin embargo, no es nada nuevo que dichas tecnologías tienden a ser disruptores de las industrias preexistentes, a tal punto que algunas llegan incluso a causar la quiebra de estas (Blockbuster contra Netflix es un caso muy claro de esto).

El tema fue seleccionado para poder recopilar información acerca de la percepción y las recomendaciones de los participantes de la industria, con respecto a las nuevas tecnologías. Esto permitirá dar una visión no sesgada acerca de la realidad del mercado desde la perspectiva de los partícipes en él.

Dicha investigación permitirá a los lectores, y personas que laboran en la industria en una zona altamente turística y competitiva como lo es la zona del distrito de Manuel Antonio, provincia de Puntarenas, recibir un análisis reciente de la percepción de la industria en la zona.

Los hoteles de la zona se verán beneficiados al recibir información reciente y sin sesgar, lo cual les permitirá ajustar o cambiar sus estrategias de crecimiento, enfocar su esfuerzo y ver las necesidades de la zona para poder dar no solo un mejor servicio, sino para que haya un mejor avalúo del área y atraer mayor volumen de clientes.

La investigación está enfocada en darle información precisa y recomendaciones basada en recopilación de datos mediante encuestas aplicadas y además del *feedback* de parte de la población productiva de la industria hotelera de la zona. Esto les aporta a los empresarios hoteleros de la zona información que puede ser utilizada para la toma de decisiones organizacionales.

Por ende, se subraya la siguiente pregunta: ¿Qué impacto han tenido las aplicaciones móviles en el volumen de clientes y, por ende, la rentabilidad de la industria hotelera en el sector de Manuel Antonio?

Para motivo de esta investigación, se aclara el objetivo general el cual será analizar las recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las de aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas), en el 2020.

Se deben indicar, además, las ventajas y oportunidades que ofrecen las aplicaciones móviles en términos de rentabilidad y volumen de clientes a la industria hotelera. Así mismo, determinar las expectativas de la industria hotelera en estudio con respecto al uso de las aplicaciones móviles en términos financieros; todavía cabe señalar, sugerir las recomendaciones financieras pertinentes para los hoteles en estudio en el 2020.

Revisión Bibliográfica

La industria hotelera ha tenido un largo trayecto e historia de rentabilidad debido a las necesidades básicas de las personas de tener un lugar donde descansar. Sin embargo, este ha creado una situación donde en épocas en las cuales los hoteles están llenos debido a ser “temporada alta”, los precios de las habitaciones se

disparen; esto le genera una alta rentabilidad al hotel como tal. Esto ha causado, durante años, descontento entre los clientes, los cuales deben entrar en una lucha de precios para decidir quién se queda o no en las localidades.

Con la introducción de los dispositivos móviles inteligentes y el desarrollo de aplicaciones que pueden facilitarle la vida al consumidor, era cuestión de tiempo para que alguna empresa creara una aplicación capaz de facilitar el alquiler temporal barato para clientes en la zona. La idea de la aplicación móvil ha venido a afectar el mercado de los hoteles, los cuales ya han visto un decrecimiento en sus ingresos debido a que cualquier persona puede ser un “host” si cumple los requisitos (los cuales no son muy altos) y, gradualmente, se nota el aumento en el número de los clientes que no les interesa tanto viajar para quedarse en un hotel todo incluido, sino solo necesitan un lugar para dormir, no necesariamente de lujo. Es por esto que en las temporadas altas cuando los hoteles están llenos, y los precios se disparan, estas aplicaciones vienen a ofrecer habitaciones adicionales de calidad, manteniendo el precio de los hoteles estable y ofreciendo opciones baratas y de calidad decente para los clientes.

Por otro lado, estudios de la industria han llevado a identificar que los clientes de los hoteles sienten la mayor satisfacción cuando registran el ingreso y *check out* mediante sus dispositivos móviles y, además, dicha satisfacción se traduce en un incremento de \$6,52 por cliente (Raval, 2019).

Agregando a lo anterior, se entra en una “era de experiencias”, donde los clientes ya no les interesan tanto el lujo que puede ofrecer un hotel de alta categoría, sino, más bien, les interesa las experiencias de la zona que pueden ofrecerse, esto ha llevado a los hoteles a invertir fuertemente en experiencias para sus clientes y no tanto en mejorar su infraestructura a un alto estándar de lujo (Kitchell, 2019).

Los hoteles, además, están decidiendo invertir fuertemente en mejorar la experiencia del cliente sin afectar el precio que pagan, esto claramente representa un gasto para el hotel, pero es parte de los sacrificios que muchos de los hoteles de la industria están optando usar. El ir más allá de lo esperado es la forma en la que estos hoteles tratan de mantenerse activos en dicha industria (Rosenband, 2018).

Recientemente, además, se ha estudiado que los factores externos a los hoteles, que no hay ninguna relación directa con ellos, esto puede llegar a afectarlos de manera significativa y golpear fuertemente su capacidad de producción de liquidez (efectivo) al sufrir fuertes decrecimientos en la cantidad de volumen de clientes que son recibidos por estos, lo cual no solo puede afectar su relación directa con sus inversionistas, sino que, también, puede disminuir la posibilidad de atraer una futura nueva inversión.

Un excelente ejemplo de esto es el problema que está sucediendo en el país asiático de Hong Kong, con una huelga que lleva una extensión de más de 3 meses debido a problemas entre la población y un gobierno que desea pasar leyes que permitan la extradición de la población si es una persona de interés para la

República popular de China. Esto se ha traducido en disminución de flujo de turistas debido a los conflictos de carácter de protesta por parte de la población, en el cual los aeropuertos se han cerrado, ya sea por la policía o por los mismos huelguistas, lo cual inhibe el paso de nuevos posibles clientes a hospedajes y afectando, gravemente, la economía local de la zona.

Algunos hoteles indican ver disminución de precios de hasta un 25 % en algunos casos de su valor hace más de un año. Esto se traduce en excelente noticia para los viajeros que gozan de los bajos precios, pero, al mismo tiempo, indica terribles noticias para los encargados de esa industria. Hyatt Hotels Corp. indica que ha visto una disminución de más de 50 % de ingresos en ese mes (octubre 2019), y que ha sido un patrón donde el mes anterior a ese vio un decrecimiento de 36 %. Estos números son de los más bajos que se han visto en años, en una compañía que lleva operando 50 años (Clark, 2019).

Todo lo anterior no es rentable para los hoteles, ya que muchos de ellos se veían lucrando por el alto precio mientras ofrecían el mismo producto, invirtiendo solo esporádicamente en mejorar sus muebles para ajustarse a los lujos que exigían los clientes (Gerdeman, 2018).

Debido al conflicto de un mercado mucho más competitivo (a pesar de ser extremadamente competitivo ya) ha causado que los hoteles independientes tomen decisiones más serias. Hay dos situaciones que están sucediendo:

- Los hoteles cierran sus operaciones debido a que tienen un negativo flujo de efectivo (quiebra) y, además, no consideran que la rentabilidad llegue a ser suficiente para considerar continuar dichas operaciones, además son vendidos por su terreno.
- Los hoteles son adquiridos por grandes cadenas de hoteles o se unen como socios, los cuales inmediatamente los agregan a su cadena generadora de valor.

El creciente desinterés del consumidor de si los hoteles son una cadena o no (esto es una tendencia creciente de disminución de lealtad del cliente hacia las marcas) ha causado que las grandes cadenas simplemente decidan invertir en localidades de diferente rango de nivel económico para abarcar un mercado más amplio y conseguir una mayor variedad de clientes (Weed, 2019).

La creciente presión creada por los nuevos mercados ha hecho que algunos hoteles se vean interesados en incursionar y crear opciones completamente nuevas con el fin de atraer la atención suficiente para mantener a los clientes en la zona y en sus habitaciones, específicamente; un ejemplo de esto es un nuevo hotel que está en proceso de construcción en la zona de Manuel Antonio, el cual se está desarrollando con el concepto de ser más eco amigable al necesitar menos energía para poder mantenerse fresco debido a su diseño, las habitaciones tendrán forma de igloo y es un concepto muy nuevo para la zona (Jenkins, 2019).

Por otro lado, algunos hoteles en vez de enfrentar directamente los mercados cambiantes deciden unirse al cambio. El caso de algunos hoteles boutique los

cuales simplemente decidieron que se iban a unir a las aplicaciones como AIRBNB y ofrecer sus habitaciones a un precio más cómodo a los cuales reservarán mediante la aplicación.

La inclusión de nuevas variedades de hoteles, desde hostels básicos, hasta hoteles de lujo, los cuales son ofrecidos con el programa de "Airbnb plus". Ha hecho que AIRBNB crezca a un ritmo sumamente acelerado, lo cual ha dado como resultado una plataforma mejor tanto para el consumidor como para el cliente (Solón, 2018).

Sin embargo, mientras que algunos deciden sumarse al cambio tecnológico, otros demuestran notable rechazo hacia las aplicaciones, lo cual indica casos de aumento de precio de renta o de propiedad en la zona como consecuencia de un incremento de demanda para construcción de habitaciones para Airbnb (Bivens, 2019).

En general, la industria hotelera se ha visto afectada, y no es la única. El precio de propiedad aumenta, la rentabilidad disminuye para la renta de alquiler mensual, esto afecta a muchos, excepto al a las aplicaciones móviles que solo lo utiliza por unas cuantas noches para su visita a la zona. Múltiples ciudades son obstáculo para el crecimiento de Airbnb por sus diversidades políticas de hospedaje. Estas abarcan desde licencias hasta vetos completos de utilización para ese objetivo (Guttentag, 2018).

Los hoteles han decidido que simplemente ven los cambios desde un nuevo ángulo y afrontar el mercado cambiante mediante nuevas estrategias para mantenerse competitivos y rentables (Mody & Gómez, 2018).

Por otro lado, AIRBNB como empresa está cambiando, pasando de un ambiente comunal, donde se reciben personas de todas partes del mundo y era como un intercambio cultural, ahora es un modelo parecido al de hoteles, en el cual el cliente paga, recibe la habitación, duerme y se va. Ese tipo de interacciones comunales lentamente están desapareciendo, haciendo que parezcan hoteles de baja calidad simplemente (Jacobs, 2019).

Los hoteles de la zona del distrito de Manuel Antonio, provincia de Puntarenas, ha visto cierto decrecimiento en su rentabilidad, pero su ocupación y volumen de clientes están igual o al alza. Esto es un ejemplo del impacto que tienen las aplicaciones móviles en el precio de los hoteles, al ofrecerle a los clientes una oportunidad de habitaciones alternativas que no necesariamente, y rara vez, son de mejor o igual calidad que las ofrecidas por ellos; sin embargo, estos cumplen el objetivo del turista moderno. Un lugar donde poder descansar durante la noche, mientras que durante el día se dedican a explorar y experimentar las distintas experiencias ofrecidas por la zona.

El cambio es real y muy importante, es por lo que es de suma importancia educar a los hoteleros de la zona de Manuel Antonio acerca de la problemática que les afectará y que viene en camino y cómo ajustarse a dichos cambios.

Metodología

El tipo de investigación utilizada es descriptiva; está busca recopilar información acerca de los conocimientos y qué recomendaciones tiene la población por aplicarle la encuesta de la zona del distrito de Manuel Antonio, cantón de Quepos, Provincia de Puntarenas, país de Costa Rica, sobre la utilización de aplicaciones móviles de carácter de hospedaje y cómo estas impactan el rendimiento, volumen y la rentabilidad de la industria hotelera como tal. Para ello se recopila información que permita medir las variables por investigar. Asimismo, permitirá desarrollar y crear una base de información, la cual será útil para investigaciones futuras sobre la industria y que, además, podrá ser de utilidad para tomar como base decisiones, ya sea por parte de la administración del hotel, o la junta de accionistas, y dirigir el crecimiento a un mercado mucho más lucrativo.

El enfoque de la investigación es cuantitativo. Esto porque busca, desde una perspectiva objetiva y un proceso secuencial, recopilar los datos mediante la encuesta que será aplicada y los datos que se den de resultado de esta, utilizados para análisis estadístico, el cual, posteriormente, será utilizado para dar las conclusiones y recomendaciones sobre la población y muestra.

La población será finita, ya que está conformada por los hoteles de Costa Rica y la muestra será, específicamente, de 50 trabajadores de los hoteles de la zona de Manuel Antonio, provincia de Puntarenas.

El tipo de muestreo es no probabilístico de conveniencia, esto debido a que la muestra se elegirá solamente basado en una zona geográfica y características específicas; no se utilizó ningún tipo de fórmula o cálculo matemático complejo para poder elegir la muestra de la población. En la provincia de Puntarenas hay precisamente 528 hospedajes con un total de 6104 habitaciones, de acuerdo con datos del ICT. Se aplicará, al menos, 50 encuestas, a personas que laboren en los hoteles del distrito de Manuel Antonio, de la provincia de Puntarenas.

La investigación, por su tipo, requerirá de una encuesta para recopilar la información; el instrumento seleccionado para esta investigación será el cuestionario. Esto se debe a que de las herramientas posibles es el más apropiado por motivos de capacidad de recopilación de información y tiempo. Además de permitir recopilar la información de manera anónima, esto evitará sesgo a la hora de recopilar la información al evitar que las personas se sientan intimidadas si se logra identificar que ellos fueron quienes dieron una respuesta en específico.

Análisis de la Investigación

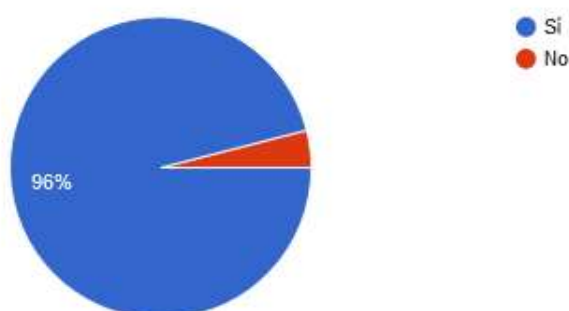
La herramienta seleccionada, en este caso un cuestionario, fue aplicada en el distrito de Manuel Antonio, provincia de Puntarenas, el 24 de noviembre del 2019.

Un total de 50 encuestas fueron aplicadas a distintos trabajadores de la industria hotelera de la zona.

Hay que mencionar, además, que, aplicado el cuestionario, en el cual se les indicó a los hoteleros las oportunidades que ofrecen las aplicaciones, la primera pregunta dio el siguiente resultado

¿Ha escuchado usted de las aplicaciones de alojamiento de casas y apartamentos?

50 respuestas

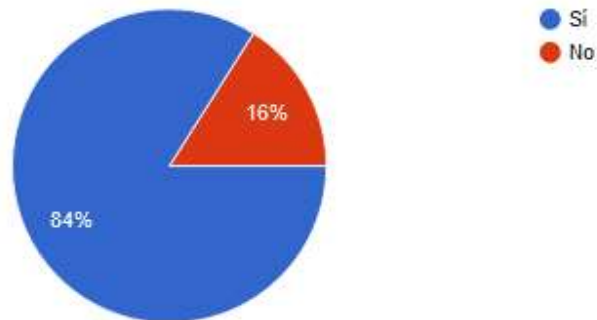


Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Como se logra evidenciar, un alto porcentaje de la población de muestra indicó que sí conocían de la existencia de las aplicaciones móviles, donde solo 2 personas, de las entrevistadas, no sabían de la existencia de ellos. Así mismo, en la siguiente pregunta:

¿Ha utilizado usted alguna de esas aplicaciones?

50 respuestas



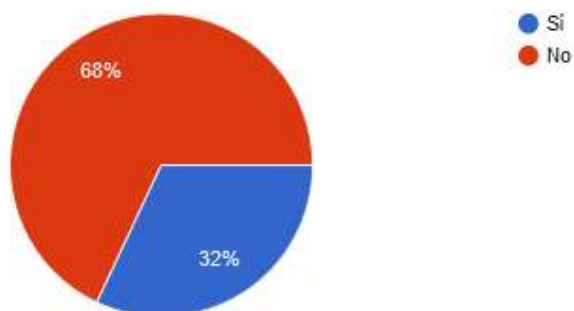
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Se logra evidenciar que las aplicaciones móviles de hospedaje, ya sea para hotel o habitaciones de casas, son de un alto nivel de utilización, donde más de 4, de cada 5 entrevistados, indicaron que han utilizado la aplicación por lo menos una vez en su vida.

Más aún, en la pregunta siguiente:

¿Sabía usted que la más grande de ellas (AIRBNB) tiene cerca de 150 millones de usuarios alrededor del mundo?

50 respuestas



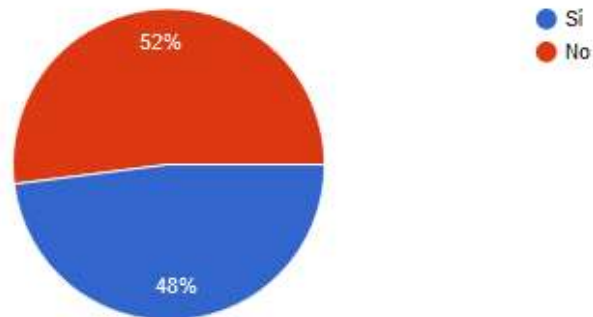
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Menos de 1 tercio de la población indicó saber del rotundo nivel de éxito que posee la aplicación AIRBNB y, por ende, el volumen de clientes disponible en él.

Además, en la siguiente pregunta:

¿Sabía que en el año 2017 se tuvo 3 millones de turistas visitando nuestro país?

50 respuestas



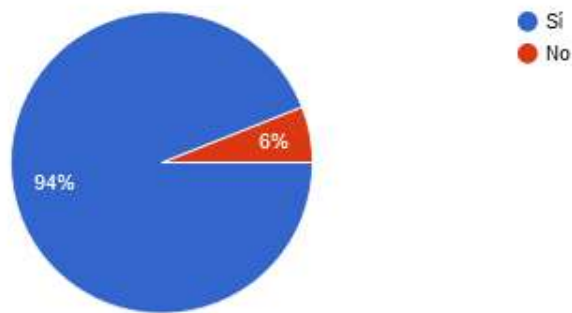
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Me sorprendió bastante saber que casi la mitad de la población sabía de dicho dato; sin embargo, varios confirmaron que lo sabían, no por investigar, o leer, sino porque fue algo que vieron en las noticias.

Hay que mencionar, además, que en la siguiente pregunta:

¿Sabía que un gran porcentaje de estos turistas, reservan por adelantado, incluso antes de llegar a país mediante alguna plataforma de alojamiento?

50 respuestas



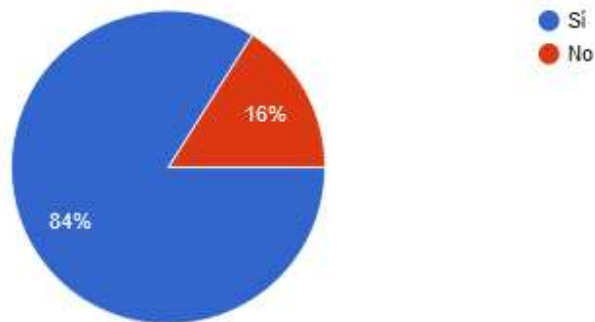
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

A lo esperado, gran parte de ellos, y un dato muy similar a la primera pregunta, donde demuestra que una gran parte de los trabajadores de la zona tienen conocimiento del impacto que tienen las aplicaciones móviles de alojamiento en la industria.

Cabe mencionar, además, en la pregunta siguiente:

¿Sabía que todos los hoteles que han utilizado este tipo de aplicación han tenido una mayor tasa de ocupación, volumen y por ende de rentabilidad?

50 respuestas



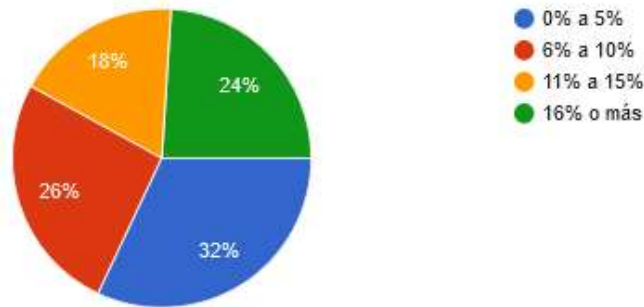
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Más de 4 quintos de la población indicaron que tenían conocimiento del alto rendimiento que causan las aplicaciones móviles en la industria y rentabilidad de la zona. Esto es interesante debido a que esto indica que los trabajadores de la zona, ya sea por percepción, experiencia o aprendizaje propio, tienen un amplio conocimiento del impacto de las aplicaciones en la zona.

El siguiente aspecto trata acerca de las expectativas de la industria con respecto al rendimiento que las aplicaciones tendrían en sus hoteles. En la siguiente pregunta:

Si usted como empresario / colaborador de la zona, decidiera abrirle las puertas a la aplicación, ¿cuánto esperaría porcentualmente de aumento de ocupación y volumen?

50 respuestas

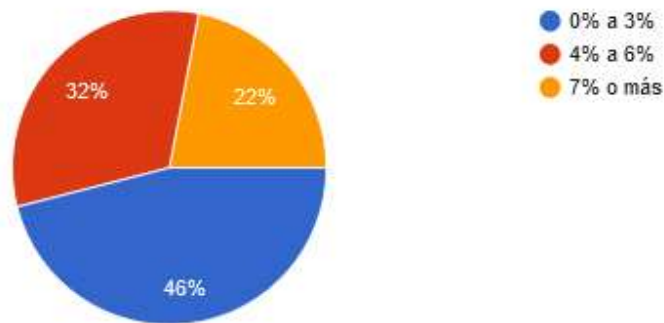


Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Se puede ver que la expectativa de rendimiento varía muchísimo, no hubo un consenso aparte del rendimiento mínimo; parece haber una percepción de la población que habría un incremento de rendimiento, pero no uno muy notable. En la siguiente pregunta se puede ver un patrón parecido:

¿Cuánto cree que es el porcentaje de comisión que este tipo de aplicaciones cobra?

50 respuestas



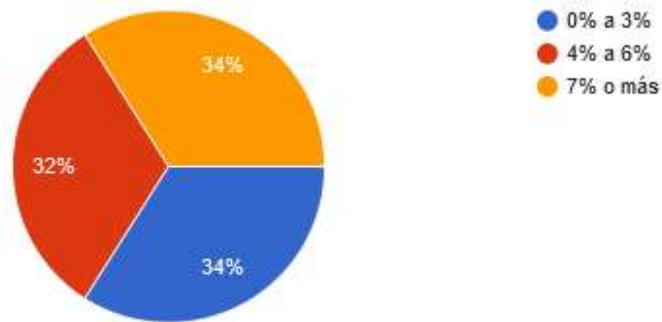
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Donde se evidencia que la muestra de la población a la que se le aplicó la encuesta, no tiene un consenso acerca del porcentaje de comisión que esperarían; sin embargo, en este caso se puede ver que sí hay un leve crecimiento en la creencia en que las aplicaciones móviles tienen un bajo costo tarifario por su utilización.

En la siguiente pregunta:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de comisión si notara un notable aumento al utilizar este tipo de aplicación?

50 respuestas



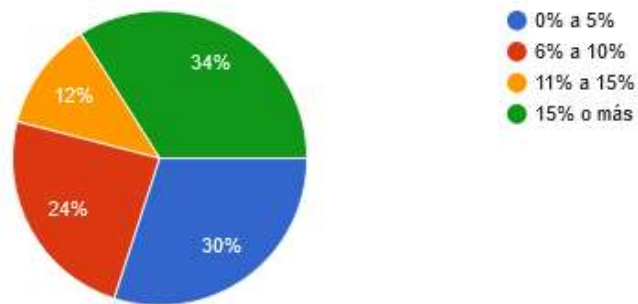
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Se puede ver que los diferentes trabajadores de la zona tienen distintos pensamientos acerca de lo que estarían dispuestos a pagar por este servicio, algunos pensando en que no merecen pagar una elevada comisión por el uso de una aplicación como esta, otros que sí están dispuestos a pagar un alto porcentaje de comisión si les genera resultados; sin embargo, el consenso es muy parecido en cuanto a porcentaje, lo cual demuestra una notable distinción de opinión entre la población.

En la siguiente pregunta:

¿Cuánto cree que se podría ver afectado en disminución de volumen porcentualmente si decide seguir utilizando métodos tradicionales de atraer clientes (brochure, llamadas, correos, etc) en vez de utilizar las plataformas tecnológicas de clientes como la competencia?

50 respuestas



Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Aquí se llega a un consenso en que están en creencia de que no tendría efecto alguno o sería el completo opuesto y, además, que el efecto sería enorme si se decide no utilizar las nuevas tecnologías para trabajar.

En cuanto a las sugerencias o recomendaciones de los hoteles para la investigación con respecto al tema de mejorar la situación del volumen de clientes que se queden en el hotel, se registró un interesante número de sugerencias; sin embargo, hubo también un patrón de comportamiento en las respuestas. Un alto número de personas tuvieron respuestas similares en dos temas:

- Seguridad

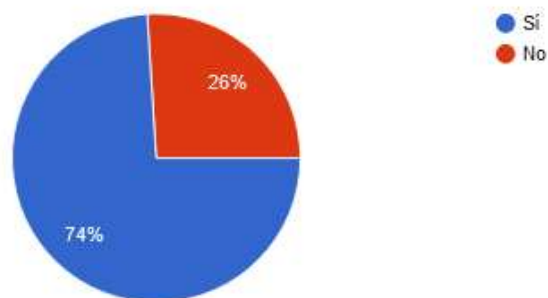
- Publicidad

Parece que entre los trabajadores de la zona hay un alto nivel de incertidumbre con respecto a la seguridad tanto de ellos, como de los clientes que atienden la zona. Esto está bien fundamentado, ya que Manuel Antonio se encuentra en el cantón de Quepos, en donde se ha registrado antes un alto número de homicidios y situaciones de corrupción en relación con el narcotráfico, entonces, además de las sugerencias esperadas de aumentar en publicidad, incrementar la presencia en Internet, invertir en atracciones para la zona y las promociones, el tema de seguridad resaltó bastante debido al alto nivel de enfoque que se dio por parte de la población de la muestra seleccionada.

En la siguiente pregunta:

¿Considera usted que utilizar un formato de hotel verde junto con estas aplicaciones podría dar un impulso a la rentabilidad?

50 respuestas



Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

En esta pregunta se destaca que 3 cuartos de la población consideran que sí habría rentabilidad de invertir en un formato de hotel verde. Esto se debe a que invertir en tecnologías verdes y adaptar todo para cumplir estos estándares representa un gasto para la compañía, pero consideran que esto resulta en mayor volumen de clientes y, por ende, de rentabilidad que cubre los gastos incurridos.

En la siguiente pregunta que fue de formato abierto, en la cual se discute el tema de que otros factores podrían dar un impulso a la rentabilidad de la zona, se siguió viendo el tema de la seguridad de la zona; parece que hay un cierto miedo por parte de la población acerca de la situación del área ya que consideran que mejorar esto podría mejorar la rentabilidad de la zona. Además de esto se vio un patrón también en:

- Mejorar las habilidades de ventas de los empleados para que le generen más al hotel.
- Crear mejores paquetes de promociones para que los clientes decidan comprarlos y, a la vez, pagar por más actividades y servicios que de otra forma no comprarían.
- Invertir en arte con la cultura de la fotografía que es una creciente tendencia entre los turistas y utilizar esto a su favor, ya sea con murales para que se tomen fotografías y, por ende, atraer clientes al hotel y la zona.

Por otro lado, en la siguiente pregunta:

¿Esta dispuesto a recibir feedback de parte de clientes, con el fin de mejorar su experiencia como proveedor de servicios de hotelería?

50 respuestas



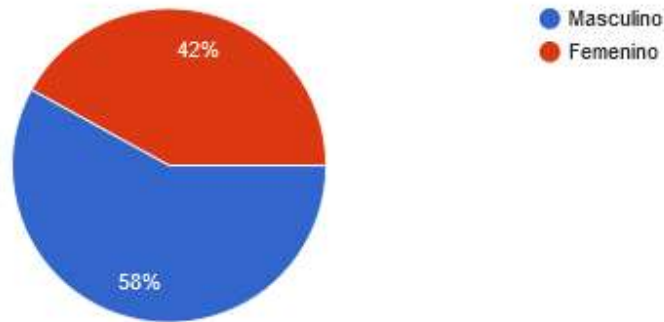
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Pareció interesante que absolutamente todos los trabajadores de la zona estaban dispuestos a recibir *feedback* con el objetivo de mejorar su servicio. Esto indica una fuerte cultura de crecimiento personal en la zona, donde las personas buscan arreglar sus errores y dar cada vez un mejor servicio.

En cuanto al perfil del encuestado, se puede ver lo siguiente:

¿Sexo?

50 respuestas



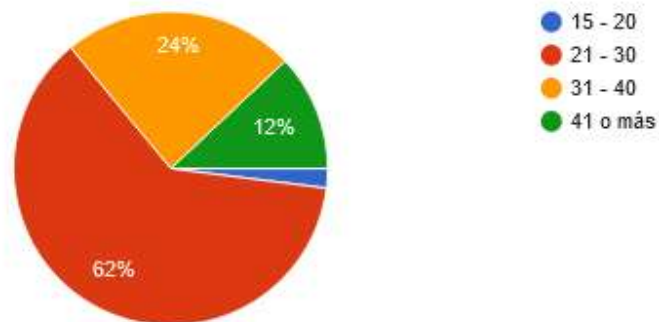
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Hubo un ligero incremento de hombres con respecto a mujeres en la población a la cual se le aplicó la muestra, pero no fue tan grande la brecha que no pudiera ser considerado algo que llame la atención; parece ser que la cantidad de hombres con respecto a mujeres trabajando en la zona está bastante balanceado.

Por otro lado, la siguiente pregunta:

Rango de edad

50 respuestas



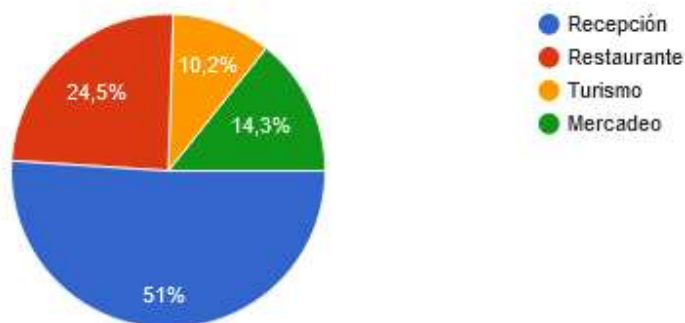
Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

Parece ser que hay un muy alto porcentaje de la población trabajadora de la zona que son personas adulto joven. Representando cerca de 2 tercios de la fuerza laboral de la muestra recogida. Y, además, se nota que la persona muy joven, adolescentes y recién adultos, representan una minoría en la zona en la fuerza laboral, más incluso que los trabajadores que llevan años trabajando y tienen una edad superior a los 40 años.

Con respecto a la siguiente pregunta:

¿En qué división del hotel trabaja?

49 respuestas



Fuente: Cuestionario de recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020, (2019).

La encuesta fue aplicada a un alto porcentaje de los trabajadores quienes trabajan en el sector de la recepción que representan 50 % de la población total aplicada, esto debido a que eran los que, principalmente, tenían el tiempo disponible para poder aplicarles la encuesta.

Conclusiones y Recomendaciones

De acuerdo con los datos recogidos mediante la encuesta aplicada, se puede deducir que hay un alto nivel de comprensión por parte de sus trabajadores acerca de tema de tecnología aplicada a hoteles y se podría indicar que, por ende, de la

industria como tal acerca del rendimiento e impacto que las aplicaciones móviles han tenido en ellos.

Hay cierto patrón de comportamiento, como se logra evidenciar en las gráficas, donde se demuestra que la población a la que se le aplicó la encuesta carece de conocimientos estadísticos con respecto al alcance que estas tienen, donde más de 2 tercios de la población desconocía de la cantidad de usuarios (150 millones) en la aplicación de hospedaje más conocida (AIRBNB). Sin embargo, parece ser que conocían bastante sobre los datos estadísticos de la cantidad de turistas de la zona, aunque indicaron varios, posterior a ser aplicada la encuesta, que fue porque lo vieron en un reportaje de noticias.

La población no está completamente en consenso con respecto a la cantidad de dinero que creen que las aplicaciones generarían y tampoco a cuánto están dispuestos a pagar. Sin embargo, sí hay un consenso con respecto a que están dispuestos a aprender de sus errores y a aplicar estas nuevas aplicaciones con el fin de generar riqueza a los empresarios de la zona.

Hay una saludable variedad de población por división de sexo, los hombres ligeramente representando un poco más de la fuerza laboral como se nota en los gráficos, pero que, en términos generales, están bastante bien distribuidos y que demuestran carencia de discriminación por género para laborar en la zona.

Sin embargo, se demostró, a grandes rasgos, que el gran volumen de trabajadores de la zona son personas jóvenes, entre 21 y 30 años. Esto indica que el perfil que los hoteles buscan en la zona son personas adultas jóvenes que puedan traer su talento y conocimientos a la industria, ya sea por estar activos en las tendencias del mercado o por, simplemente, estar anuentes a una larga carrera de trabajo con las empresas. Al mismo tiempo, se puede ver que la mayoría de los encuestados no cumplían el rango de 15 a 20. Esto se debe a que trabajar con personas menores de edad puede ser muchas veces complicado y los adultos recién cumplidos muchas veces deciden continuar con sus estudios académicos superiores.

Algunas de las recomendaciones basadas en la información recopilada mediante la aplicación de las encuestas son las siguientes:

- Incrementar de manera considerable la inversión por parte de los hoteleros de la zona en capacitaciones de carácter profesional para que los empleados puedan mejorar de manera importante sus capacidades y habilidades en el arte de persuasión y, por ende, se reflejaría en una capacidad mayor de vender. Esto aumentaría, de manera significativa, la cantidad de ingresos que los hoteles verían sin aumentar, de manera importante, sus gastos al no tener que contratar nuevo personal,
- Mejorar los paquetes de viajes o tours para que las personas se vean más interesadas en hacer gastos en experiencias que, de otra manera, no estarían interesados o dispuestos a pagar, un ejemplo de esto sería una combinación de un viaje de Canopy junto con un tour nocturno y que todo

- vaya en un precio accesible y que genere ganancias a todos los involucrados, lo cual aumenta también la colaboración y relaciones comerciales en la zona,
- Invertir en más experiencias y actividades en las áreas alrededor de la zona hotelera, no solo específicamente en el hotel, sino convertir la zona de Manuel Antonio más atractiva para el turista, esto se puede hacer mediante colaboración con los hoteles para crear zonas recreativas, ya sea parques de ejercicio público, más senderos para caminar, parques para niños o, en general, áreas comunes en donde las personas puedan interactuar unas con las otras en un ambiente neutral. Esto podría dar un impulso importante al atractivo de la zona al crear un ambiente de comunidad que hace a las personas sentirse más atraídas y con una alta posibilidad de ser recomendada y de ser clientes reiterativos,
 - Se recomienda identificar talento joven que esté dispuesto y tenga conocimiento de tecnologías para poder aprovechar y utilizarlo como un factor generador de valor para los empresarios de la zona.

Por otro lado, es interesante destacar el hecho de que muchos de los que trabajan en la zona de Manuel Antonio, en sus recomendaciones, tanto para aumentar volumen como rentabilidad, destacan mejorar la seguridad de la zona. Esto es un claro ejemplo de cómo el tema de inseguridad, que es un problema a nivel nacional en donde se ha notado un incremento de un patrón de violencia, además de una mayor cobertura de esta por las cadenas nacionales de noticia, ha creado que la población como tal se sienta insegura, además, junto con la posibilidad de un creciente problema de narcotráfico en la zona llega a impactar a

la fuerza laboral y que, además, puede afectar la moral de sus trabajadores y, por ende, su rendimiento.

Referencias Bibliográficas

Acuña, L. (Noviembre, 2019). *Recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020* formulario de encuesta, recuperado el 24 de noviembre del 2019 de formulario de google sitio web:
https://docs.google.com/forms/d/130ieMzSJdW2xKK8qUOmN6vTlqCZMEMm3wPg_rDIO6-8/viewform?edit_requested=true

Bivens, J. (Enero, 2019). *The economic costs and benefits of Airbnb: No reason for local policymakers to let Airbnb bypass tax or regulatory obligations.* Recuperado el 25 de octubre del 2019 de Economic Policy Institute sitio web:
<https://www.epi.org/publication/the-economic-costs-and-benefits-of-airbnb-no-reason-for-local-policymakers-to-let-airbnb-bypass-tax-or-regulatory-obligations/>

Cifras Turísticas. (s. f). Recuperado 1 de diciembre de 2019, de Instituto Costarricense de Turismo ICT sitio web:
<https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/cifras-turisticas.html>

Clark, P. (Octubre, 2019). *Hong Kong Hotel Rooms are 25% cheaper as protests cool tourism.* Recuperado el 31 de octubre del 2019 de Bloomberg sitio web:
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-10-31/hong-kong-protests-hit-tourism-slicing-demand-for-hotel-rooms>

Gerdeman, D. (Febrero, 2018). *The airbnb effect: Cheaper rooms for travelers, less revenue for hotels*. Recuperado el 25 de octubre del 2019 de Forbes sitio web: <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2018/02/27/the-airbnb-effect-cheaper-rooms-for-travelers-less-revenue-for-hotels/>

Guttentag, P. D. (Agosto, 2018). *What Airbnb really does to a neighbourhood*. Recuperado el 25 de octubre del 2019 de BBC News sitio web: <https://www.bbc.com/news/business-45083954>

Jacobs, H. (Diciembre, 2019). *15 things I learned about hotels and Airbnbs after traveling the world for a year*. Recuperado el 13 de diciembre del 2019 de Business Insider sitio web: <https://www.businessinsider.com/hotels-airbnb-travel-tips-hacks-lessons-expert-advice-2019-5>

Jenkins, C. (Setiembre, 2019) *Hotel inspirado en iglús abrirá en Manuel Antonio*. Recuperado el 25 de octubre del 2019 de La República sitio web: <https://www.larepublica.net/noticia/hotel-inspirado-en-igloos-abrira-en-manuel-antonio>

Kitchell, A. (Julio, 2019). *How the hospitality industry is evolving*. Recuperado el 25 de octubre del 2019 de Forbes sitio web: <https://www.forbes.com/sites/quora/2019/07/31/how-the-hospitality-industry-is-evolving/>

Mody, M., & Gómez, M. (2018). *Airbnb and the hotel industry: The past, present, and future of sales, marketing, branding, and revenue management.*

Recuperado el 25 de octubre del 2019 de Harvard business Review sitio web:

<https://www.bu.edu/bhr/2018/10/31/airbnb-and-the-hotel-industry-the-past-present-and-future-of-sales-marketing-branding-and-revenue-management/>

Raval, T. (Abril, 2019). *Improving user experiences in the hospitality industry.*

Recuperado el 25 de octubre del 2019 de Forbes sitio web:

<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2019/04/22/improving-user-experiences-in-the-hospitality-industry/>

Rosenband, A. (Agosto, 2018). *What the hospitality industry teaches us all about innovation and disruption.* Recuperado el 25 de octubre del 2019 de Forbes sitio

web: <https://www.forbes.com/sites/forbeschicagocouncil/2018/08/29/what-the-hospitality-industry-teaches-us-all-about-innovation-and-disruption/>

Solon, O. (Febrero, 2018). *Not just homes any more: Airbnb expands into hotels and luxury spots.* Recuperado el 25 de octubre del 2019 de The Guardian sitio web:

<https://www.theguardian.com/technology/2018/feb/22/airbnb-hotels-expansion-travel>

Weed, J. (Octubre, 2019). *Independent hotels are disappearing as chains grow.*

Recuperado el 25 de octubre del 2019 de The New York Times Sitio web:

<https://www.nytimes.com/2019/10/21/business/independent-hotels-airbnb-boutique-chains.html>

Anexos

Anexo 1. Encuesta Diseñada

Aplicaciones móviles y la industria hotelera.

Este cuestionario forma parte del proyecto final del Seminario de Graduación de la Licenciatura en Finanzas de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.

Incluye una serie de preguntas que tiene como objetivo analizar el conocimiento del impacto de las aplicaciones móviles en la industria hotelera y poder dar recomendaciones basadas en los resultados.

Los resultados e información brindada serán confidenciales y de uso únicamente para este proyecto.

Muchas gracias de antemano por sus respuestas.

Objetivo Específico 1 - Indicar las ventajas y oportunidades que ofrecen las aplicaciones móviles en términos de rentabilidad y volumen de clientes a la industria hotelera.

1. ¿Ha escuchado usted de las aplicaciones de alojamiento de casas y apartamentos?
 - a. Sí
 - b. No

2. ¿Ha utilizado usted alguna de esas aplicaciones?
 - a. Sí
 - b. No

3. ¿Sabía usted que la más grande de ellas (AIRBNB) tiene cerca de 150 millones de usuarios alrededor del mundo?
 - a. Sí
 - b. No
4. ¿Sabía que en el 2017 se tuvieron 3 millones de turistas visitando nuestro país?
 - a. Sí
 - b. No
5. ¿Sabía que gran porcentaje de estos turistas reservan por adelantado, incluso antes de llegar a país mediante alguna plataforma de alojamiento?
 - a. Sí
 - b. No
6. ¿Sabía que todos los hoteles que han utilizado este tipo de aplicación han tenido una mayor tasa de ocupación, volumen y, por ende, de rentabilidad?
 - a. Sí
 - b. No

Objetivo Específico 2 - Determinar las expectativas de la industria hotelera en estudio con respecto al uso de las aplicaciones móviles en términos financieros.

7. Si usted como empresario / colaborador de la zona, decidiera abrirle las puertas a la aplicación, ¿cuánto esperaría porcentualmente de aumento de ocupación y volumen?
 - a. 0 % a 5 %
 - b. 6 % a 10 %

- c. 11 % a 15 %
 - d. 16 % o más
8. ¿Cuánto cree que es el porcentaje de comisión que este tipo de aplicaciones cobra?
- a. 0 % a 3 %
 - b. 4 % a 6 %
 - c. 7 % o más
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de comisión si notara un notable aumento al utilizar este tipo de aplicación?
- a. 0 % a 3 %
 - b. 4 % a 6 %
 - c. 7 % o más
10. ¿Cuánto cree que se podría ver afectado en disminución de volumen porcentualmente si decide seguir utilizando métodos tradicionales de atraer clientes (brochures, llamadas, correos, etc.) en vez de utilizar las plataformas tecnológicas de clientes como la competencia?
- a. 0 % a 5 %
 - b. 6 % a 10 %
 - c. 11 % a 15 %
 - d. 15 % o más

Objetivo Específico 3 - Sugerir las recomendaciones financieras pertinentes para los hoteles en estudio en el 2020.

11. ¿Qué recomendaciones daría usted para mejorar la situación de volumen (cantidad de clientes) de la zona?

a. Respuesta abierta

12. ¿Considera usted que utilizar un formato de hotel verde junto con estas aplicaciones podría dar un impulso a la rentabilidad?

a. Sí

b. No

13. ¿Qué otros factores consideran que podría dar un impulso a la rentabilidad de la zona?

a. Respuesta abierta

14. ¿Está dispuesto a recibir *feedback* de parte de clientes, con el fin de mejorar su experiencia como proveedor de servicios de hotelería?

a. Sí

b. No

Perfil del encuestado

15. ¿Sexo?

a. Masculino

b. Femenino

16. Rango de edad

a. 15 - 20

b. 21 - 30

c. 31 - 40

d. 41 o más

17. ¿En qué división del hotel trabaja?

- a. Recepción
- b. Restaurante
- c. Turismo
- d. Mercadeo

Carta de Filólogo

19 de diciembre de 2019

A quien corresponda

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación denominado: *Recomendaciones financieras en términos de rentabilidad y volumen de clientes a través de las de aplicaciones móviles que pueden tener los hoteles del sector de Manuel Antonio (Puntarenas) en el 2020*, elaborado por el estudiante Lester Andrés Acuña Jiménez para optar por el Grado de Licenciatura en Finanzas.

Corregí el trabajo en aspectos tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como trabajo final de graduación, por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (Ulaicit).

Se suscribe cordialmente,



Carlos Díaz Chavarría
4- 0155- 0936 Teléfono: 83 - 26 - 28 - 65
Escritor - Profesor universitario
Filólogo - Maestría en Literatura (UCR)
Comentarista del programa PANORAMA (CANARA)
Presentador de la sección Cuestiones del idioma (Teletica)
Personaje Cultural 2013
Premio Internacional Pergamino de Honor al Mérito 2015
Premio Micrófono de Oro a la Excelencia Comunicativa 2015
Premio Mundial a la Excelencia Literaria 2019
Premio Internacional Quijote de Oro 2019