

Cuatro "limpios", profesionales provenientes todos de distintos trabajos, se asociaron en 1988 para crear Sun Chichi Hoteles, una cadena de pequeños hoteles cuyas instalaciones han sido integradas al hábitat de parques nacionales y reservas forestales; la cual comenzó en las playas de Chichiriviche con el Hotel Náutico. De esa playa nació el nombre de lo que luego se transformaría en una cadena de pequeños hoteles. El Náutico, ubicado en lo que es hoy el Parque Nacional de Morrocoy, estado Falcón, fue comprado en 1988. Al año siguiente, en 1989, ya estaba funcionando con 20 habitaciones.

"En Sun Chichi -explica Alberto Pebres, uno de los cuatro socios fundadores y Presidente de Sun Chichi Hoteles - se trabaja con posadas pequeñas, hasta un máximo de 50 habitaciones. Lo hacemos así por razones ambientales y esto es medido en función del impacto en el lugar, cosas que determinan los biólogos". Porque el equipo humano de Sun Chichi no sólo incluye profesionales provenientes de la industria turística y hotelera. También hay espacio para los biólogos, más ahora cuando el norte de esta cadena hotelera es constituirse en "la cadena más grande y más eficiente de pequeños hoteles en Venezuela", mostrando una Venezuela todavía desconocida, al tiempo que se "preservan las áreas verdes y las reservas de flora y fauna".

Al principio nada estaba claro. El único propósito era el negocio propio, el anhelo de crear algo distinto y buscar lugares adecuados para continuar. El cambio vino rápidamente. "En dos años ya habíamos decidido que esto, Sun Chichi, iba a ser una cadena de alojamientos de naturaleza y dentro de una tendencia de turismo mundial que sabíamos que iba a tener auge y hacia allá nos dirigimos. Así decidimos desarrollar este concepto de hotelería en Venezuela, con calidad de servicio y dentro de un rango de precio medio".

Muchas y buenas razones han incidido para que cuatro profesionales hayan logrado montar una cadena de turismo de naturaleza a pequeña escala. Han sido importantes factores como: el liderazgo del Presidente, que permitió constituir un equipo consolidándolo en torno a su experticia y su capacidad para intervenir en todas y cada una de las etapas del proceso. Igualmente, la autonomía financiera para buscar un crecimiento gradual y sostenido en base a un capital propio, sin solicitar préstamos; y la visión para escoger los sitios de las posadas y para desarrollarlas como lugares turísticos, es decir, el hecho de haberse ubicado en un segmento novedoso del mercado y haberlo hecho justo a tiempo. Por otro lado, está la importancia dada al recurso humano y la concepción de la misión hotelera centrada en la calidad del servicio. Por último, la relación calidad-precio del servicio: no cobran por el sitio, cobran por el servicio que se da en el sitio. De allí que sus tarifas sean altamente competitivas.