



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA
ESTRELLA DEL MAR LIBERTADOR BOLÍVAR
PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN
SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA,
AÑO 2016”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

AUTORA: MARJORIE BELLA POZO LÁINEZ.

TUTORA: LCDA. NARCISA VÁSQUEZ FARFÁN, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2016

UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA
ESTRELLA DEL MAR LIBERTADOR BOLÍVAR
PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN
SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA,
AÑO 2016”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

AUTORA: MARJORIE BELLA POZO LÁINEZ

TUTOR: LCDA. NARCISA BRUSELA VÁSQUEZ FARFÁN, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2016

La Libertad, 26 de Noviembre del 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA “ESTRELLA DE MAR”, LIBERTADOR BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016” elaborado por la Srta. Marjorie Bella Pozo Láinez, egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Lcda. Narcisa Brusela Vásquez Farfán MSc.

TUTOR

AUTORÍA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de titulación o graduación “PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA “ESTRELLA DEL MAR”, LIBERTADOR BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016”, elaborado por quien suscribe la presente declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en el trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 26 de Noviembre del 2015

Atentamente

Marjorie Bella Pozo Láinez

C.C. 092333798-4

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado a mis padres por el apoyo incondicional, siendo ellos un ejemplo de perseverancia, quienes han velado por el bienestar de mi educación, depositando entera confianza en desarrollar un sin número de actividades para llevar a cabo la culminación del proyecto de grado.

A todas aquellas personas que colaboraron con la realización de este trabajo, a mis compañeros de estudio que colaboraron en todo momento, afrontando día a día cada nueva circunstancia, a mi familia que me apoyó en todo momento.

Marjorie Bella Pozo Laínez

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a nuestro padre Dios por ser luz en mi camino y por darme sabiduría y fortaleza necesaria para la culminación de este proyecto.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por las enseñanzas impartidas dentro de cada salón de clase y a los docentes por la paciencia y entrega incondicional que de una u otra manera han contribuido a la culminación de este proyecto con éxito.

Marjorie Bella Pozo Láinez

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MBA.
**DECANO DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
**DIRECTOR DE CARRERA GESTIÓN
Y DESARROLLO TURÍSTICO**

Lcda. Brusela Vásquez Farfán, MSc.
PROFESOR –TUTOR

Econ. Juan Olives Maldonado, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA
“ESTRELLA DE MAR”, LIBERTADOR BOLÍVAR, PARROQUIA
MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2016**

Autor: Marjorie Bella Pozo Láinez
Tutor: Lcda. Brusela Vásquez Farfán, MSc.

RESUMEN

El plan de negocio para la Hospedería comunitaria Estrella de Mar tiene como objetivo principal mejorar la gestión empresarial, ubicada en la comuna de Libertador Bolívar, parroquia Manglaralto, cantón y provincia de Santa Elena, con el fin de diseñar un plan para crear procesos administrativos, mejorar la estructura orgánica funcional, optimizar la estructura física y fortalecer la promoción del establecimiento, buscando ser reconocido como un establecimiento referente en el servicio de alojamiento, enfocado al desarrollo turístico sustentable, actuando con responsabilidad social, en un ambiente sano y confiable para sus huéspedes. La metodología de investigación será de carácter cuali-cuantitativo utilizando herramientas de recolección de información como las encuestas y entrevistas basadas en preguntas dicotómicas y de respuesta múltiples realizadas a los huéspedes, empleados del establecimiento y autoridades locales de la comunidad, con el propósito de encontrar respuestas a las incógnitas planteadas en la investigación. El plan de negocio propone un estudio previo y analiza cuatro puntos importantes como: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero. Análisis del entorno interno y externo basado en el análisis FODA, las ventajas competitivas del establecimiento y los servicios que esta oferta. Dentro del estudio de mercado se requiere saber cuál es perfil del huésped que llega al establecimiento, además llevar a cabo un proceso de promoción y venta, en el estudio administrativo se busca diseñar la estructura orgánica funcional de acuerdo al orden jerárquico, el estudio técnico es aquel indicador que menciona la remodelación del establecimiento en los diferentes departamentos, y por último está el análisis financiero el cual va a determinar la rentabilidad económica para el normal funcionamiento de la empresa y la permanencia que esta va a tener en el mercado. La elaboración del plan de negocio permitirá mejorar la gestión empresarial del establecimiento y por ende lograr posicionarse en el mercado cumpliendo con los objetivos y la filosofía empresarial.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
AUTORÍA DE INVESTIGACIÓN	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
TRIBUNAL DE GRADO	VII
RESUMEN.....	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
ÍNDICE DE TABLAS.....	XVI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XVII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVIII
INTRODUCCIÓN	19
CAPÍTULO I.....	21
ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DE LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA ESTRELLA DE MAR	21
1.1 MARCO REFERENCIAL / MARCO SITUACIONAL	21
1.2 MARCO TEÓRICO	22
1.2.1 Antecedentes del plan de negocio	22
1.2.2 Plan de negocio	23
1.2.3 Importancia y propósito del plan de negocio.....	25
1.2.4 Elementos de estudio del plan de negocio	26
1.2.4.1 Naturaleza del negocio.....	27
1.2.4.1.1 Producto.....	28
1.2.4.1.2 Servicio.....	28
1.2.4.2 Mercado	29
1.2.4.2.1 Oferta	30
1.2.4.2.2 Demanda	31
1.2.4.3 Entorno competitivo	31
1.2.4.3.1 Estrategias	32
1.2.4.3.2 Competencias.....	32
1.2.4.4 Finanzas	33

1.2.4.4.1 Rentabilidad	33
1.2.5 Gestión empresarial	34
1.2.5.1 Planeación	34
1.2.5.1.1 Misión	35
1.2.5.1.2 Visión	36
1.2.5.1.3 Objetivos	36
1.2.5.2. Organización	37
1.2.5.2.1 Estructura organizacional	38
1.2.5.2.2 Talento humano	38
1.2.5.3 Dirección	39
1.2.5.3.1 Liderazgo	40
1.2.5.3.2 Motivación	40
1.2.5.4 Control	41
1.2.5.4.1 Evaluación de desempeño	41
1.2.5.4.2 Retroalimentación sobre el desempeño	42
1.3 ALOJAMIENTO	43
1.3.1 Categorías	43
1.3.2 CLASIFICACIÓN	44
1.3.3 Casa de huéspedes	45
1.3.4 Hospederías comunitarias	46
1.4 MARCO LEGAL	48
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador (2008)	48
1.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017	48
1.4.3 Ley de Turismo (LTUR, 2002:1)	49
1.4.4 Plandetur 2020	50
1.5 MARCO METODOLÓGICO DE APROXIMACIÓN A LA PROBLEMÁTICA	51
CAPÍTULO II	53
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	53
2.1 VALIDACIÓN METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN	53
2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA	54
2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN UTILIZADAS	54

2.4 POBLACIÓN	55
2.5 LA MUESTRA	56
2.6 CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	58
2.6.1 Variable independiente	58
2.6.2 Variable dependiente	58
2.6.3 Dimensiones e indicadores	59
2.7 PRESENTACIÓN DE DATOS	61
2.8 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	62
2.9 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	82
2.9.1 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A EMPLEADOS	82
2.9.2 ANÁLISIS ENTREVISTAS A AUTORIDADES LOCALES	84
2.10 PRUEBA DE HIPÓTESIS	86
2.11 DISCUSIÓN DE RESULTADOS DEL CAPÍTULO	88
CAPÍTULO III	89
PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA “ESTRELLA DE MAR”, LIBERTADOR BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN Y PROVINCIA DE SANTA ELENA 2016	89
3.1 PRESENTACIÓN	89
3.2 JUSTIFICACIÓN	90
3.3 ANÁLISIS SITUACIONAL	91
3.4 ANÁLISIS INTERNO	92
3.4.1.1 Clientes actuales y potenciales	92
3.4.2 Competencia	93
3.4.2.1 Competencia directa	93
3.4.2.2 Competencia indirecta	93
3.5 ANÁLISIS EXTERNO	94
3.5.1 Análisis político, económico, social, tecnológico y ambiental (PESTA)	94
3.5.1.1 Entorno político	94
3.5.1.2 Entorno económico	94
3.5.1.3 Entorno social	95
3.5.1.4 Entorno tecnológico	95
3.6 ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (F.O.D.A)	96

3.7 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	98
3.7.1 Antecedentes de la empresa	98
3.7.2 Ubicación del negocio	99
3.7.3 Administración de la hospedería	99
3.8 FILOSOFÍA EMPRESARIAL	100
3.8.1 Misión	100
3.8.2 Visión	100
3.8.3 Valores de la empresa	100
3.9 OBJETIVOS EMPRESARIALES	101
3.9.1 Objetivo general	101
3.9.2 Objetivos específicos.	101
3.10 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	101
3.10.1 Capital humano	102
3.10.2 Capital estructural	102
3.10.3 Capital relacional	102
3.11 ESTUDIO DE MERCADO	103
3.11.1 Determinación de mercado	103
3.11.2 Mercado potencial	103
3.11.3 Segmentación de mercado	103
3.11.3.1 Características geográficas	103
3.11.3.2 Características demográficas	104
3.11.3.3 Características psicológicas	104
3.11.3.4 Motivaciones y necesidades	104
3.11.3.5 Perfil del cliente	104
3.12 ESTRATEGIAS CORPORATIVAS	105
3.12.1 Producto	105
3.12.2 Estrategia de producto	105
3.12.3 Marca	106
3.12.4 Slogan	107
3.12.5 Logotipo	107
3.12.6 Imagen del personal	108
3.12.7 Capacitación	108
3.12.8 Servicio	109

3.12.9 Precio	109
3.12.10 Estrategia de precio	110
3.12.11 Estrategia de plaza	110
3.12.12 Estrategia de comunicación	111
3.12.13 Estrategias de promoción	111
3.12.13.1 Medios de publicidad	112
3.13 ESTUDIO TÉCNICO	112
3.13.1 Análisis de la capacidad instalada	112
3.13.2 Estructura y ambiente	113
3.13.3 Instalaciones físicas y servicios a ofertar	114
3.13.3.1 Estructura física - planta baja	114
3.13.3.2 Estructura física – primer piso	114
3.13.3.3 Estructura física – segundo piso	115
3.13.4 Proceso de operaciones en la prestación de servicio	115
3.13.5 Maquinarias y equipos	117
3.13.6 Recursos humanos	117
3.13.7 Insumos o materiales	117
3.14 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	117
3.14.1 Organigrama	118
3.14.2 Niveles talento humano	118
3.14.3 Personal de trabajo	119
3.15 ANÁLISIS FINANCIERO	122
3.15.1 Plan de inversión	122
3.15.1.1 Inversión Fija	123
3.15.1.2 Mano de obra	123
3.15.1.3 Depreciación de activos fijos	123
3.15.2 Gastos de operación (Sueldos y salarios)	123
3.15.3 Gastos de servicios básicos	124
3.15.4 Gastos de publicidad	124
3.15.5 Gastos de uniformes	124
3.15.6 Presupuesto de capacitaciones para el personal	125
3.15.7 Gastos de Suministros de limpieza	125
3.15.8 Gastos de menaje	125

3.15.9 Gastos de mantenimiento	126
3.15.10 Gastos activos diferidos	126
3.15.11 Ingresos por alojamiento y alimentos & bebidas	126
3.15.12 Costos de alimentos & bebidas	127
3.15.13 Capital de trabajo	127
3.15.14 Tabla de amortización	127
3.15.15 Flujo de caja de efectivo	127
3.15.16 VAN Y TIR.....	128
3.16 PLAN DE ACCIÓN.....	129
PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA “ESTRELLA DE MAR”	129
3.17 ANALISIS DE RIESGO.....	130
3.18 CONCLUSIONES.....	131
3.19 RECOMENDACIONES.....	132
3.20 BIBLIOGRAFÍA.....	133
3.21 ANEXOS.....	137
3.23 ABREVIATURAS.....	186

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 ELEMENTOS DEL PLAN DE NEGOCIO	27
GRÁFICO N° 2 CATEGORÍAS SEGÚN CLASIFICACIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.....	44
GRÁFICO N° 3 CLASIFICACIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.....	45
GRÁFICO N° 4 EDADES	62
GRÁFICO N° 5 GÉNERO DE HÚESPEDES	63
GRÁFICO N° 6 TIPO DE HÚESPEDES	64
GRÁFICO N° 7 LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS HÚESPEDES	65
GRÁFICO N° 8 CON QUIÉN VIAJA	66
GRÁFICO N° 9 ACTIVIDADES TURÍSTICAS	67
GRÁFICO N° 10 MOTIVO DE SU VISITA	68
GRÁFICO N° 11 TIPOS DE ALOJAMIENTO.....	69
GRÁFICO N° 12 NOCHES DE HOSPEDAJE	70
GRÁFICO N° 13 COMODIDAD DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO	71
GRÁFICO N° 14 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	72
GRÁFICO N° 15 PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES.....	73
GRÁFICO N° 16 ORGANIZACIÓN DE LA HOSPEDERÍA.....	74
GRÁFICO N° 17 CONTROL Y EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES	75
GRÁFICO N° 18 DIRECCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	76
GRÁFICO N° 19 EFICIENCIA DEL TRABAJO DEL PERSONAL	77
GRÁFICO N° 20 SERVICIOS ADICIONALES	78
GRÁFICO N° 21 TIPOS DE PLANES	79
GRÁFICO N° 22 MEDIOS DE PUBLICIDAD	80
GRÁFICO N° 23 PLAN DE NEGOCIO.....	81
GRÁFICO N° 24 COMUNIDAD DE LIBERTADOR BOLÍVAR.....	99
GRÁFICO N° 25 LOGOTIPO HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR.....	106
GRÁFICO N° 26 ORGANIGRAMA DEL TALENTO HUMANO	118
GRÁFICO N° 27 NIVELES DEL TALENTO HUMANO.....	118
GRÁFICO N° 28 UNIFORME DE PERSONAL	178
GRÁFICO N° 29 PUBLICIDAD	179
GRÁFICO N° 30 SOUVENIRS	180
GRÁFICO N° 31 CORREO ELECTRÓNICO	181
GRÁFICO N° 32 FACEBOOK.....	181
GRÁFICO N° 33 FOTOGRAFÍA DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS.....	184

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 POBLACIÓN	56
TABLA N° 2 TABLA DE CONTINGENCIA	87
TABLA N° 3 PERFIL DEL CLIENTE.....	104
TABLA N° 4 LISTA DE PRECIOS DE HABITACIONES.....	109
TABLA N° 5 LISTA DE PRECIOS DE ALIMENTACIÓN	110
TABLA N° 6 EMPLEADOS DE LA HOSPEDERÍA	119
TABLA N° 7 EDAD DE HÚESPEDES	145
TABLA N° 8 GÉNERO DE HÚESPEDES	145
TABLA N° 9 RESIDENCIA DE HÚESPEDES	145
TABLA N° 10 NACIONALIDAD DE HÚESPEDES	146
TABLA N° 11 CON QUIEN VIAJA	146
TABLA N° 12 ACTIVIDADES TURÍSTICAS	146
TABLA N° 13 MOTIVO DE SU VISITA	147
TABLA N° 14 TIPOS DE ALOJAMIENTO	147
TABLA N° 15 NOCHES DE HOSPEDAJE	147
TABLA N° 16 COMODIDAD DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO	148
TABLA N° 17 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	148
TABLA N° 18 PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES	148
TABLA N° 19 ORGANIZACIÓN DE LA HOSPEDERÍA.....	149
TABLA N° 20 CONTROL Y EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES	149
TABLA N° 21 DIRECCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	149
TABLA N° 22 EFICIENCIA DEL TRABAJO DEL PERSONAL	150
TABLA N° 23 SERVICIOS ADICIONALES	150
TABLA N° 24 TIPO DE PLANES.....	150
TABLA N° 25 MEDIOS DE PROMOCIONES	151
TABLA N° 26 PLAN DE NEGOCIOS.....	151

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 DATOS FINANCIEROS	158
CUADRO N° 2 MATERIALES (ESTRUCTURA FÍSICA)	159
CUADRO N° 3 MANO DE OBRA	160
CUADRO N° 4 MATERIALES PARA EQUIPAMIENTO	161
CUADRO N° 5 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	163
CUADRO N° 6 REMUNERACIÓN DE PERSONAL	165
CUADRO N° 7 PROYECCIÓN ANUAL DE SUELDOS	165
CUADRO N° 8 GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	166
CUADRO N° 9 GASTOS DE PUBLICIDAD	166
CUADRO N° 10 GASTOS DE UNIFORMES	167
CUADRO N° 11 GASTOS POR CAPACITACIÓN	167
CUADRO N° 12 GASTOS EN SUMINISTROS DE LIMPIEZA	168
CUADRO N° 13 GASTOS DE MENAJE	168
CUADRO N° 14 GASTOS DE MANTENIMIENTO	169
CUADRO N° 15 GASTOS DE ACTIVOS DIFERIDOS	170
CUADRO N° 16 INGRESOS POR ALOJAMIENTO	171
CUADRO N° 17 INGRESOS POR ALIMENTOS & BEBIDAS	172
CUADRO N° 18 COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	173
CUADRO N° 19 CAPITAL DE TRABAJO	174
CUADRO N° 20 TABLA DE AMORTIZACIÓN	175
CUADRO N° 21 FLUJO DE EFECTIVO	176
CUADRO N° 22 TIR Y VAN	¡Error! Marcador no definido.
CUADRO N° 24 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 ENCUESTA A HÚESPEDES.....	137
ANEXO N° 2 ENTREVISTA A PERSONAL	139
ANEXO N° 3 ENTREVISTA A AUTORIDADES LOCALES.....	141
ANEXO N° 4 FICHA DE OBSERVACIÓN	142
ANEXO N° 5 VALORACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A HÚESPEDES.....	145
ANEXO N° 6 COMPETENCIA DIRECTA	152
ANEXO N° 7 ANÁLISIS F.O.D.A.....	153
ANEXO N° 8 MATRIZ ESTRATÉGICA FODA	154
ANEXO N° 9 ESTRUCTURA FÍSICA.....	155
ANEXO N° 10 PLANTA BAJA Y PARQUEADERO	155
ANEXO N° 11 PRIMER PISO DEP. ADMINISTRATIVO Y HABITACIONES .	156
ANEXO N° 12 SEGUNDO PISO HABITACIONES.....	156
ANEXO N° 13 PROCESO DE OPERACIÓN EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIO.....	157
ANEXO N° 14 ANÁLISIS FINANCIERO	158
ANEXO N° 15 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	178
ANEXO N° 16 REDES SOCIALES	181

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen empresas y microempresas que logran tener éxito en el mercado, dependiendo de la gestión empresarial que desempeñan en el establecimiento, utilizando estrategias internas como externas, adaptándose a las tendencias actuales del mundo moderno, con la finalidad de cumplir con las expectativas de los clientes frecuente y clientes potenciales.

El presente trabajo contribuirá a mejorar la gestión empresarial del establecimiento, y su desarrollo económico, viendo que en ella se ofrece una oportunidad en el mercado para seguir creciendo, tomando en cuenta la metodología que se va a utilizar y que al mismo tiempo va a ser útil para conocer la factibilidad de la implementación del proyecto.

Dentro de la hipótesis se analizan las dos variables: variable independiente que es el plan de negocio y la dependiente que es la gestión empresarial, las cuales van a ser implementadas a beneficio de la hospedería “Estrella de Mar”.

Además se analizará el marco legal, donde las leyes contribuyen con el desarrollo de la empresa, las cuales permiten establecer normas que se tendrán en cuenta a la hora de plantear la propuesta, entre ellas están la constitución, el plan de desarrollo, el plan del buen vivir y la ley de turismo.

Entre las estrategias metodológicas que van a ser utilizadas dentro de la propuesta está el diseño de la investigación, la cual se desarrolló considerando la investigación cualitativa y cuantitativa, direccionada a autoridades, empleados y huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar”.

Este estudio pretende que la hospedería se convierta en uno de los principales establecimientos de alojamiento, mejorando la gestión empresarial a base de un plan de negocio.

El proceso de desarrollo del proyecto consta de tres capítulos que reflejan detalladamente la investigación que va a permitir determinar y concluir los aspectos más relevantes que se deben considerar en el plan de negocio.

PRIMER CAPÍTULO: Se encuentra el marco referencial, el cual permite conocer la situación actual del establecimiento de estudio; el marco teórico que consta de los fundamentos teóricos del plan de negocio, partiendo de los antecedentes, la importancia y los elementos, los cuales van a permitir sustentar el análisis de la investigación de una de las primeras variables, por otro lado la conceptualización de la gestión empresarial y sus elementos ayudarán al fortalecimiento organizacional del establecimiento; por último el marco legal proporciona información sobre las leyes que van a aportar a la propuesta.

SEGUNDO CAPÍTULO: Consta de los fundamentos teóricos de la metodología de la investigación, elementos necesarios para la elaboración y proceso de la información recolectada, mediante la documentación e investigación de campo los cuales van a permitir deducir la aceptación de la propuesta y parámetros necesarios para la elaboración del tercer capítulo. Además se calcula la muestra que aporta a la recopilación de información fundamental para la elaboración del plan de negocio y para finalizar se procede a realizar un análisis e interpretación de resultados.

TERCER CAPÍTULO: Corresponde a la elaboración de la propuesta que da solución a la problemática inicial para la cual se está proponiendo el diseño de un plan de negocio que mejorará la gestión empresarial del establecimiento y que es fundamentada por los resultados de la investigación mencionados en los capítulos anteriores. En la propuesta se detallan los objetivos, filosofía empresarial, el estudio administrativo, estrategias corporativas, estudio técnico y el estudio financiero que demuestre la rentabilidad de la propuesta.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DE LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA ESTRELLA DE MAR

1.1 MARCO REFERENCIAL / MARCO SITUACIONAL

La hospedería comunitaria “Estrella de Mar” está ubicada en la comunidad de Libertador Bolívar, perteneciente a la parroquia Manglaralto, en el cantón Santa Elena, nace de una humilde familia en busca del progreso para generar ingresos y poder subsistir, dando inicio a sus actividades en el año 2000, donde comenzaron con la venta de almuerzos dentro de su casa y contaban con dos mesas, tratando de cubrir la necesidad de atender a sus clientes o vecinos que fueron los primeros consumidores.

Sin embargo por la llegada de turistas que no tenían donde hospedarse deciden arreglar un cuarto para así de esta manera poder alquilar y tener un ingreso adicional, y más aun con la ayuda de instituciones financieras que daban la oportunidad de que se desarrollen nuevas microempresas dando créditos financieros para mejorar su negocio e inclusive dando posibilidades de pago.

Con el pasar del tiempo la comunidad de Libertador Bolívar comenzó a darse a conocer como un lugar turístico, donde se podía desarrollar un sinnúmero de actividades capaces de llamar la atención a los turistas, por tal razón acudieron a instituciones financieras para obtener crédito con el objetivo de que estos negocios puedan incrementar los espacios físicos para atender a los clientes, gracias a esto los establecimientos comenzaron a crecer de una manera acelerada mejorando notablemente sus instalaciones.

Actualmente la hospedería posee cuatro habitaciones, dos matrimoniales y dos triples, cabañas con una vista panorámica frente al mar, con una capacidad para diez personas diarias, dentro de la gastronomía se expenden platos típicos de la

costa, con una atención personalizada de su propietario, esposa e hijos, que son el pilar fundamental del negocio.

Sin embargo, todo esto se inició de manera empírica lo que implica la necesidad de mejorar y fortalecer el negocio con una asesoría técnica y administrativa que les ayude a estar al frente de una empresa, para poder administrarla de una manera eficiente y eficaz, pudiendo ser rentable, enfocada a un desarrollo de turismo sostenible y sustentable, y de esta manera pueda ser aprovechada para las futuras generaciones.

Dentro del negocio en la prestación de servicios se constituye realizar un análisis estructural operativo dentro de la administración del establecimiento y la capacidad técnica en la prestación del servicio ya que estos indicadores contribuyen a la gestión empresarial que esta podría lograr, direccionándose a través de un plan de negocio, estrategias adecuadas, factibles y pertinentes al mejoramiento del establecimiento.

1.2 MARCO TEÓRICO

1.2.1 Antecedentes del plan de negocio

La hospedería Mar y Tierra se encuentra ubicado en la zona de Bahía de Bandera, en Punta Mita Nayarit a 20 minutos de la ciudad de Puerto Vallarta Jalisco, se creó con la única finalidad de brindar servicio de alojamientos familiares solo fines de semana, esto era algo pequeño que con el pasar del tiempo se incrementó a 2 hectáreas y media. Como empresa tiene la misión de brindar una experiencia vacacional única que haga que los clientes disfruten el contacto con la naturaleza a través de las diversas actividades que se puedan realizar.

Con el pasar del tiempo nace la necesidad de implementar un plan de negocio para ser más competitivo en el mercado y generar ingresos en sus ventas, buscando estrategias de mercado y por ende confort para sus huéspedes.

Se realizó un estudio de mercado, ya que existen establecimientos sustitutos en su entorno como casas propias, casas familiares, casa de campaña y bungalós.

Se identificaron las oportunidades y amenazas que tenía el establecimiento, de la misma manera las fortalezas y debilidades, las cuales ayudaron a establecer estrategias de crecimiento buscando ser pioneros en el mercado competitivo, implementaron paquetes familiares incluyendo actividades que se pueden realizar una vez instalados en la hospedería, seguido de un precio accesible para que el cliente sepa cuál es la promoción y beneficios.

Otro de los puntos importantes dentro del plan de negocio es la mercadotecnia que estableció los medios importantes para la publicidad y ciertos medios utilizados en puntos estratégicos sabiendo el origen de sus visitantes; así también el internet que es uno de los recursos que hoy en día es muy importante para que se lleve a cabo una publicidad del establecimiento.

1.2.2 Plan de negocio

El plan de negocio para Alex De Noble “Es un documento que describe la naturaleza de los productos o servicios, mercado meta, el entorno competitivo estrategias de entrada y de operación del negocio y consideraciones financieras, el concepto del negocio que se estudia representa una oportunidad viable, en cuanto al mercado externo y de las capacidades únicas de la empresa”. (De Noble, 1998:3)

De acuerdo al autor José Eduardo Ochoa Luna, un plan de negocio es considerado “una herramienta esencial que permite desarrollar ideas con análisis profundo y detallado y que a su vez sea escrito de una manera clara y precisa para que se pueda dar a conocer el verdadero negocio que se va a emprender o que ya está en marcha y que darán como terminación un plan.” (Ochoa, 2014:29)

El plan de negocio es un documento que expresa la naturaleza del negocio que involucra el producto o servicio que va a estar expuesto a llegar al mercado meta, entorno competitivo, estrategias de entrada y consideraciones financieras. Además de esto estudia las oportunidades viables que se dan en el mercado y las capacidades o fortalezas que posee la empresa en el momento de brindar sus servicios al cliente.

Según Antonio Borello en su libro sobre Plan de Negocio determina que el este “Es un documento que posee un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se detallan las acciones futuras que se ejecutarán, sea este el dueño o los colaboradores de la empresa, utilizando recursos de la empresa para cumplir los objetivos y metas estableciendo mecanismos para que se dé cumplimiento”. (Borello, 1994:62).

Mientras que María del Mar Cabrerizo Dumont menciona que “El plan de negocio es un documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a práctica”. (Cabrerizo, 2009:6).

El plan de negocio es aquel documento donde se detalla la actividad que proyecta o que va a emprender la empresa para de esta manera satisfacer la necesidad del cliente, el mercado que va a dirigirse, estrategias en el mercado, competencias con que se va a encontrar, los objetivos y medios para lograr sus fines, recursos financieros que van a necesitarse en los primeros años y las fuentes para cubrirlo, las instalaciones, equipo y personal que se necesitarán.

Según Mogens Thomsen “El plan de negocio es una descripción del negocio en el que se va a iniciar mediante una planificación de cómo va a operar y desarrollarse la empresa nueva, recogiendo elementos esenciales para la formación comercial y experiencia de vida que estos a su vez van a contribuir y facilitar el marco para la

toma de decisiones y fuentes de financiamiento, estableciendo la visión de hacia dónde quieren llegar”. (Thomsen, 2009:7)

El plan de negocio para la hospedería comunitaria “Estrella de Mar” se da como una herramienta valiosa que va a permitir desarrollar el crecimiento de la empresa, ya que en ella se establecen proyecciones financieras y previsiones futuras sobre la gestión empresarial, además durante su preparación, evalúa la factibilidad de la idea en la implantación del establecimiento, la búsqueda de alternativas y determinar las diferentes estrategias que se llevan a cabo para lograr la productividad del establecimiento, mejorando la imagen de la localidad y sus atractivos como tal.

Con esta herramienta de estudio que se lleva a cabo no solo se establecen las líneas de acción para el mejoramiento del negocio, facilidades e infraestructura necesaria para garantizar la estadía de sus visitantes, sino que se identifican las fuentes potenciales de financiamiento, así como las estrategias a ser adoptadas para la consecución de los recursos.

1.2.3 Importancia y propósito del plan de negocio

En la administración estadounidense de pequeñas empresa Alex De Noble expresa la importancia del plan de negocio: en el plan administrativo se debe estructurar los puntos importantes que van a hacer que la empresa se desarrolle de una mejor manera utilizando los recursos materiales y talento humano de una forma eficaz, mientras que el financiero de una compañía nueva sirve para la operación exitosa de una alianza empresarial. (De Noble, 1998).

Además es esencial el plan de negocio ya que en él se detalla de manera clara y específica como va a funcionar el negocio que se va a emprender o que ya está en marcha y sobre todo como se va a financiar, sea esta de una entidad pública o

privada y por último quien va a dirigir y hacer la publicidad para que el negocio tenga éxito en el mercado.

El plan de negocio ha cobrado gran importancia ya que es una herramienta esencial en el momento de emprender un negocio, teniendo un objetivo claro y un propósito que es lo que se desea hacer y hacia dónde quiere llegar en el mercado, identificando cuales son los problemas y dificultades que se pueden presentar al ofertar el producto, incluso al planificar los recursos con los que cuenta, y sobre todo permite evaluar las oportunidades de negocio que se puedan dar dentro del mercado competitivo, ofreciendo un valor agregado, haciendo que este lugar sea único e inigualable.

También tiene como objetivo ser la carta de presentación de los emprendedores y el proyecto ante bancos o inversionistas interesados en colaborar con el estado financiero. Se considera importante el financiamiento, si es posible invertir o no en dicho negocio e incluso atraer a socios inversionistas que sean capaces de sacar adelante la empresa y que se conviertan en socios potenciales para que así de esta manera se pueda desarrollar el plan de negocio.

1.2.4 Elementos de estudio del plan de negocio

Los elementos del plan de negocio están basados en cuatro pilares fundamentales que contribuirán con el desarrollo de estudio, que son:

GRÁFICO N° 1 ELEMENTOS DEL PLAN DE NEGOCIO



Fuente: Alex De Noble (1998)

Elaborado Por: Marjorie Pozo Láinez

1.2.4.1 Naturaleza del negocio

De acuerdo a Alex De Noble la naturaleza del negocio “Es la parte esencial que da personalidad al negocio en la que busca elegir un nombre adecuado para el negocio e incluso justificando el porqué de llevar a cabo dicha actividad a ofertar y fundamentalmente el producto a fabricar y/o servicio a prestar”. (De Noble, 1998; 20).

La naturaleza del negocio representa la razón de la creación de la empresa como tal y tiene como objetivo fundamental presentar los servicios necesarios para satisfacer de esta manera las necesidades existentes en el mercado, estableciendo las pautas esenciales para el desarrollo de una actividad, creando políticas y reglas para un correcto desempeño.

1.2.4.1.1 Producto

Para Karen Weinberger el producto es el: “Bien que posee un conjunto de atributos tangibles, aquellos que pueden tocarse o medirse, como por ejemplo el empaque, color, precio, calidad y marca, y estas características a su vez van a satisfacer las necesidades de sus consumidores cumpliendo con el objetivo en el mercado y frente a la competencia”.(Weinberger, 2009:144).

En el portal web de promonegocio.net se describe que un producto es una de las herramientas más importantes de la mercadotecnia, uno de los puntos relevantes de las “4 p” que representan el ofrecimiento de la empresa u organización a su público objetivo, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y deseos, logrando de esta manera los objetivos que se plantearon a un inicio de la creación. (Thompson, 2006).

El producto es aquel bien que involucra la materia prima que va a ser transformada para poder ser vendida a los clientes, siendo un bien tangible que puede tocar, satisfaciendo la necesidad de la demanda a cambio de un precio, el producto tiene características esenciales y llamativas haciéndolo único, la marca, color, precio y calidad.

1.2.4.1.2 Servicio

En el libro de Plan de Negocio Herramienta para Evaluar la Viabilidad de un Negocio se describe que los servicios “son aquellos que poseen atributos intangibles, aquellos que no se pueden tocar como por ejemplo el prestigio de la marca o las percepciones y sensaciones que se obtiene a partir de la observación o el disfrute del servicio que satisface las necesidades de un segmento de los consumidores”. (Weinberger, 2009:144).

De acuerdo al libro Diseño del Servicio se menciona que el servicio “es el corazón operativo que constituye toda empresa ya que es aquí donde se comienza a estructurar la forma de expresar la idea que plantea la organización en el momento de estar al frente con el cliente, y que el prestador de servicio esté preparado para resolver cualquier tipo de problemas que se pueda presentar”. (Bravo, 1998:71).

A diferencia del producto el servicio es un bien intangible, el cual no se puede ver ni tocar, por lo general se dan en los establecimientos que tienen contacto con el cliente mostrando cordialidad a sus visitantes, estando aquel prestador de servicio preparado para resolver cualquier situación que se le presente satisfaciendo la necesidad y requerimiento del cliente.

1.2.4.2 Mercado

Según Richard Hamermesh el mercado: “Está formado por todos los demandantes y oferentes (personas individuales, instituciones), que comparten una necesidad o un deseo específico de algo que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo de adquirirlo”. (Hamermesh, 2006: 23).

Mientras que para Karen Weinberger el mercado es “El conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad de adquirir un bien o servicio a cambio de dinero para satisfacerla y voluntad para hacerlos (demanda), y vendedores que ofrecen productos o servicios que pueden satisfacer dichas necesidades (oferta)”. (Weinberger, 2009)

En el plan de la mercadotecnia es importante describir cuáles serán las estrategias que se van a emplear de forma que estas vayan a incrementar las ventas del negocio en el momento de dar a conocer sus productos o servicios al mercado. Por eso es imprescindible conocer quiénes son, en donde están, cuáles son sus

gustos y preferencias, la demanda potencial, barrera de entrada y salida, y datos relacionados a la competencia.

Para que un negocio se ponga en marcha en el mercado debe cumplir con dos requisitos fundamentales:

1. Que se brinde a los deseos de los consumidores
2. Que se obtenga utilidades en al empresa

1.2.4.2.1 Oferta

La autora Karen Weinberger Villarán define la oferta como: “La cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, se pueda adquirir el producto. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total.” (Weinberger, 2009:35)

De acuerdo a Belén Gómez la oferta se la define “como el conjunto de productos y servicios que se encuentran a disposición del cliente en la que este lo va a adquirir satisfaciendo su necesidad y estos a su vez van a ser consumidos y van a disfrutar de ellos a cambio de un dinero que va a ser el ingreso para la empresa”. (Gómez, 2002:45)

La oferta es la suma de los recursos estratégicos, los servicios y equipamiento que ofrece el establecimiento, estos a su vez se convierten en un producto seguido de un precio, siendo un punto importante para que el producto tenga acogida incluyendo una imagen que sea única diferenciando al producto de los demás, esto hará que tenga éxito la empresa en el mercado.

1.2.4.2.2 Demanda

De acuerdo al texto de plan de negocio, la demanda es: “la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores”. (Weinberger, 2009: 140)

La demanda es aquella respuesta de los productos que son ofertados en el mercado y van a depender de muchas situaciones o factores, mismos que van a ser estudiados por el consumidor en el momento de adquirirlo, y satisfacer sus necesidades. La demanda va a requerir de muchos factores importantes, que van a hacer que el producto adquirido logre posicionarse en el mercado atrayendo demandantes y este a su vez tenga éxito para la empresa.

1.2.4.3 Entorno competitivo

De acuerdo al texto de Fundamentos de Dirección de Empresas el entorno competitivo, son todos aquellos factores externos de una empresa, en la que puede incidir sobre los resultados del desempeño de las actividades que realiza la entidad, se debe tener en cuenta siempre el análisis de las acciones ya que esto le hará tomar decisiones en cuanto a la competencia, y se tomarán factores estratégicos que van a depender contra quien compite la empresa. (Iborra, 2014:100)

En cuanto al entorno competitivo se descubren y evalúan las oportunidades que se presentan con los recursos que posee la empresa teniendo en cuenta el tamaño y la rentabilidad que ellos van a generar. Es también conocido como la estructura del

mercado, sistema dinámico con el que la empresa compite, aprovechando sus fortalezas y oportunidades para posicionarse en el mercado.

1.2.4.3.1 Estrategias

Según Rogelio Tobón las estrategias “son los métodos que se van a utilizar en la empresa y van ser las que ayuden a ser únicos frente a la competencia en ofertar sus productos o servicios y tienen como objetivo fundamental plantear y sistematizar reglas que van a permitir mejorar y lograr los objetivos abriendo camino para lograr a una empresa posicionarse en el mercado”. (Franco, 2004:4)

Las estrategias en el plan de negocio son muy importantes ya que de esta manera la empresa da a conocer sus productos o servicios en el mercado utilizando diferentes medios que conllevan a ser promocionados captando la demanda y esto a su vez ayuda a que se incrementen las ventas y el ingreso del negocio mejorando la economía del sector.

1.2.4.3.2 Competencias

Una competencia es la integración inter funcional y la coordinación de capacidades. La competencia es una situación en la que se tiene plena libertad de ofrecer productos o servicios al mercado, y el cliente está en toda la potestad de elegir a quien comprar y adquirir los bienes y servicios disponibles en la misma, las opciones de compra por lo general se verán reflejadas en el precio ganado y su nicho de mercado utilizando estrategias de marketing.

Las competencias son las capacidades que tienen los individuos para ejercer una circunstancia subjetiva bajo ciertas características. Existen algunas definiciones de competencia que la catalogan como la capacidad de toma de decisiones de acuerdo a su jerarquía y actividades realizadas. (Santamaría, 2008:11)

La competencia es irrenunciable y se ejercerá precisamente por los órganos administrativos que la tengan atribuida como propia, salvo los casos de delegación, sustitución y avocación previstos en la Ley.

1.2.4.4 Finanzas

En el plan de negocio de la MYPE competitiva se menciona que las finanzas “Son el conjunto de recursos monetarios requeridos para llevar a cabo una actividad económica en la que dichos recursos pueden provenir de las utilidades generadas por la empresa, el aporte de los accionistas, el aporte de inversionistas, donaciones o préstamos del sistema financiero”. (Weinberger, 2009: 141)

Mientras que para Arturo Díaz Alonso describe a las finanzas como “Aquellas que se relacionan con las obligaciones del gerente de finanzas en una empresa, sabiendo que ellos mismos administran de manera activa los asuntos financieros de empresas públicas o privadas de pequeñas y grandes, lucrativas y no lucrativas”. (Díaz, 2005: 20)

Son aquellos recursos monetarios que influyen en el desarrollo de la empresa, con los cuales se va a financiar y llevarse a cabo el desarrollo del negocio, se pueden realizar préstamos a instituciones financieras, claro está que estos préstamos tienen un interés adicional que se tiene que cancelar por aquel dinero.

1.2.4.4.1 Rentabilidad

Según Gitman Lawrence la rentabilidad: “Es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa en cuanto a las ventas, los activos o el capital, los cuales permiten evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas de la inversión de los dueños de la empresa”. (Lawrence, 2000)

La rentabilidad del plan de negocio deberá ser siempre superior a la rentabilidad que dan las entidades bancarias en cuanto a los certificados y el plazo fijo, en si la

rentabilidad estará expresando la tasa que se espera tener en cuanto a lo que ha invertido en este caso el empresario. Además analiza el riesgo que corre el dinero que se invierte dado a la naturaleza de la empresa e incluso de la competencia.

1.2.5 Gestión empresarial

La gestión empresarial de acuerdo a Antonio Cesar Amarú “Es el proceso de tomar decisiones sobre el manejo de los recursos que posee la empresa y sobre todo los objetivos, además comprende los cuatro principios fundamentales de toda administración empresarial que son: planeación, organización, dirección y control”. (Amarú: 2008:6)

La gestión empresarial en el texto de Administración Contemporánea 6 edición indica que para alcanzar la eficiencia y eficacia cumpliendo los objetivos y metas de la organización se tiene en cuenta los cuatro fundamentos que ayudan a que se establezca una estructura organizada y en ella interviene; la planeación, organización, dirección y control”. (George, 2008:5)

La gestión empresarial es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar la empresa, lo que traduce a una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas mediano y largo plazo. La gestión funciona a través de personas y equipos de trabajo para lograr resultados, definiendo claramente objetivos, preparación del personal que trabaje con eficiencia e identificar y corregir impactos de cambios sociales.

1.2.5.1 Planeación

En el texto de Comportamiento Organizacional décima quinta edición se menciona que la planeación “es aquel proceso en el que se define con claridad cuáles van a ser las metas y estrategias que se van a llevar a cabo para realizar actividades dentro de la empresa de una forma organizada y estructurada en cada uno de los departamentos de la empresa”. (Judge T, 2013: 7)

Mientras que para Hernández y Rodríguez la planeación “es la proyección de la acción que define objetivos para periodos específicos con bases en metas cuantitativas que pueden realizar cálculos económicos-financieros de la empresa”. (Rodríguez, 2011: 52)

La planeación es el proceso en el cual se plantean metas y estrategias organizacionales para elaborar planes de acción y coordinar actividades que se vayan a desarrollar dentro de la empresa. El resultado de una planificación es una estrategia que encierra las decisiones que van en busca de alcanzar la meta y las actividades que se van a emprender sobre todo aprovechando los recursos.

1.2.5.1.1 Misión

De acuerdo a Hernández y Rodríguez la misión “Es el propósito o razón fundamental de la empresa en la que busca crear en los clientes una intención, la misma que va en busca de satisfacer la necesidad del cliente por medio de sus productos o servicios” (Rodríguez, 2011:436)

Según Hellriegel, Jackson & Slocum la misión “Es el conjunto de actividades planificadas que conllevan a cumplir con los objetivos que realiza la organización para satisfacer las necesidades de sus clientes sea cual sea el producto o servicio que ellos desean ofertar” (Slocum, 2010:216)

Entonces se puede decir que la misión es la razón de ser de la empresa buscando que sus clientes se sientan satisfechos con el servicio o producto que se brinde, se convierte en un compromiso personal por todas las personas de la organización en bienestar del cliente para que ellos se sientan a gusto y deseen regresar.

1.2.5.1.2 Visión

La visión según Francisco Zamorano Casal “Es un proceso de ver hacia adelante un análisis en el interior de la empresa, en relación a sus clientes, frente a su competencia y tener claro que es lo que quiere hacer en el presente, lo que busca ser en el mercado y hacia donde desea llegar cumpliendo sus objetivos”. (Zamorano, 2009: 105)

La visión se realiza de una manera interna de la empresa para distinguir lo que es hoy como tal, que desea ser y hacia dónde quiere llegar o alcanzar en un futuro, divisando las influencias del ambiente externo para facilitar la decisión futura de inversión. Por lo general la visión responde al sueño del empresario en un periodo mayor a tres años.

1.2.5.1.3 Objetivos

En el texto de la Administración Décima Edición se describe a los objetivos como: “Los resultados o propósitos deseados por la organización, estos a su vez guían las decisiones de la administración y forman los criterios sobre los cuales miden los resultados de la empresa siendo por lo general conocidos como la base de la planeación”. (Stephen, 2010: 146)

Antonio César Amarú menciona que los objetivos: “Son los resultados deseados, que orienta el intelecto y la acción de la empresa. Los fines, propósitos, intenciones o estados futuros que las personas y organizaciones pretenden alcanzar mediante la aplicación de esfuerzos y recursos implementadas en la planeación”. (Amarú, 2009: 52)

Los objetivos son fines que se pretenden alcanzar mediante actividades que se realizan en el principio de la planeación, los objetivos deben estar conectados con las metas de la organización que sirven como guía en el momento de darse la

ejecución del negocio y toma de decisiones con la finalidad de cumplir con los objetivos.

Además justifica las actividades que se realizarán dentro de la empresa, evalúa el desempeño del personal en forma individual o colectiva para medir la productividad empresarial, y con esto determinar cómo los individuos pueden contribuir al alcance de la filosofía empresarial y objetivos.

1.2.5.2. Organización

En el texto del Desarrollo Organizacional de Mario Pinto se indica que la organización: “Es el proceso de diseñar estructuras de trabajo de una empresa, por medio de la jerarquización de autoridades y para que pueda funcionar de forma adecuada en cada uno de los departamentos estableciendo responsabilidades en las áreas de trabajo” (Pinto, 2012: 11)

Mientras que Waldo Bustamante manifiesta que: “La organización determina las funciones necesarias para lograr los objetivos, estableciendo la autoridad y asignando responsabilidad a las personas que tendrán a su cargo estas funciones y las relaciones entre cada una de ellas utilizando jerarquías para que se pueda desarrollar de mejor manera” (Bustamante, 2001: 111)

En resumen se puede decir que en la organización se asignan tareas, recursos y responsabilidades a los empleados, en las que se establece una estructura de relaciones para que los mismos puedan interactuar entre si y de la misma manera puedan alcanzar los objetivos y metas que se han propuesto dentro de la empresa obteniendo la rentabilidad y el progreso de la comunidad.

1.2.5.2.1 Estructura organizacional

La estructura organizacional según Alfredo Paredes y Asociados “Es un instrumento que ayuda a definir con claridad las funciones de las diferentes unidades administrativas departamentales de una organización. Apoyando al cumplimiento del Plan Estratégico y facilita la coordinación institucional” (Paredes, 2014: 3)

Mientras que Jackson & Slocum en el libro de Administración especifican que: “Es la representación formal de las relaciones laborales que define las tareas por puesto y unidades, señala cómo deben coordinar las relaciones entre funciones, departamentos, divisiones y hasta puestos individuales de una organización” (Jackson, 2010: 271)

En la estructura organizacional se define con claridad cuáles son las jerarquías que deben existir dentro de una organización y cuáles serán las responsabilidades que van a tener dentro de la empresa enfocándose en la calidad, mantenimiento y la mejora del desempeño de los empleados cumpliendo de esta manera con los objetivos de la empresa en cuanto al servicio y producto que se oferta en el mercado.

1.2.5.2.2 Talento humano

En el texto de la Gestión de Talento Humano, Idalberto Chiavenato menciona que el talento humano “es aquel recurso invaluable que conduce a la organización para alcanzar el éxito y la competitividad, siendo aquel recurso que conlleva los conocimientos, habilidades y competencias que van a ayudar a fortalecer y crecer como persona y a la empresa”. (Chiavenato, 2009: 53)

Mientras que en el texto Fundamentos de Administración, Amarú dice que el talento humano tiene como objetivo encontrar, atraer y mantener a los individuos

de la organización, esto a su vez implica las actividades que deben realizar antes y después de la contratación del empleado, estos a su vez deben ser capacitados y evaluados por sus superiores. (Amarú, 2009: 121)

El talento humano es uno de los recursos más importantes para el funcionamiento de la empresa, tanto que si el talento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo la organización marchará de la mejor manera, el talento humano ayuda a que la empresa alcance sus objetivos, proporcionando competitividad y además permite desarrollar y mantener la calidad de vida en el trabajo.

1.2.5.3 Dirección

De acuerdo a Amarú la dirección de las actividades “es el proceso de la planeación y organización que consiste en realizar actividades mediante la aplicación de la energía física, intelectual e interpersonal para ofrecer productos, servicios e ideas, en la dirección se elaboran planes y actividades previstas, se organizan en grupo, realizan tareas operativas”. (Amarú, 2009:56)

Mientras que en el libro de la Administración de pequeñas empresas se menciona que la dirección “es la capacidad de guiar y motivar a los trabajadores para conseguir los objetivos de la empresa por lo que el gerente o administrador debe estar al tanto del trabajo y relaciones humanas de la entidad”. (Anzola, 2010: 110)

La dirección es aquella etapa que va a orientar, guiar y motivar las actividades y desarrollo de los individuos en la organización con la única finalidad de ayudar a cumplir con las metas; en la dirección se establece la comunicación entre jefes y trabajadores y la motivación que ayuda a movilizar a los empleados en sus acciones sumando a la organización.

1.2.5.3.1 Liderazgo

Según manifiesta Mario Pinto Cristiani el liderazgo se define como la “influencia interpersonal dirigida a través de la comunicación y al hablar de organización y personas es indispensable mencionar a los líderes de las empresas, que son aquellos que logran que las organizaciones se orienten hacia el éxito y sus seguidores estén dispuestos a seguir sus pasos”. (Pinto, 2012: 11)

El autor Anzola indica que el liderazgo “es la capacidad de persuadir a sus subordinados buscando dar una motivación, encauzando a los integrantes de la organización para que se puedan cumplir con los objetivos que se hayan fijado en un inicio, siendo la necesidad de hacerlo por el bien común, más no que se realice trabajos por realizar”. (Anzola, 2010: 110)

El liderazgo es la función que ocupa una persona en el desarrollo de actividades, se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas sobre el equipo de trabajo, capaz de cumplir objetivos y metas, implica a las personas a quien dirige (el líder) y aquellos que lo apoyen (los subordinados) y permiten que desarrolle su posición de forma eficiente.

1.2.5.3.2 Motivación

El autor León Schiffman & Leslie Lazar Kanuk aluden que la motivación “es aquel impulso que se establece dentro de una organización, hacia una meta seleccionada que genera grandes esfuerzos y acción para que los resultados se puedan dar dentro de una empresa. (Schiffman”, 2010: 88)

Mientras que para Robbins Stephen & Coulter Mary la motivación se refiere directamente “al proceso, mediante el cual los esfuerzos de las personas que trabajan en la organización, se ven energizados, dirigidos y sostenidos a cumplir con objetivo y metas que se les ha planteado”. (Stephen, 2010: 34)

Entonces se puede decir que la motivación muchas veces va dirigida por un líder quien los impulsa a realizar ciertas acciones estimulando de esta manera a esforzarse con el único propósito de mantener firme su conducta que conlleva a cumplir las metas y objetivos que se han planteado dentro de la empresa.

1.2.5.4 Control

Antonio César Amarú señala que el control “es el proceso de producir información, el cual va a ayudar en la toma de decisiones con la única finalidad de mantener un sistema de dirección de un objetivo, además es la base de información continua de las actividades que se realizan en cuanto al objetivo, el riesgo y oportunidades que se presente”. (Amarú, 2009: 336)

Para Jones y George el control “es aquella etapa donde se va a evaluar en qué medida la organización consigue sus metas y emprende las acciones correctivas necesarias para sostener o mejorar el desempeño, el resultado del proceso de control es la capacidad para medir el desempeño con exactitud, regular la eficiencia y eficacia de la organización”. (Jones, 2010: 12)

En la etapa del control se va a vigilar, corregir, medir y evaluar el desempeño de las actividades que se llevan a cabo ya sean estas en forma individual o grupal, con el control se busca que no existan distorsiones ni desviaciones de cambios, adoptando medidas en base a las metas y objetivos institucionales que desean alcanzar.

1.2.5.4.1 Evaluación de desempeño

En el libro del Comportamiento organizacional se indica que la evaluación del desempeño “ayuda a la dirección a tomar decisiones en cuanto a los recursos humanos sobre las jerarquías que se pueden dar, transferencias y despidos,

permitiendo de esta manera identificar las habilidades y competencias de los trabajadores, la necesidad de capacitación, valiéndolo de base para aumentar su salario por los méritos logrados”. (Judge, 2013: 555)

Mientras que Idalberto Chiavenato considera a la evaluación de desempeño como “un proceso, el cual va a servir para juzgar o estimular el valor, la excelencia y las competencias de los trabajadores de la empresa y sobre todo cual es la aportación que realiza en la organización, se evalúan los méritos, la eficiencia en forma individual o grupal”. (Chiavenato, 2009: 245)

La evaluación del desempeño de los trabajadores es la capacidad de controlar con exactitud cuál es la eficiencia y eficacia del recurso humano dentro de la organización, permitiendo determinar cuál es el grado de conocimiento sobre las funciones que se le asignan en la institución que luego van a ser evaluados para realizar los cambios necesarios.

1.2.5.4.2 Retroalimentación sobre el desempeño

De acuerdo a lo expresado por Robbins & Judge la retroalimentación para muchos directivos son acciones “tan desagradables como para dar a los trabajadores retroalimentación sobre su desempeño. De hecho, a menos que se vean presionados por las políticas y los controles de la organización, los gerentes tienden a ignorar esta responsabilidad” (Robbins, 2013:562)

Según expresa Slocum “es un mecanismo que tiene por objeto reducir o eliminar los comportamientos del talento humano o los resultados no deseados y con ello, sirven para que la situación regrese a la observancia de los reglamentos y las normas de la organización para así de esta manera poder fortalecer el desempeño empresarial.” (Slocum, 2009:323)

En cada proceso de control es necesario establecer medidas correctivas a través de la retroalimentación del desempeño, con el propósito de lograr en el talento humano un mejoramiento continuo dentro de la empresa, impulsando al desarrollo

de la organización en todos los departamentos y crecimiento profesional, logrando los objetivos y metas organizacionales.

1.3 ALOJAMIENTO

De acuerdo al reglamento general de las actividades turísticas del Ecuador se establece en el capítulo I que las empresas de alojamientos, son los establecimientos dedicados de forma habitual a la prestación de servicios, mediante precio y que estos a su vez pueden incluir servicios adicionales o complementarios según convenga la estrategia de venta.

Mientras que el registro oficial órgano del gobierno del Ecuador señala que el alojamiento es una de las actividades turísticas que se puede desarrollar por personas naturales o jurídicas, dando una prestación remunerada del servicio de hospedaje, a huéspedes nacionales y extranjeros. Además se debe obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento que se realiza a través de la Autoridad Nacional de Turismo o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

En la actualidad la actividad turística ha cobrado mucha importancia y por ende existe más afluencia de turistas que necesitan el servicio de alojamiento para de esta manera disfrutar de su estadía en el lugar de visita. El Ministerio de Turismo será quien autorizará la apertura del funcionamiento y clausura de los establecimientos que brinden el servicio de alojamiento.

1.3.1 Categorías

Las categorías de los establecimientos hoteleros mediante el Ministerio de Turismo, se establece por categorías describiendo a cada una de ellas por medio de estrellas: cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, cada una de ellas corresponde a los servicios que brindan los establecimientos hoteleros, lo que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicio que prestan estos establecimientos

turísticos. Además cada una de ellas se tendrá que regir en cuanto a los requisitos establecidos por la ley de turismo.

GRÁFICO N° 2 CATEGORÍAS SEGÚN CLASIFICACIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS



Fuente: Ley del Ministerio de Turismo

Elaborado Por: Marjorie Pozo Láinez

1.3.2 Clasificación

En cuanto a la clasificación de los establecimientos de alojamientos turísticos el Ministerio de Turismo establece nueve tipos de establecimientos que se clasifican en los siguientes:

GRÁFICO N° 3 CLASIFICACIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS



Fuente: Ley del Ministerio de Turismo

Elaborado Por: Marjorie Pozo Láinez

En la clasificación de los establecimientos de alojamiento se detalla a la Casa de Huéspedes, que hace referencia a las hospederías comunitarias que se desarrollan dentro de la comunidad de Libertador Bolívar. Además la ley de turismo establece que es competencia privativa de la Autoridad Nacional de Turismo designar categorías oficiales según la clasificación de los establecimientos con sus requisitos que establece la nueva ley.

Según la clasificación de los establecimientos hoteleros se califican por contar por un número de estrellas, según este sea la capacidad y el cumplimiento de los requisitos que establece la ley de turismo.

1.3.3 Casa de huéspedes

La casa de huéspedes son establecimiento de alojamiento turístico en la que se ofrece en la vivienda del prestador de servicio; según la reglamentación estos establecimientos deben contar con habitaciones privadas con su propio baño; además se puede brindar el servicio de desayuno o cena, la capacidad mínima de

estos lugares serán dos habitaciones y como máximo seis habitaciones, de acuerdo a lo que indica el reglamento actual.

1.3.4 Hospederías comunitarias

El turismo comunitario hoy en día en el Ecuador es una forma de hacer turismo y se asocia en tres aspectos fundamentales:

- ✚ Sensibilidad con el entorno natural y las particularidades culturales.
- ✚ Sostenibilidad integral: Social y Natural.
- ✚ Control real del negocio por parte de las comunidades.

Las dimensiones que establecen en cuanto al medio ambiente y cultura, son características de organización y gestión del desarrollo del turismo. En el siglo XXI el turismo se desarrolla de forma planificada por tal razón se ha convertido en un elemento para desarrollar el turismo comunitario y en este caso un modelo para las hospederías comunitarias.

En las “Hospederías Comunitarias”, se establece un principio de “red de alojamiento” con características diferenciadas de la planta turística, tanto en los aspectos de prestación de servicios e incluso en el precio con la que se ofertan los productos.

Las “redes locales” se articulan con un “sistema regional” mediante vínculos de promoción y comercialización unificada, la cual va a permitir el acceso de segmento de mercado no tradicional y amplio, las opciones que ofertan en otros destinos de la costa. (Mendoza, 2000)

El Programa de Manejo de Recursos Costeros (PMRC), realizó un estudio hace aproximadamente 16 años a lo largo del perfil costero, creando alternativas de pequeños negocios turísticos para mejorar la economía de las familias, esto se

llevó a cabo en Zonas Especiales de Manejo (ZEM), que involucró a San Pedro, Valdivia y Manglaralto pertenecientes en ese entonces a la provincia del Guayas.

Se coordinaron varias acciones con este programa que direccionaba a mejorar la calidad de la atención a clientes de los servidores turísticos basados en los diferentes objetivos:

- ✚ Desarrollar e implementar planes de uso de suelo y playa que regulen el turismo y el desarrollo comercial y de residencia, sin originar daños mayores en el perfil costero.
- ✚ Promover formas de turismo que aumenten los ingresos locales y estimule la demanda de mejoras de calidad ambiental.
- ✚ Mejorar la capacidad local para promover servicios y para beneficiarse económicamente del crecimiento de las visitas turísticas.

El PMRC tuvo como finalidad en estas localidades promover el uso y desarrollo sostenible y sustentable de los recursos costeros mediante métodos participativos y autogestionarios formados por las comunidades y entidades públicas. Este proceso estuvo conformado por 17 comunas del perfil costero desde la comuna de San Pedro a la comuna La Entrada.

La Zona Especial de Manejo estaba conformada por un espacio geográfico que involucraba comunidades que se encontraban en el perfil costanero donde la actividad turística tenía posibilidad de diversificar la oferta de sus servicios y por ende impulsar alternativas de alojamiento y de alimentación dentro de las mismas comunidades locales sin necesitar mayor requerimiento de inversión, de esta manera se fomentaba su economía y protegía los recursos naturales y culturales que tenía cada una de estas poblaciones.

Las hospederías comunitarias fueron creadas con la finalidad de generar ingresos económicos, disminuir la capacidad de carga turística que tenían las playas más concurridas en la zona costera como Olón y Montañita, también buscaba que los turistas se distribuyan por todo el perfil costanero, disfrutando de la playa y de todo lo que posee cada comunidad, claro está que se necesitaba contar con todos los servicios necesarios para la satisfacción del turista o visitante.

Como ejemplo se tiene a la primera Hospedería Comunitaria de la Sra. Gladys Clemente que formó parte del estudio del Programa de Manejo de Residuos Costero (PMRC) y Zona Especial de Manejo (ZEM) logrando de esta manera emprender su negocio con los lineamientos requeridos para ser un tipo de alojamiento como tal.

1.4 MARCO LEGAL

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador (2008)

En la Constitución de la República del Ecuador (CRE, 2008:117) emitida en el 2008, el art. 95 manifiesta que los ciudadanos, en forma individual y colectiva, pueden participar de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, lo cual da la oportunidad para intervenir con proyectos que impulsen el desarrollo económico, social y turístico de la comunidad, de esta manera ejercen los derechos de participación ciudadana.

1.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017

El indicador 7 de Estrategia Territorial Nacional permite articular la política pública nacional con las debidas condiciones y características propias del territorio, además accede a desarrollar diferentes líneas de acción y estrategias para cambiar las condiciones de vida de la población y alcanzar los objetivos del Buen Vivir en todas las partes del país.

El plan nacional del buen vivir define cambios en la matriz productiva con la única finalidad de diversificar la economía poblacional de los diferentes puntos del país, garantizando de esta manera la producción y el consumo interno aprovechando todos los recursos que posee el Ecuador para salir de la dependencia primario-exportadora.

En el resumen de la ZONA 5 la planificación está conformada por cinco provincias entre las que se involucra la provincia de Santa Elena, y por contar con vías de primer orden con excelentes condiciones, serán estos aquellos escenarios los que van a permitir la comercialización y distribución de los productos y servicios que se ofertan dentro de la comunidad y por ende de la provincia.

Entre las líneas de acción que se han proyectado está capacitar y fomentar al talento humano en las actividades que desarrolla en la prestación del servicio turístico, esto ayudará a mejorar la calidad del servicio del talento humano que es aquel que va a estar en contacto con el turista y este merece ser tratado con amabilidad.

1.4.3 Ley de Turismo (LTUR, 2002:1)

En el capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen manifiesta en el capítulo 1 art. 2 que el “El Turismo es una actividad asociada con el traslado de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos, y que buscan distracción y ocio”, el cual fundamenta contextualmente la creación de nuevos negocios y puntos de encuentros turísticos que van en busca del desarrollo del país.

El art. 5 de la ley de turismo ampara que las actividades turísticas pueden ser ejercidas por todas aquellas personas naturales y jurídicas que se dediquen a la prestación de servicios de alojamiento a cambio de una remuneración. Es decir

toda persona está en su derecho de brindar servicios turísticos, sin dejar a un lado los requisitos que deben cumplir para que puedan trabajar con normalidad.

Mientras que el Art. 8 en cuanto a la ejecución de las actividades turísticas señala que deben tener un registro único de turismo, contar con una licencia anual de funcionamiento, documentos que van a acreditar la idoneidad y calidad del servicio que se está ofreciendo y que el mismo se sujeta a las normas técnicas y de calidad vigentes para que el turista se sienta seguro.

1.4.4 Plandetur 2020

La visión del Plandetur 2020 garantiza la gestión sostenible del desarrollo y la operación turística de sus riquezas culturales y naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos que se ofrecen; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada; con acceso a la infraestructura brindando facilidades al turismo.

Uno de los objetivos establecidos consiste en consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población satisfaciendo la necesidad de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos constitutivos del país.

En la base estratégica del turismo en el Ecuador dentro de sus programas establecen proyectos destinados al apoyo de las microempresas turísticas que ofrecen servicio de calidad sostenible y cadenas de valor con el fortalecimiento de la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas hoteleras.

1.5 MARCO METODOLÓGICO DE APROXIMACIÓN A LA PROBLEMÁTICA

La metodología que se aplica dentro del plan de negocio de la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar”, se realiza de una manera cualitativa, siendo uno de los métodos no tradicionales que se orienta a describir el motivo del problema, a entender el problema de la gestión empresarial desde el punto de vista personal, y cuantitativa que mide las características del problema que se está analizando para obtener información necesaria sobre el problema planteado pero sobre todo las estrategias que se utilizan para obtener datos precisos que se puedan interpretar sin ningún problema y de esta manera cumplir los objetivos planteados dentro de la investigación.

En el momento de diseñar cual va a ser la metodología de la investigación, se desglosan las estrategias que serán utilizadas y que sin duda ayudarán a interpretar de una mejor manera la información receptada. La modalidad que se lleva a cabo en este estudio es el de investigación cualitativa y cuantitativa, los cuales van a permitir establecer una visión mucho más amplia sobre el problema de estudio y sobre todo los datos que van a contribuir para poder dar solución al problema. Es por tal razón necesario describir los siguientes métodos:

El método cuantitativo es aquel que se va a fundamentar en la medición de las características del perfil del huésped y el problema de estudio del cual se va a derivar una solución pertinente al problema analizando una serie de estudios que expresan las relaciones entre las variables generalizando y normalizando los resultados.

Este método permitirá obtener información numérica, la cual va a permitir establecer un estudio estadístico capaz de explicar el perfil de los huéspedes del establecimiento, lo cual será utilizado para obtener conclusiones objetivas sobre el

proceso de investigación y de la misma manera permitir la toma de decisiones sobre los causales de los problemas del establecimiento.

Mientras que el método cualitativo es aquel que orienta y profundiza de forma específica, este método no generaliza sino más bien describe el problema, en la que detallarán rasgos que determinan la situación de estudio teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica buscando conceptualizar sobre la realidad situacional del estudio que se lleva a cabo.

Este método permitirá llegar a las respectivas conclusiones sobre el tipo de soportes a implementar dentro del establecimiento de estudio, para lograr de esta manera que el turista y huésped se sienta cómodo durante el tiempo de permanencia en el sitio garantizando así la calidad experiencial de los mismos.

Los tipos de investigación que se aplicaron fueron el de campo, aquel tipo de investigación que ayuda a la recolección de datos basados en la realidad, además sirven para dar una validez científica, van dirigidas a la búsqueda de soluciones prácticas, para que estas a sus vez sean factibles para el desarrollo del establecimiento “Estrella de Mar” de la localidad de Libertador Bolívar, las cuales van a permitir mejorar la gestión empresarial, variable que va a contribuir a impulsar turísticamente el establecimiento.

La investigación de gabinete que se aplica para la búsqueda de información necesaria y así fortalecer los ejes de la empresa, permitirá conocer las tendencias y necesidades insatisfechas de los clientes tomando como base las encuestas y entrevistas, toda esta información documental debe de ser analizada desde varios puntos de vista como lo son el económico, social y cultural.

CAPÍTULO II

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2.1 VALIDACIÓN METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN

La aplicación metodológica que se ha desarrollado dentro de la investigación ha permitido obtener información de vital importancia, muy relevante para el desarrollo de la investigación, las herramientas empleadas han sido diseñadas exclusivamente para la obtención de datos óptimos que justifiquen el estudio. La revisión y la entrevista se efectuaron con la participación de los profesionales Ing. Sabina Villón Perero, Econ. Hugo Álvarez Plúa e Ing. Joel Fortis Suárez, las herramientas de recolección de datos fueron diseñadas de una manera clara, precisa y concisa con la única finalidad de que sean llenadas en el transcurso de 10 minutos para no incomodar a los encuestados.

El aporte de los expertos profesionales fue de mucha importancia en el desarrollo estructural de cada una de las preguntas, lo que se tradujo en:

- ✚ Aumentó el número de preguntas que inicialmente se había presentado para cada una de las herramientas de investigación estableciéndose 15 preguntas para la encuesta de los huéspedes, 12 preguntas para los empleados del establecimiento y 5 preguntas para las autoridades de la localidad.
- ✚ Se incrementó el número de preguntas, ya que debían estar direccionadas a los indicadores de las variables.
- ✚ Se mejoró la redacción de las preguntas, siendo estas más concretas y determinantes para el estudio de investigación.

- ✚ Se determinó cuáles deberían ser las alternativas más idóneas en las preguntas, utilizando la escala de Likert, mejorando de esta forma la recepción de datos importantes que permitan alcanzar los objetivos de la investigación.

Todo este proceso que se aplicó con los profesionales permitió mejorar considerablemente las herramientas de investigación y así empezar el proceso de recolección de datos.

2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA

El método que se utilizó fue el inductivo, se lo aplicó en primera instancia para saber cuál era la problemática, se lo realizó mediante la observación directa del problema y luego se fue detallando de una manera clara para identificar la situación actual de la Hospedería “Estrella de Mar” analizando los hechos reales, que conllevan respectivamente a realizar una investigación.

El método deductivo es aquel que en forma empírica ayudó a determinar el problema del establecimiento que involucra la gestión empresarial de dicho lugar, aquel dato general es aceptado como valedero, claro que antes de llegar a dicho problema se mencionaron diferentes opciones que podrían ser los causantes de que no se llevara a cabo una buena gestión.

2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN UTILIZADAS

La recolección de datos se la realizó con la utilización de herramientas de investigación tales como: ficha de observación, encuesta y entrevistas para conocer el perfil del huésped, edad, lugar de residencia, el género, el motivo y la actividad que realizan al acudir a Libertador Bolívar, el nivel de conocimiento y opinión de los huéspedes del establecimiento, entrevista a los empleados, y

entrevistas a las autoridades de la localidad con el fin de fundamentar el estudio de investigación.

Las encuestas estuvieron estructuradas con preguntas de respuestas dicotómicas lo cual permitió una rápida respuesta de cada uno de los encuestados, también se utilizó la escala de Likert, de la misma manera se utilizaron preguntas de respuestas múltiples para conocer las opciones que discernieron los huéspedes sobre tipos de servicios a implementar y el punto de vista de los servicios adquiridos dentro del establecimiento.

La tabulación de los datos permitió obtener información y tendencias sobre la población de estudio, estos datos fueron representados en gráficos que permitieron la interpretación de los resultados de manera práctica y rápida obteniendo de esta manera una perspectiva clara en la toma de decisiones, además de esto fue necesaria la aplicación del chi cuadrado que es la referencia máxima para analizar la investigación en desarrollo.

2.4 POBLACIÓN

Una población se precisa como un conjunto finito o infinito de personas u objetos que presentan características comunes, para la realización de este proyecto en la comuna Libertador Bolívar no se cuenta con un dato exacto de número de tamaño poblacional otorgado por la comuna pues las últimas anotaciones son del año 2015 que por iniciativa propia realizaron un censo de la comunidad, en conjunto con las comisiones que trabajan para la comunidad dando como resultado una población de 2896 personas aproximadamente. (Comuna Atravezado, 2015).

En el siguiente cuadro se encuentra detallada la población, y datos relevantes que van a ser considerados para poder sacar el tamaño de la muestra, muestra que va a ser considerada para realizar las respectivas encuestas. Se ha considerado el

número de huéspedes que llegan al establecimiento, los empleados que trabajan en la misma, y las autoridades locales.

TABLA N° 1 POBLACIÓN

SEGMENTO	TOTAL	TIEMPO
Huéspedes	450	Anual
Empleados	5	Anual
Autoridades	2	Anual
TOTAL	458	458

Fuente: Administrador Cleofe Tomalá Severino

Elaborado Por: Marjorie Pozo Láinez

2.5 LA MUESTRA

La muestra permitirá establecer el número de encuestas y entrevistas a realizar dentro de la zona de estudio para obtener los datos suficientes para proyectar una visión clara sobre la investigación en curso, para la determinación de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

Indicadores del tamaño de la muestra

n= Tamaño de muestra

E²=Margen de error

N=Población

-1+1=Constante

Datos

n=?

E²= (0,05) 5%

N= 458

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

Aplicación de fórmula establecida

$$n = \frac{458}{(0.05)^2(458 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{458}{(0,0025) (457) + 1}$$

$$n = \frac{458}{2,1425}$$

$$n = 214$$

Datos obtenidos

El proceso de recolección de datos se lo ha realizado por medio de la utilización de una técnica primaria como es la encuesta para establecer los parámetros más convenientes; además de la utilización de herramientas esenciales para el estudio como hojas, bolígrafos, calculadoras, computadoras para tabular información, sin descartar el recurso humano que participó en la misma

2.6 CONCEPTUALIZACIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.6.1 Variable independiente

El plan de negocio para la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” se da como una herramienta valiosa que permite desarrollar el crecimiento de la empresa, ya que en ella se establecen proyecciones financieras y previsiones futuras sobre la rentabilidad, además durante su preparación se incluyen la búsqueda de alternativas y determinar las diferentes estrategias que se llevan a cabo para lograr la gestión administrativa del establecimiento y mejorar no solo la imagen del establecimiento sino la localidad y sus atractivos como tal.

Con el plan de negocio se establecen las líneas de acción para el mejoramiento del negocio, facilidades e infraestructura necesaria para garantizar la estadía de los visitantes, además se identifican las fuentes potenciales de financiamiento, así como las estrategias a ser adoptadas para la consecución de los recursos.

El plan de negocio ayuda a definir el propósito y el objetivo por el cual está funcionando el establecimiento, ayuda a planificar los recursos con los que se cuenta, y sobre todo permite evaluar las oportunidades de negocio que se puedan dar dentro del mercado competitivo, ofreciendo un valor agregado, haciendo que este lugar sea único e inigualable.

2.6.2 Variable dependiente

La gestión empresarial, derivada del mal funcionamiento, estructuración operativa-administrativa en la prestación del área de alojamiento, que a través de un plan de negocio busca que el servicio de estancia u otro que se ofrezca sea de calidad y autenticidad en la que los turistas sientan la necesidad de volver a aquel

lugar, que su experiencia sea única e inolvidable en el momento de adquirir el servicio.

Además la sostenibilidad y sustentabilidad del destino que ofrece como lo es su balneario y las actividades que se puedan desarrollar en la misma ofrece de esta manera la tranquilidad y aventura en su hermosa playa disfrutando de sus aguas cristalinas que encierran un encanto del turismo que puedes encontrar en una playa.

2.6.3 Dimensiones e indicadores

(VER MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN EN CUADRO N°23; CUADRO N°24)

Para el levantamiento de información sobre los huéspedes, empleados y autoridades de la comunidad se diseñó un modelo de encuestas y dos tipos de entrevistas con preguntas, los cuales aportaron al desarrollo de la propuesta:

La encuesta a huéspedes

Diseñada para determinar el perfil y grado de interés de conocimiento de los huéspedes con respecto a la gestión empresarial de la hospedería comunitaria “Estrella de Mar” en la comuna de Libertador Bolívar, parroquia Manglaralto, del Cantón Santa Elena, mediante un análisis cualitativo y cuantitativo para el diseño de un plan de negocio, de las cuales se efectuó una muestra de 214 encuestas aplicadas a los huéspedes de la hospedería en el mes de Julio en un periodo de tiempo de corte transversal. (VER ANEXO N°1)

Las entrevistas al personal.

Se realizaron 5 entrevistas al personal para determinar el grado de interés y conocimiento con respecto a la gestión empresarial de la hospedería comunitaria “Estrella de Mar”, fueron planteadas las dos primeras semanas del mes de Agosto a los empleados ya que son ellos quienes brindan el servicio y de qué manera lo están haciendo, dieron pauta para conocer el pensamiento de la gestión del establecimiento; la obtención de esta información no fue sencilla debido a las ocupaciones de estos en su campo laboral. (VER ANEXO N°2)

Las entrevistas a autoridades locales

Las entrevistas a autoridades locales de la comunidad de Libertador Bolívar se llevaron a cabo en la tercera semana de Agosto, específicamente al presidente de la comuna y el presidente de la comisión de turismo de dicha localidad, criterios que ayudan a determinar el grado de interés en cuanto al desarrollo del turismo dentro de la localidad y al apoyo a los establecimientos que ofrecen productos y servicios turísticos, que están haciendo para lograr dicha actividad. (VER ANEXO N°3).

Cabe destacar que la colaboración de los huéspedes, el personal del establecimiento y autoridades de la localidad fue muy buena permitiendo obtener la información requerida y necesaria para el desarrollo de la investigación y de la misma manera prestaron interés al desarrollo del mismo, efectuando preguntas puntuales sobre la gestión empresarial para el desarrollo del establecimiento.

Para el desarrollo de la investigación de campo se realizó también una ficha de observación la cual permitió identificar las falencias del establecimiento y por ende plantear una solución a la problemática, asimismo se utilizaron materiales como: cámaras fotográficas, grabadoras, cuadernos, esferográficos, en la investigación de gabinete se utilizaron computadoras, internet, programas de cálculo estadístico y libros lo cual agilitó el proceso de investigación.

2.7 PRESENTACIÓN DE DATOS

Los datos obtenidos mediante la encuesta, han sido tabulados en tablas utilizando el programa informático Excel, lo que ha permitido que se realice la clasificación por rangos de cada una de ellas, con la finalidad de ordenar la información para ser, tabulada y representada en gráficos de barra para una fácil comprensión de resultados en porcentajes, de la misma forma se procedió a realizar una interpretación y análisis de los resultados obtenidos durante este proceso.

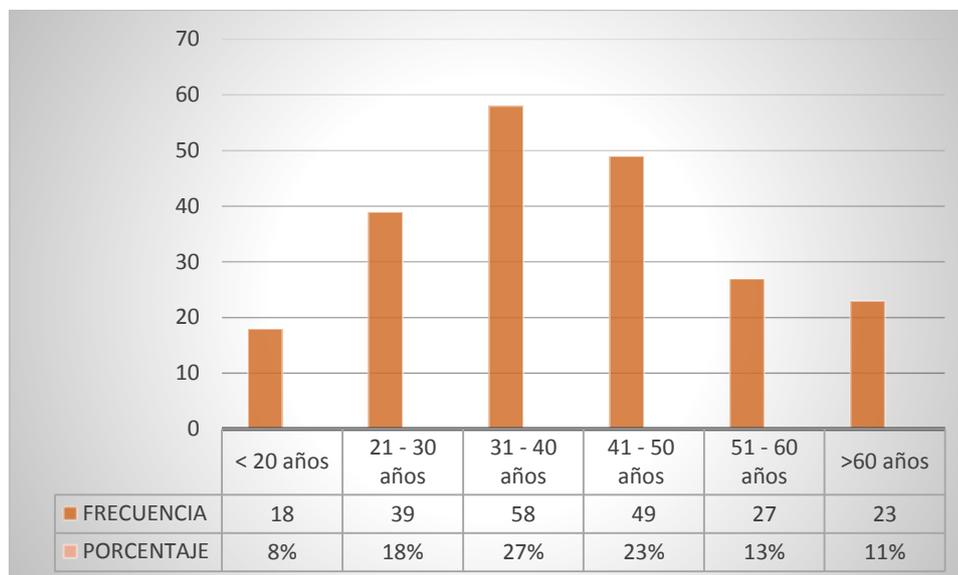
Los gráfico utilizados fueron los de barras para mostrar la información afianzada, lo cual ayuda a la comprensión visual de los resultados obtenidos a través de la investigación de campo, además se procedió a realizar la interpretación en porcentajes de los resultados obtenidos en base a la opinión de cada uno de los encuestados, el análisis fue esencial en este estudio ya que permitió obtener una visión clara sobre el estudio y que es lo que se necesita para mejorar en el establecimiento.

Finalmente se utilizó una tabla en la que se integra toda la información necesaria en el estudio correspondiente, donde se plantea la óptima aplicación del Diseño de un Plan de Negocio para la hospedería comunitaria Estrella de Mar en la localidad de Libertador Bolívar, utilizando la prueba de hipótesis mediante Chi cuadrado lo cual corroboró la factibilidad del mismo.

2.8 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

2.8.1 Tabulación de encuestas a huéspedes

GRÁFICO N° 4 EDADES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

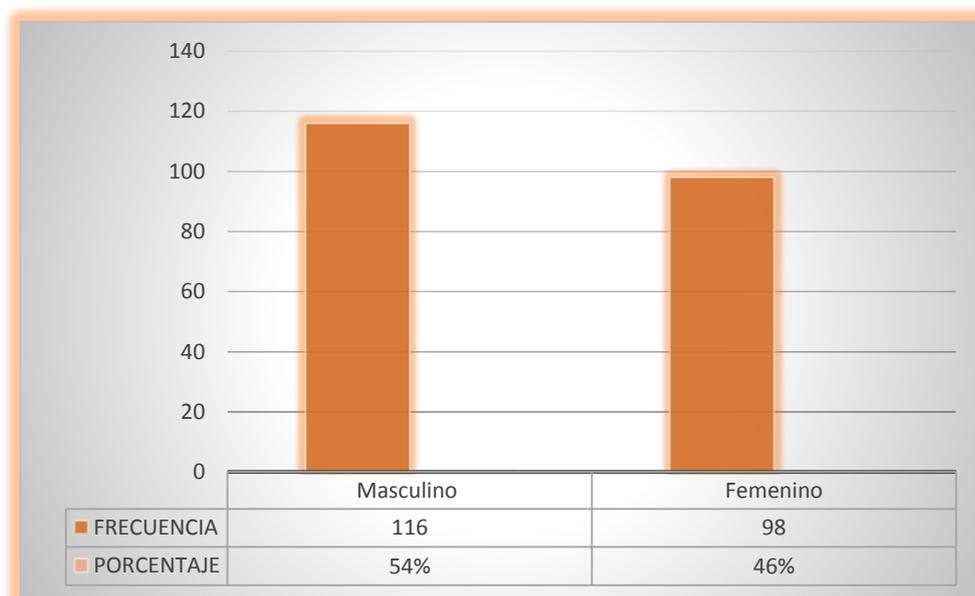
ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los datos obtenidos a través de la encuesta muestran que el 8% de los huéspedes tienen una edad menor a 20 años, el 18% fluctúa entre los 21 a 30 años de edad, el 27% una edad entre los 31 a 40, un 23% entre edades de 41 a 50, un 13% una edad de 51 a 60 años, y un 11% mayores a 60 años, lo que da la pauta que es un grupo heterogéneo.

La encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” revela que el grupo de clientes que llegan hasta este sitio, tiene una edad promedio entre 31 a 40 años, este grupo de personas buscan disfrutar de la playa, aquellos que buscan tranquilidad, pasar horas amenas con sus familiares o amigos y sentirse como si estuvieran en casa.

GRÁFICO N° 5 GÉNERO DE HÚESPEDES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

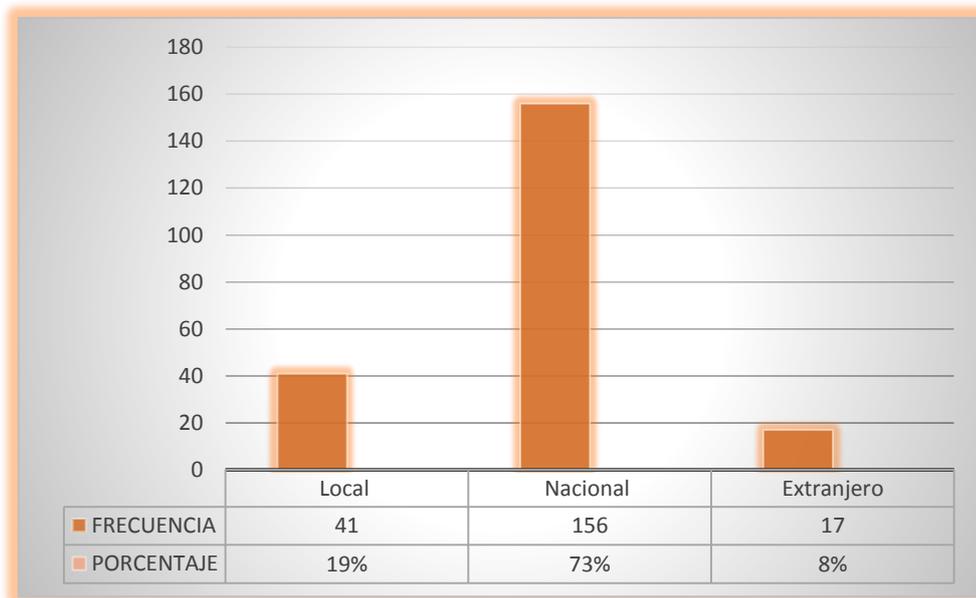
ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto al género de huéspedes que llegan al establecimiento a hospedarse se puede decir que existe un 54% del género masculino y un 46% que son del género femenino.

En el estudio que se realizó el número determinado de encuestas a los huéspedes determina, que el 54% de huéspedes son masculinos, mientras que el 46% de los huéspedes que llegan al establecimiento es femenino es decir, que el establecimiento es concurrido por ambos sexo, lo que también podría indicar que llegan en parejas y familias a hospedarse a dicha hospedería.

GRÁFICO N° 6 TIPO DE HÚESPEDES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

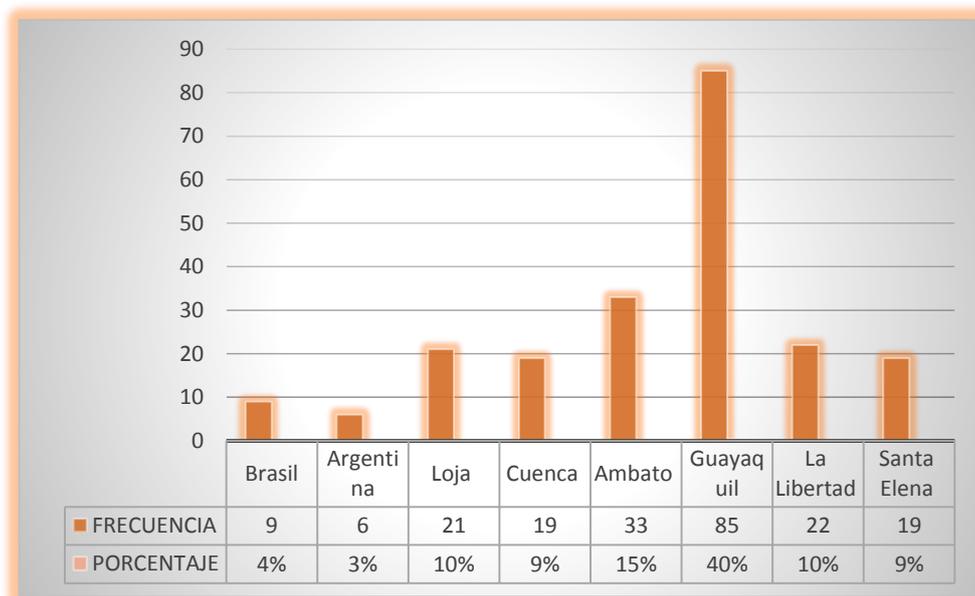
ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El tipo de huésped que llega a la comunidad de Libertador Bolívar muestra que existe un 73% que son nacionales, seguido de un 19% que son locales pertenecientes a la misma provincia como La Libertad y Santa Elena, y un mínimo en porcentaje del 8% de huéspedes extranjeros.

En cuanto al tipo de huéspedes que llegan a la localidad es importante saber que son nacionales con un alto porcentaje del 73%, lo que indica que lo primordial, es conocer primero lo que posee nuestro país, Ecuador, la diversidad de maravilla que guardan sus playas y que cada día es importante conocer los rincones del entorno donde habitamos y las oportunidades que se pueden brindar a los turistas.

GRÁFICO N° 7 LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS HÚESPEDES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

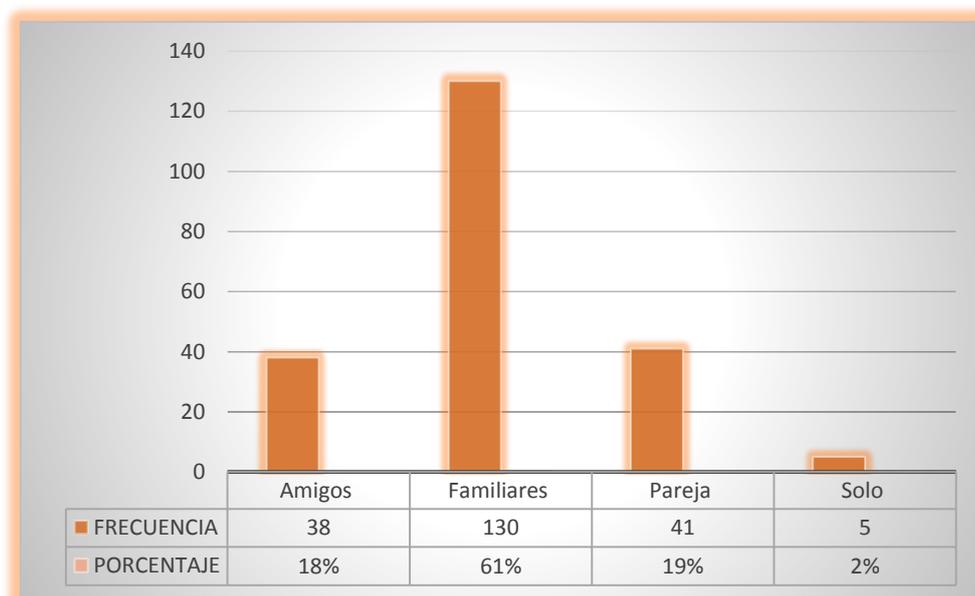
ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La procedencia de los huéspedes en cuanto a la encuesta realizada menciona que el 4% llega de Brasil, el 3% de Argentina, mientras que el 10% procede de la provincia de Loja, el 9% de la ciudad de Cuenca, seguido de la ciudad de Ambato con un 15%, un 40% llega de la ciudad de Guayaquil, 10% de La Libertad y el 9% de Santa Elena.

En cuanto a la procedencia de los huéspedes, se tiene un porcentaje alto del 40% de la ciudad de Guayaquil, que las demás procedencias, seguido de las ciudades de la región sierra, lo que indica que son huéspedes cercanos que buscan familiarizar con los habitantes del lugar turístico para convivir con ellos y tener experiencia en cuanto a la vida que se lleva en esta localidad.

GRÁFICO N° 8 CON QUIÉN VIAJA



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

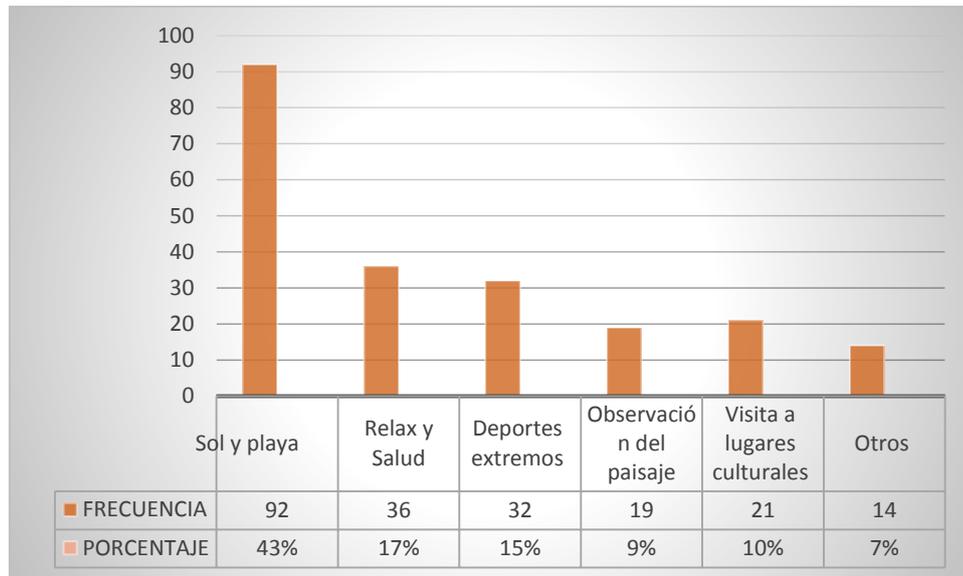
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los huéspedes que buscan alojarse en la hospedería Estrella de Mar indican que un 18% lo hacen con amigos, mientras que el 61% buscar hospedarse con sus familiares, el 19% en pareja y por último un 2% se hospeda solo ya que son estos que van de pasada y necesitan descansar por una noche.

Los huéspedes que viajan y buscan hospedarse en el establecimiento lo hacen con sus familiares buscando disfrutar del sol y playa en unión de su familia, con un 61%, mientras que el 19% lo hacen con su pareja, salir de la rutina de visitar lugares concurridos, buscan lugares más tranquilo con vista al mar como ofrece la hospedería Estrella de Mar, seguido de un porcentaje parecido que viaja con amigos.

**¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS DESARROLLA UD.
DURANTE SU ESTADÍA?**

GRÁFICO N° 9 ACTIVIDADES TURÍSTICAS



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

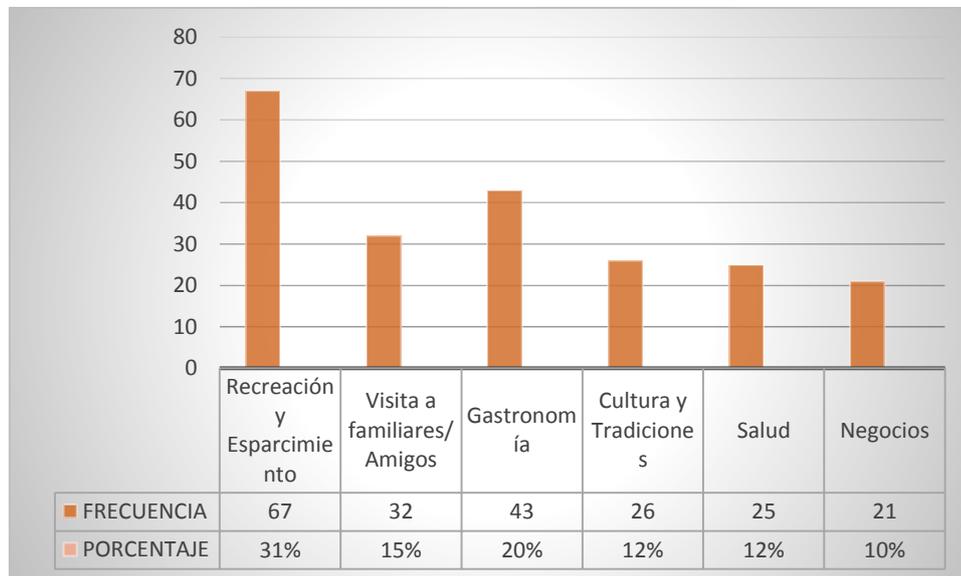
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Las encuestas muestran un 43% de los huéspedes que visitan el lugar para disfrutar del sol y playa, un 17% por relax y salud, un 15% que visita la localidad para la práctica de deporte extremo, el 9% por la observación de paisaje, el 10% por visitas de lugares culturales a su alrededor y un 7% por otras actividades.

Los porcentajes mostrados a través de la gráfica dan la pauta de que los huéspedes de este establecimiento buscan disfrutar del sol y la playa, buscan lugares donde puedan disfrutar con tranquilidad su estancia y de esta manera aprovechar los espacios de playa que tiene esta comunidad, además de la posibilidad de realizar actividades recreativas en la playa, entre ellos deportes tales como el fútbol, el volley, surf y además se está llevando a cabo la práctica de parapente.

¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SU VISITA?

GRÁFICO N° 10 MOTIVO DE SU VISITA



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

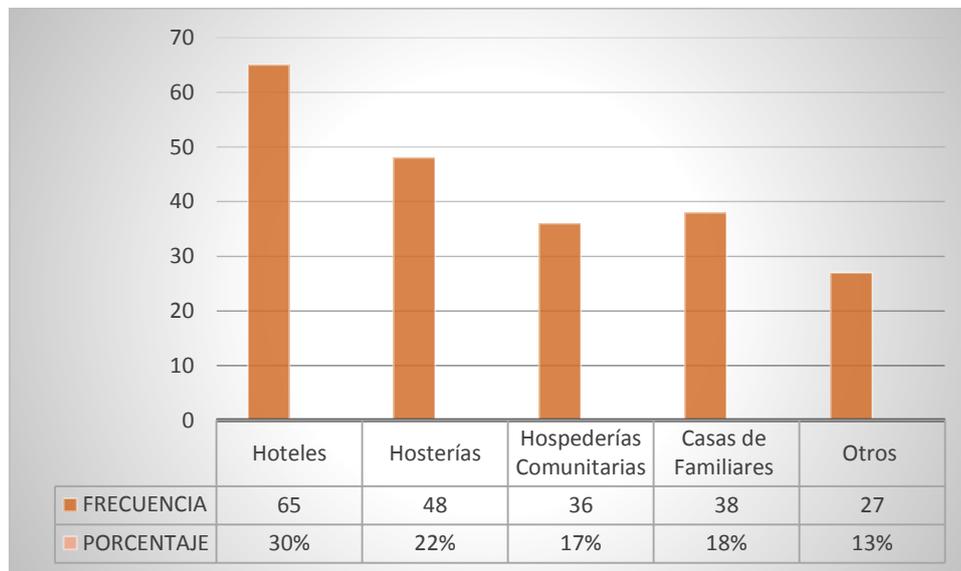
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En lo referente al motivo de visita que realizan los huéspedes lo hacen en un mayor porcentaje por recreación y esparcimiento con un 31%, un 15% visita a familiares y amigos, mientras que el 20% lo realiza por la gastronomía, un 12% por la cultura y tradiciones que posee la localidad, un 12% por salud y un mínimo del 10% por negocio.

El motivo de la visita más concurrida al establecimiento se presenta porque buscan disfrutar de la recreación y el esparcimiento en conjunto con sus familiares, amigos y parejas, además no solo eso sino otro punto importante y relevante es la gastronomía única de la localidad, exquisitos platos típicos de la costa que se ofertan en este sector con la sazón casera que los caracteriza.

**DE LAS SIGUIENTES OPCIONES ¿CUÁL UTILIZA PARA HOSPEDARSE
CUANDO ESTÁ FUERA DE CASA?**

GRÁFICO N° 11 TIPOS DE ALOJAMIENTO



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

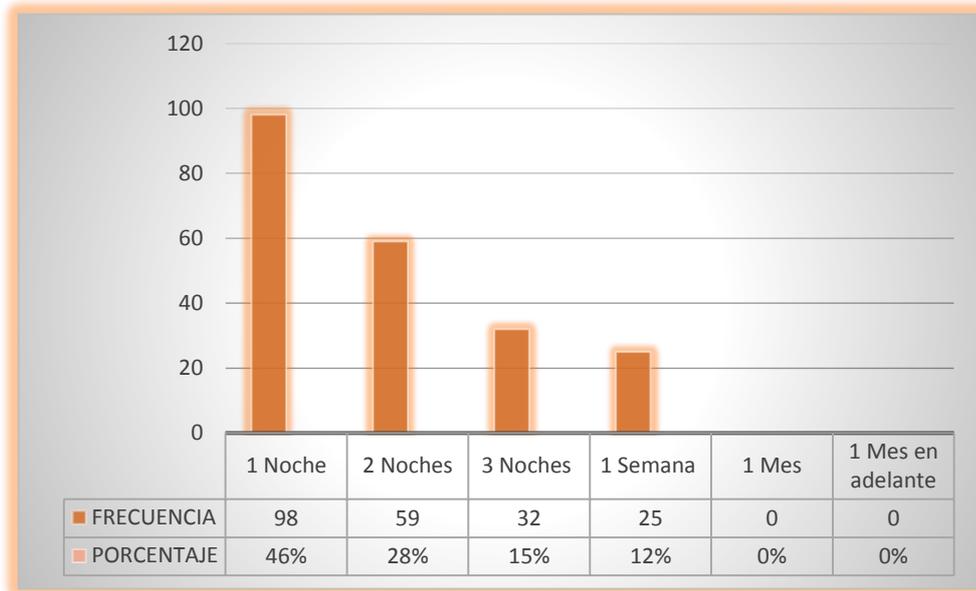
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Datos referentes al tipo de establecimiento que buscan las personas a la hora de elegir un lugar para hospedarse lo hacen con un 30% en hoteles, un 22% en hosterías, un 17% lo realiza en hospederías comunitarias, mientras que el 18% prefiere hospedarse en casa de familiares o amigos y el 13% en otros establecimientos.

El tipo de establecimiento en cuanto al servicio de alojamiento, por lo general lo realiza en hoteles, lugares lujosos y de pronto con servicios adicionales que hacen que sean más concurridos, mientras que existe un porcentaje de poca concurrencia del 17% que acuden a hospederías comunitarias lo que se podría decir que aún le falta implementar servicios u organización en el establecimiento, o hasta de pronto promoción, razón que hace que no sean muy conocidas.

¿CUÁNTAS NOCHES UD. SE HOSPEDA EN EL ESTABLECIMIENTO?

GRÁFICO N° 12 NOCHES DE HOSPEDAJE



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

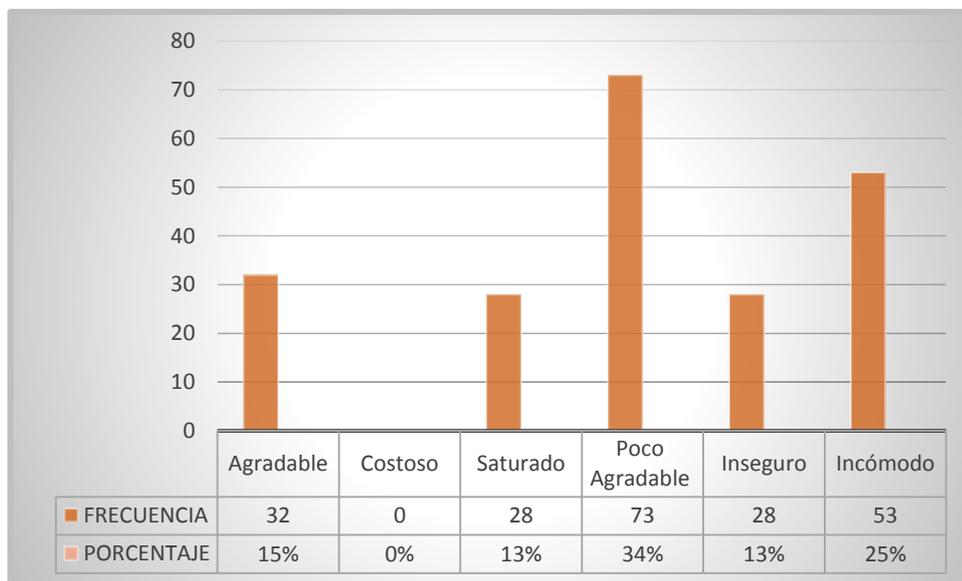
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La información obtenida a través de las encuestas detalla que el 46% de huéspedes se alojan 1 noche, el 28% se hospeda 2 noches, un 15% lo hace por 3 noches mientras que un 12% se queda durante una semana.

Los turistas por lo general cuando salen a disfrutar de las playas y recreación lo realizan durante los fines de semana y feriados lo que indica que solo se estarían hospedando una noche, seguido de dos noches para poder disfrutar de los atractivos de sus alrededores, mientras que existen huéspedes que buscan estar más en contacto con los dueños de casa, para saber cuáles son sus tradiciones y costumbres de la localidad, realizando su estancia por 1 semana.

¿CÓMO ES EL SERVICIO DE ALOJAMIENTO?

GRÁFICO N° 13 COMODIDAD DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

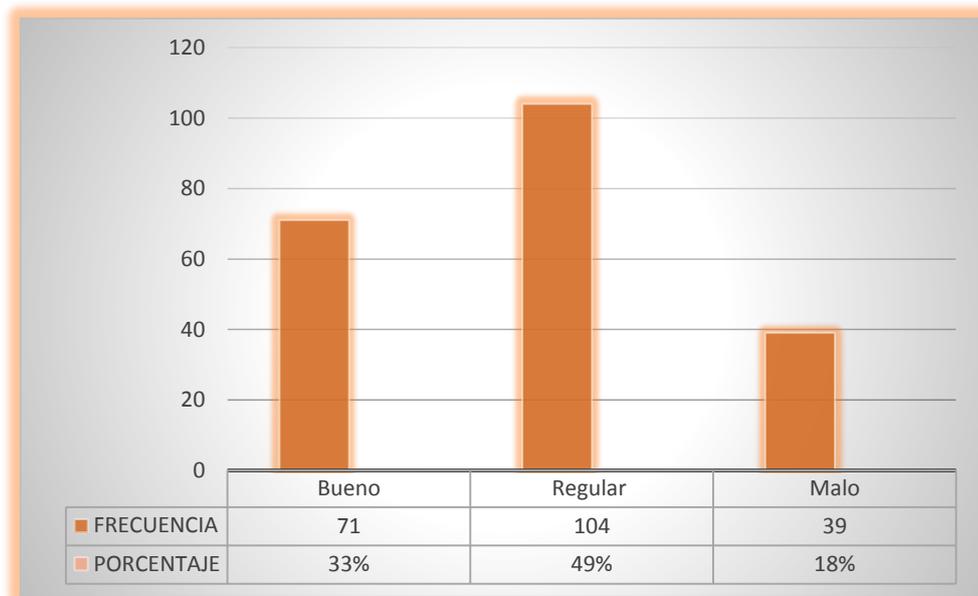
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados de la encuesta determinan que existe un 15% de los huéspedes que consideran que el servicio del establecimiento es agradable, un 13% opinan que está saturado, existe un alto porcentaje del 34% que considera que es poco agradable, un 13% que es inseguro y un 25% cree que es incómodo.

La opinión de los huéspedes en un alto porcentaje considera que es poco agradable debida a la afluencia de turistas que tiene Libertador Bolívar y por querer acaparar a cada turista que llega se desprecupan de ofertar una habitación cómoda, segura y confortable, lo que provoca que los huéspedes se sientan incómodos a la hora de dormir, y no quieran regresar a dicho establecimiento, podrá tener buena vista hacia el mar, pero si no se siente satisfechos no regresarán y se habrá perdido un cliente y muchos más.

¿CÓMO CONSIDERA EL NIVEL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR?

GRÁFICO N° 14 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

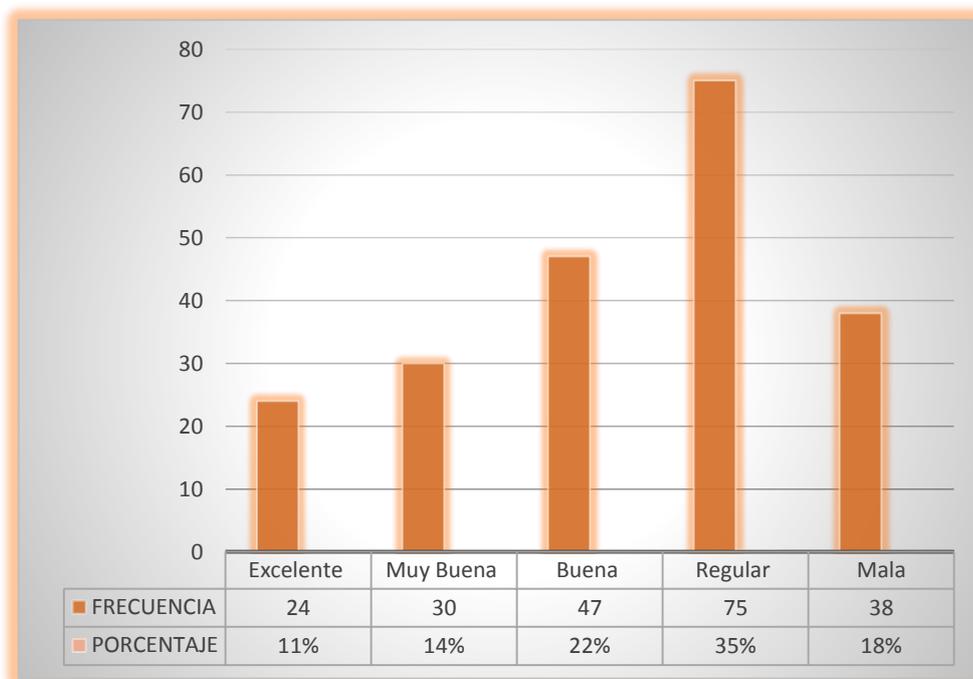
ANÁLISIS INTERPRETACIÓN:

El 33% de los huéspedes consideran que la calidad del servicio que ofrece el establecimiento es buena, mientras que existe un alto porcentaje del 49% que considera que el servicio es regular y por último un 18% menciona que es malo.

Desde el punto de vista de las personas que se alojan en la hospedería Estrella de Mar el servicio de alojamiento es regular, debido a la falta de preparación y especialización a la hora de brindar el servicio, aun les falta conocer sobre el servicio al cliente, el tipo de cliente al que se debe estar preparado para atender y este se sienta a gusto y desee regresar en otra ocasión.

¿CÓMO CONSIDERA LA PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN LA HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR?

GRÁFICO N° 15 PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

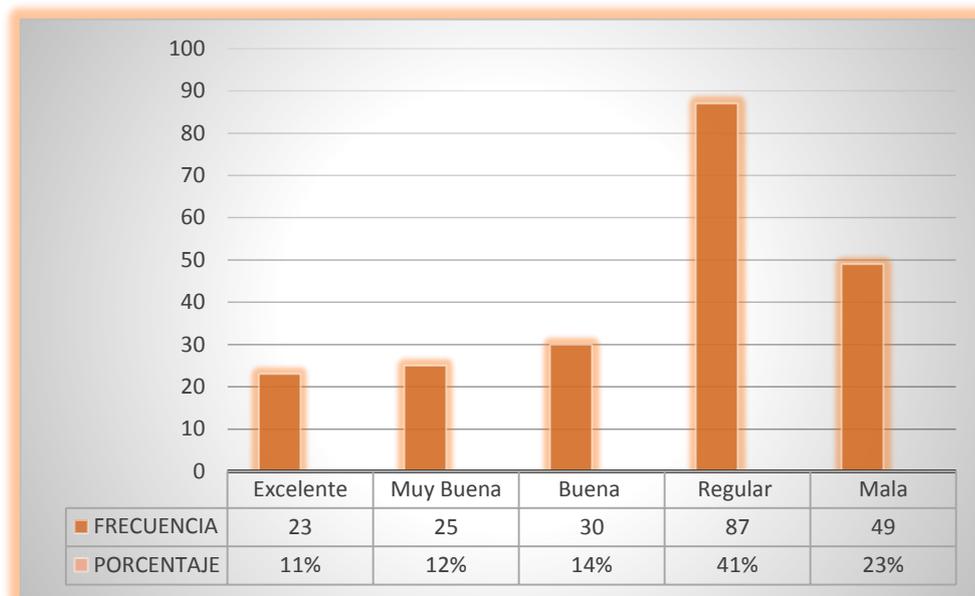
ANÁLISIS INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la opinión de los huéspedes la planificación de las actividades que se llevan a cabo en el establecimiento responden a un 11% es excelente, el 14% menciona que es muy buena, el 22% dice que es buena, el 35% indica que lleva una planificación regular y un 18% opina que es mala.

La información que expresa este cuadro indica que existe un 35% que califica a la planificación de las actividades como regular seguido de un 22% que es bueno, esto indica que existe una planificación empírica generando controversias laborales y organizacionales por no tener bien definida la planificación de las actividades que se desarrollan en el establecimiento.

¿CÓMO CONSIDERA LA ORGANIZACIÓN DE LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA ESTRELLA DE MAR?

GRÁFICO N° 16 ORGANIZACIÓN DE LA HOSPEDERÍA



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

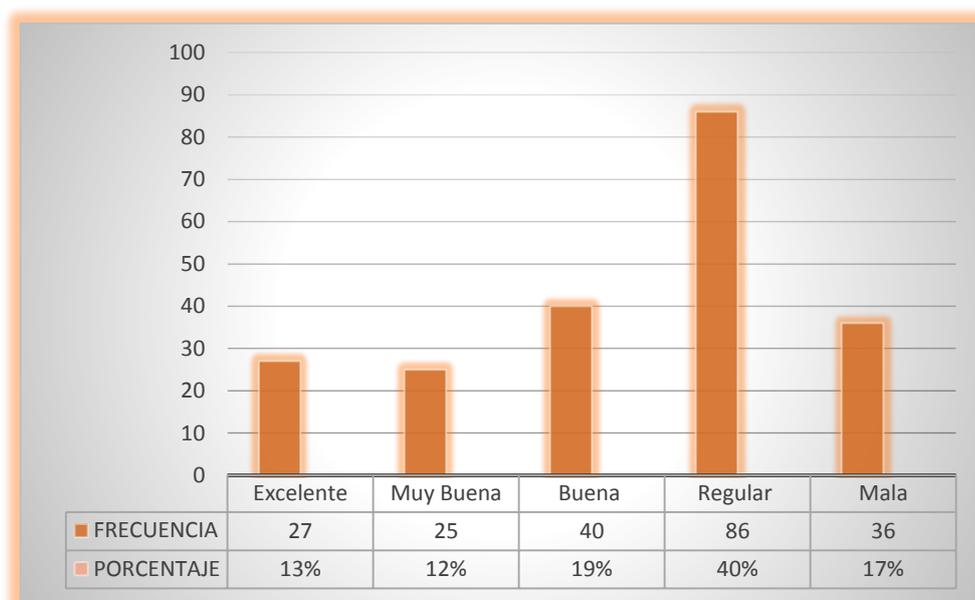
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Datos de la encuesta muestran que respecto a la organización que lleva a cabo la hospedería el 11% opina que es excelente, un 12% considera que es muy buena, el 14% menciona que es buena, mientras que un elevado porcentaje del 41% indica que es regular, mientras que un 23% opina que la organización es mala.

La información receptada señala que la organización que se lleva a cabo en el establecimiento sin duda es regular en un 41% y mala 23%, estos son porcentajes muy altos que indican que existen problemas para la organización de programas laborales del establecimiento, como también en el talento humano para que pueda desarrollar sus actividades.

¿CÓMO OBSERVA EL CONTROL Y LA EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA EL PERSONAL?

GRÁFICO N° 17 CONTROL Y EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

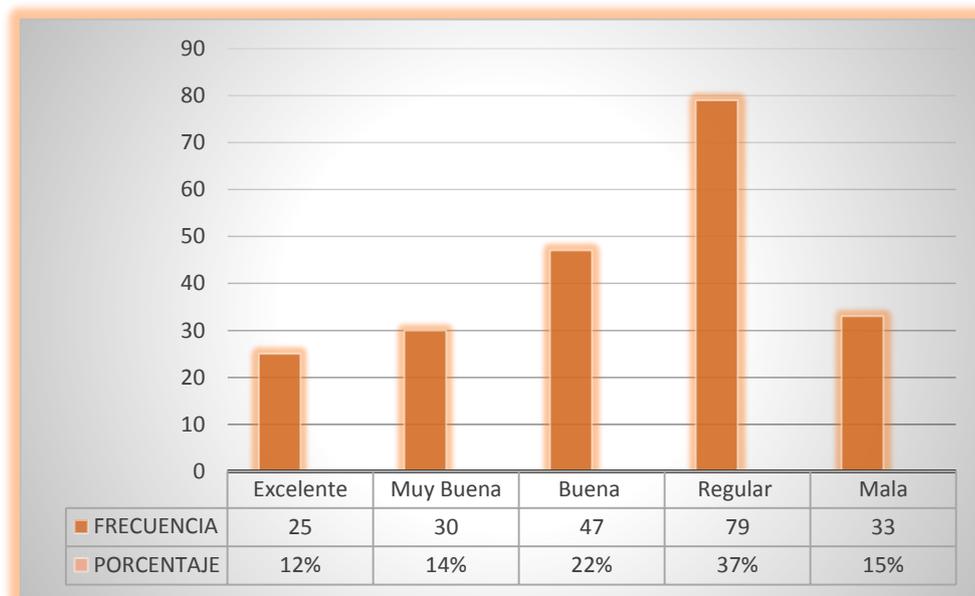
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados obtenidos en la encuesta detallan que un 13% de los huéspedes consideran excelente el control y evaluación de las actividades del establecimiento, el 12% de los huéspedes indican que es muy buena, un 19% lo considera buena, mientras que el 40% menciona que es regular, es decir que le falta mejorar, y un 17% piensa que es mala.

Otro de los puntos importantes de la gestión empresarial está en el control y evaluación de las actividades que se llevan a cabo en un establecimiento donde los huéspedes lo están considerando como regular, indicando un alto porcentaje considerable de inconformidad con respecto al control operativo que se debe llevar sobre las actividades que realiza cada uno de los empleados.

¿CÓMO CONSIDERA UD. QUE SON DIRIGIDAS LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR?

GRÁFICO N° 18 DIRECCIÓN DE LAS ACTIVIDADES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

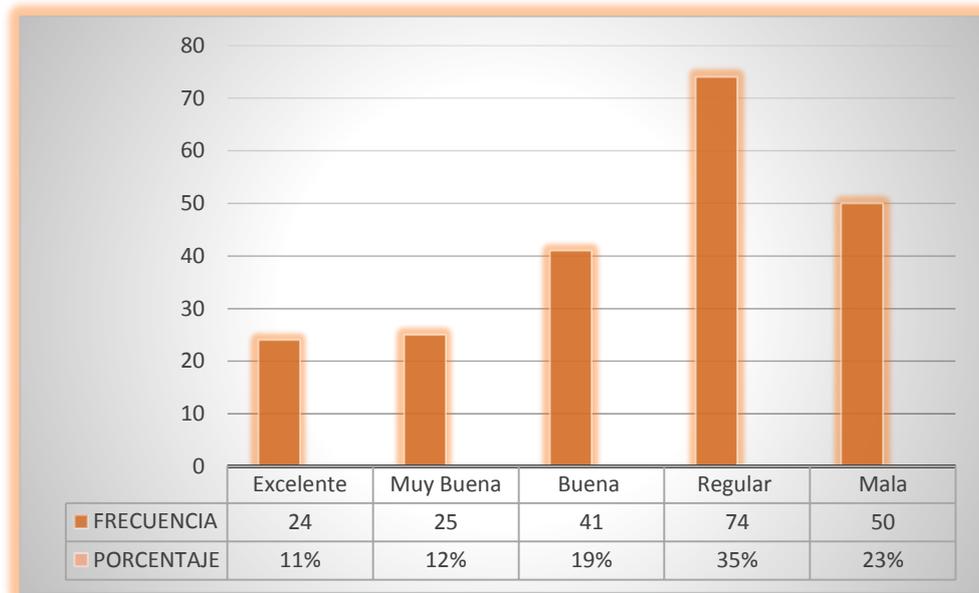
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 12% de los huéspedes considera que las actividades son dirigidas de una manera excelente, el 14% opina que es muy buena, el 22% alude que es buena, el 37% manifiesta que existe una dirección regular y el 15% de los encuestados menciona no es dirigida por nadie.

La opinión de los huéspedes en cuanto a la dirección de las actividades, si tiene un buen líder al mando para realizar las actividades señala en un 37% que es regular, es decir no cumple totalmente con las expectativas laborales en cuanto a la dirección y que aún le falta para que pueda cumplir con las expectativas del cliente.

¿CÓMO CONSIDERA LA EFICIENCIA DEL TRABAJO DEL PERSONAL DENTRO DE LA HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR?

GRÁFICO N° 19 EFICIENCIA DEL TRABAJO DEL PERSONAL



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

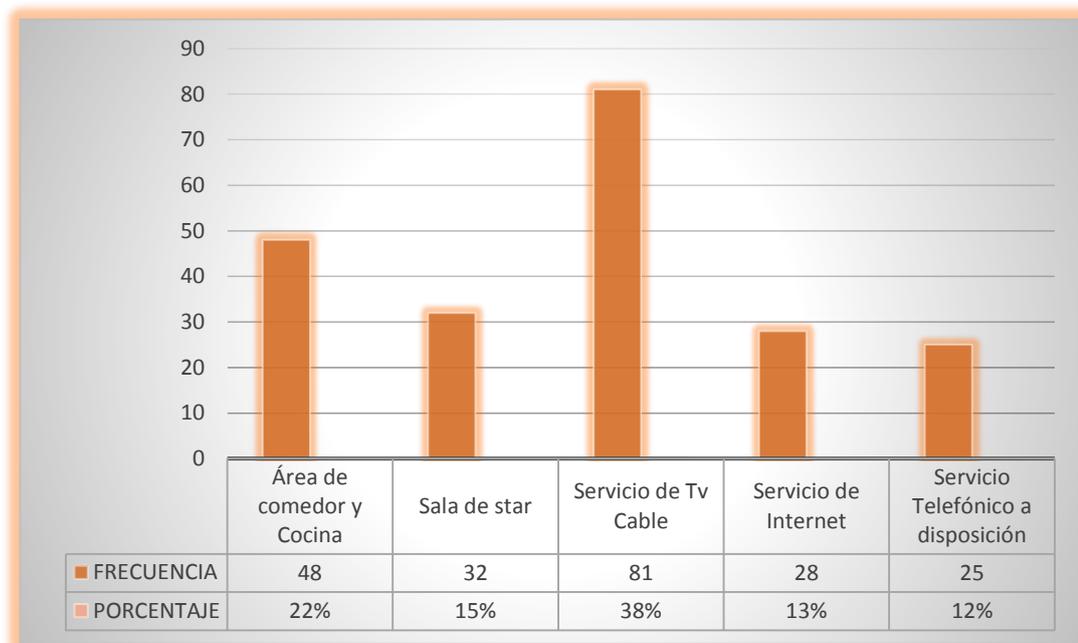
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto a la opinión de la eficiencia del trabajo de las personas los huéspedes señalaron que el 11% es excelente, el 12% es muy bueno, el 19% bueno, el 35% indica que la eficiencia del personal es regular, y el 23% restante menciona que es mala siendo así que le falta complementar el servicio.

En el momento de adquirir los servicios, se está demorando por lo que están considerando que es regular, que aún le falta complementar y cumplir con las expectativas del cliente, esto se debe a que desconocen cuáles son las tendencias que se están marcando en el mercado, que el cliente está siendo más exigente a la hora de comprar y adquirir un servicio turístico.

¿QUÉ OTROS SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARÍA RECIBIR EN UNA HOSPEDERÍA COMUNITARIA?

GRÁFICO N° 20 SERVICIOS ADICIONALES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

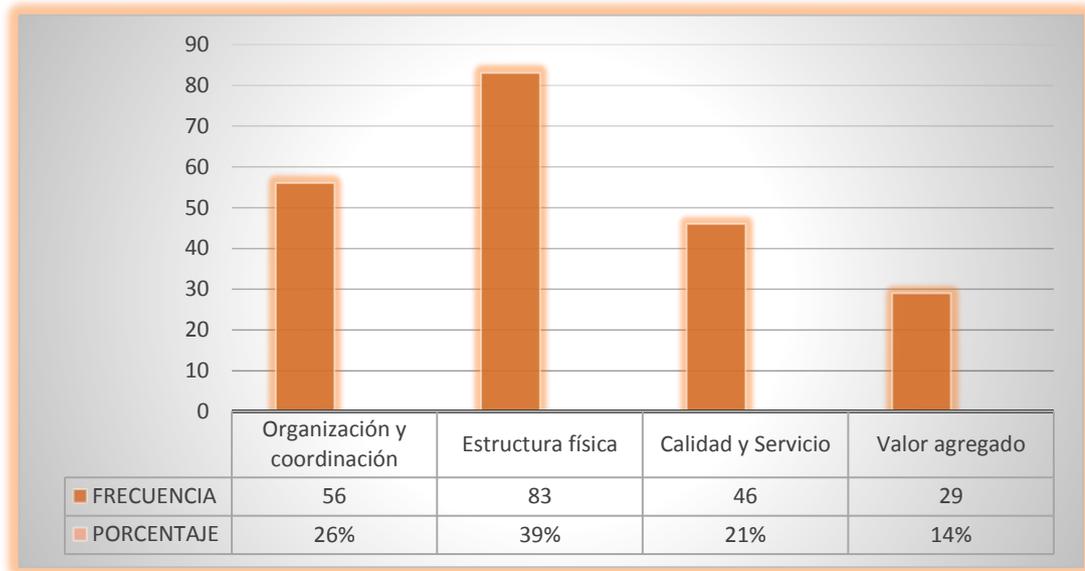
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto a los servicios adicionales que se desea implementar y que los huéspedes desean adquirir constan que en un 22% le gustaría que exista un área de comedor y cocina, un 15% una sala de estar, el 38% gustaría contar con el servicio de TV cable, un 13% el servicio de internet, y un 12% el servicio telefónico a disposición.

Para que un huésped regrese a un establecimiento es muy importante saber cuáles son los servicios que le gustaría adquirir para que sea más placentera su estadía, y considerablemente mencionaron que el servicio de tv cable y el área de comedor para poder servirse alimentos durante los días que estarán hospedados y el servicio de internet muy necesario para estar comunicado.

¿INDIQUE CON UNA X QUE CONSIDERA QUE SE DEBE IMPLEMENTAR O FORTALECER EN UNA HOSPEDERÍA COMUNITARIA?

GRÁFICO N° 21 TIPOS DE PLANES



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

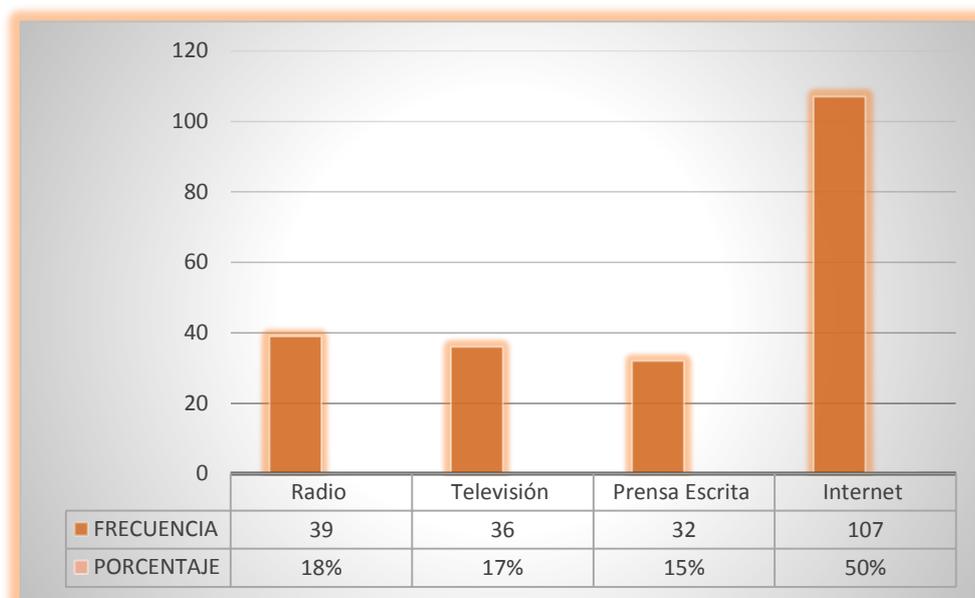
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 26% considera importante la organización y control, el 39% la estructura física, el 21% la calidad y servicio mientras que el 14% menciona dar un valor agregado.

En cuanto a los tipos de planes que se considera implementar en el establecimiento Estrella de Mar, se considera la readecuación de la estructura física del establecimiento, la organización y coordinación de las actividades que se lleven a cabo a la hora de brindar los servicios y la calidad del servicio, ya que esto permitirá que el visitante se sienta cómodo, encontrando en este lugar una alternativa de descanso.

¿POR QUÉ MEDIOS LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN Y PROMOCIONES DE LA HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR?

GRÁFICO N° 22 MEDIOS DE PUBLICIDAD



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

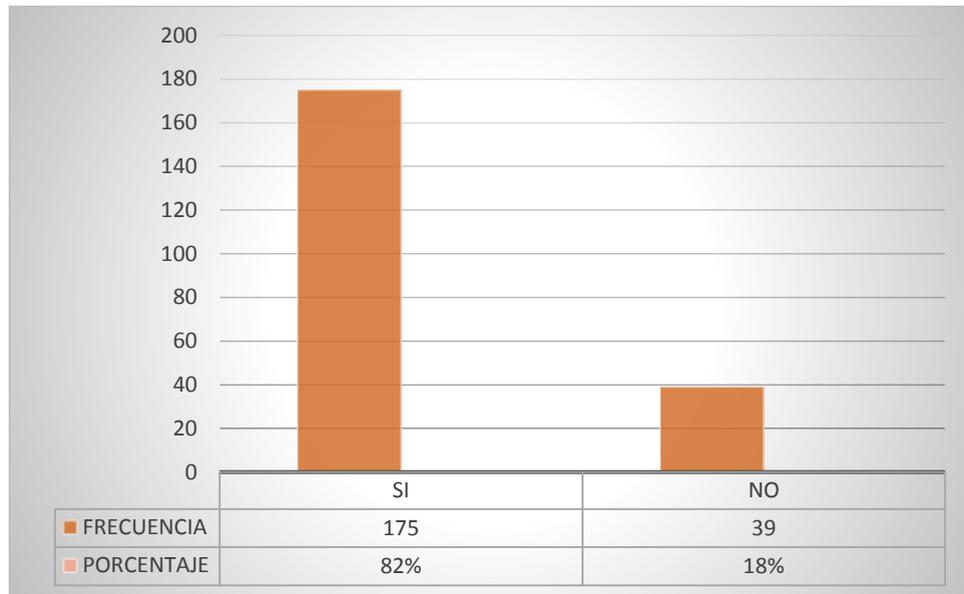
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto a los medios por los cuales les gustaría recibir la información de las promociones el 18% indicó por radio, el 17% por televisión, mientras que el 15% mencionó por prensa escrita y por último el 50% por internet.

Los medios más utilizados hoy en día son las redes sociales mediante el internet, lo que conlleva a que las promociones y publicidades que se lleve a cabo en el establecimiento, se las realice por este medio, seguido de la televisión, medio que tiene bastante afluencia por jóvenes y adultos y demás personas que estén interesadas en convivir con la población de Libertador Bolívar.

¿CREE UD. QUE EL DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO MEJORARÍA LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA “ESTRELLA DE MAR”?

GRÁFICO N° 23 PLAN DE NEGOCIO



FUENTE: Encuesta realizada a los huéspedes de la hospedería “Estrella de Mar” durante el mes de Julio 2015.

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos a través de la encuesta muestran que el 82% de los huéspedes manifestaron que si es recomendable establecer un plan de negocio para la hospedería “Estrella de Mar”, lo cual va a mejorar los servicios, mientras que el 18% mencionó que no.

Un porcentaje elevado de huéspedes manifestaron que si es recomendable establecer un plan de negocio para la hospedería “Estrella de Mar” en Libertador Bolívar debido a que esto garantizará la gestión empresarial del establecimiento, además el desarrollo de actividades turísticas que permitirán el crecimiento del número de visitas, contribuyendo así con el desarrollo económico dando la oportunidad de empleo a otras personas.

2.9 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

2.9.1 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A EMPLEADOS

¿Cómo lleva a cabo la planificación de los servicios o actividades de la hospedería Estrella de Mar?

La hospedería como tal es familiar, y todos se encargan de realizar actividades correspondientes a brindar los servicios a sus huéspedes, pero no realizan una debida planificación como tal, sino que lo hacen de una manera empírica, tratando de cumplir los requerimientos de los huéspedes.

¿Por qué cree que se consideran importantes los objetivos institucionales en la gestión de desarrollo de la actividad turística?

Los objetivos institucionales son de mucha importancia, ya que para llegar a ser un establecimiento reconocido y posicionado en el mercado, se debe tener claro hacia dónde se va a llegar, tener claro cuáles son los objetivos de la empresa y cada uno de los empleados para que se puedan direccionar hacia un mismo punto.

¿Se organizan las actividades de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar?

Pues todas las actividades que se desarrollan dentro del establecimiento se la organizan una vez que llegan los huéspedes, según los requerimientos que ellos desean durante su estadía, mientras tanto no existe organización, solo las que el administrador realice en su momento.

¿Considera Ud. que es importante la organización estructural dentro del establecimiento?

Pues si se considera importante, ya que no se cuenta con una estructura organizacional, ni definidas las funciones de cada uno de los empleados, ya que por ser familiar no se las ha definido, y cada uno hace lo que sea necesario en el momento.

¿Cómo son dirigidas las actividades que realizan en la Hospedería Estrella de Mar?

En cuanto a la dirección de todas las actividades que se llevan a cabo en el establecimiento, las realiza el administrador, de una manera muy sencilla por ser el propietario, nada definido en documentos, solo de una manera empírica y de acuerdo a la ocasión.

¿Ha considerado Ud. importante que se realicen evaluaciones y control del desempeño al personal para conocer los avances del nivel operativo y con qué frecuencia lo realizaría?

Las evaluaciones son de suma importancia, ya que de esa manera se podría visualizar, cual es el desempeño del personal, que es lo que hay que mejorar para que su desempeño vaya acorde con lo que se pretende realizar, llegar a ser una de las hospederías reconocidas para que disfruten de la playa y su entorno.

En cuanto a la frecuencia en realizar el control operativo, lo ideal sería cada semestre, dando tiempo a que se puedan capacitar y ver cuál es su rendimiento.

¿Cree que labora con suficiente personal o aún le falta para complementar la atención al cliente?

En temporadas bajas la frecuencia de turistas y huéspedes es poco frecuente por tal razón no es necesario más personal, pero en época de temporada alta, la frecuencia aumenta y se necesita de personal para cumplir con las expectativas que se plantea a la hora que el turista hace su ingreso al establecimiento.

¿Cuál es la estrategia principal que Ud. considera se debe aplicar para mejorar el servicio de la hospedería?

Se considera como una estrategia principal las capacitaciones continuas, ya que son estas las que van a nutrir a los empleados y al administrador como tal, ayudando al desenvolvimiento de las actividades que deben realizar y al servicio a ofertar, seguido de la complementación de las áreas de trabajo para que así de esta manera el huésped se sienta a gusto con las instalaciones como si estuviera en

casa, y por último pues al buen desenvolvimiento de sus actividades debido a que tendrían un incentivo que les proporcionaría una motivación al trabajo.

¿Cuenta con el presupuesto o a qué fuente financiera recurriría para invertir en bienes y brindar un servicio adecuado?

Actualmente no se cuenta con un presupuesto establecido para realizar arreglos en el establecimiento, y por ende no se puede acceder a realizar un préstamo a una entidad financiera con un monto establecido.

De las siguientes opciones ¿Cuál considera Ud. que inciden en el desempeño laboral?

En base a las preguntas anteriores, se puede decir que todas las opciones son necesarias para realizar una buena administración y organización de las actividades que se realizan dentro y fuera del establecimiento, todos los indicadores son un sistema, que si hay un desbalance en uno de los puntos, todos van a tener problemas para que se desarrolle una buena administración en el establecimiento y por ende puedan llegar a tener una buena productividad.

¿Cree Ud. que el diseño de un plan de negocio mejoraría la gestión empresarial de la hospedería comunitaria “Estrella de Mar”?

Para que el establecimiento se pueda desarrollar de una mejor manera, es necesario establecer los indicadores de la administración para un mejor desenvolvimiento de las actividades que se llevan a cabo en el local, con el diseño de un plan de un negocio se mejorará la actividad turística y por ende contribuirá al crecimiento económico, beneficiando de esta manera a los empleados del establecimiento y corroborando al desarrollo de la comunidad.

2.9.2 ANÁLISIS ENTREVISTAS A AUTORIDADES LOCALES

1.- ¿Considera Ud. que la comuna de Libertador Bolívar es un destino turístico capaz de competir con destinos de sol y playa a nivel de provincia?

Libertador Bolívar es una de las comunidades que hoy en día se está desarrollando turísticamente y tiene acogida de turistas nacionales y extranjeros, siendo este

capaz de competir con los demás balnearios, ya que Libertador Bolívar, guarda importantes atractivos turísticos como lo son: playa, el islote “El Pelado”, disfrutar de la gastronomía, la práctica del deporte parapente, cabalgatas, las artesanías hechos por los artesanos autóctonos de la población, que con esmero y ahínco buscan el porvenir de sus familias mediante la venta de artesanías elaboradas con paja de toquilla, caña de guadua, balsa y que estas a sus vez son vendidas en los diferentes balnearios de la provincia de Santa Elena.

2.- ¿Qué proyectos o programas de desarrollo turístico se han gestionado para la comunidad de Libertador Bolívar?

En cuanto al turismo por medio de la Asamblea comunal se eligieron directivas para que se pueda trabajar de una manera mancomunada buscando el progreso de la localidad, y para eso el comité de turismo es aquel ente regulador interno de la comunidad que busca y se organiza en cada uno de sectores que ofrecen servicios turísticos, mediante la prefectura están en proyectos de capacitaciones para los servidores turísticos, además el malecón que dará otra imagen de la playa.

3.- ¿Ha considerado Ud. capacitaciones para el personal del sector turístico? ¿Qué temáticas?

Es una temática muy importante que los moradores se encuentren capacitados para recibir toda clase de turista, por tal razón se tiene programado capacitaciones para los servidores turísticos sobre las siguientes temáticas:

- ✚ Atención al cliente
- ✚ Manipulación de alimentos
- ✚ Inglés
- ✚ Computación

En cuanto a computación ya se encuentra un centro de cómputo INFOCENTRO disponible para toda persona que requiera realizar algún trabajo o aprender lo básico relacionado a la informática.

4.- ¿Cuáles son las actividades que se desarrollan para el fortalecimiento de las hospederías comunitarias en Libertador Bolívar?

Como iniciativa de las hospedería comunitarias se tiene construida una de la comunidad que genera beneficios a toda la población ya que es con recurso de la propia gente de Libertador Bolívar, además se está buscando promocionar todas las personas que poseen cuartos disponibles y que estos a su vez puedan ser alquilados a las personas que deseen disfrutar de la playa y todo el encanto que guarda Libertador Bolívar con la amabilidad de su gente.

¿Considera Ud. que el diseño de un plan de negocio mejoraría la gestión empresarial de la hospedería comunitaria “Estrella de Mar”?

Son muchos los proyectos que se deben aplicar en la localidad que vayan a beneficio de la población como tal, y por ser nuevos impulsores del turismo es muy buena iniciativa que se desarrollen proyectos como el plan de negocio que va a ayudar a mejorar el servicio del establecimiento y así mismo se dará ejemplo a los demás que se encuentren siendo partícipes del turismo.

2.10 PRUEBA DE HIPÓTESIS

A continuación se detalla la hipótesis que se desarrolló para la comprobación de la misma:

“El plan de negocio mejorará la gestión empresarial de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar”

Para tal efecto se ha tomado en consideración los resultados de las encuestas realizadas a los huéspedes, las entrevistas realizadas a los empleados y las autoridades locales.

En relación a estos datos se tienen los siguientes resultados:

TABLA N° 2 TABLA DE CONTINGENCIA

CATEGORÍA	SI	NO	TOTAL
HÚESPEDES	173	41	214
EMPLEADOS	5	0	5
AUTORIDAD LOCAL	2	0	2
TOTAL	180	41	221

Fuente: Tabulación de Resultados

Elaborado Por: Marjorie Pozo Láinez

De acuerdo a las encuestas realizadas a los huéspedes y entrevistas a los empleados del establecimiento y autoridades de la comunidad, se obtuvo un alto porcentaje en que los huéspedes y demás personas aceptan que se realice un plan de negocio para el establecimiento, ya que esto contribuirá al desarrollo económico de las familias que desarrollan dicha actividad, mejorando la gestión empresarial y la estructura física para así de esta manera seguir con el desarrollo turístico de la comunidad.

2.11 DISCUSIÓN DE RESULTADOS DEL CAPÍTULO

De acuerdo a la información obtenida de las encuestas realizadas a los huéspedes y luego del análisis realizado a los datos obtenidos con las herramientas de evaluación se puede determinar que: En el establecimiento que brinda el servicio de alojamiento no cuenta con los indicadores importantes para desarrollar la gestión empresarial, es por tal motivo que en la evaluación que se realizó se obtiene una calificación de Regular en rango superior a las demás opciones, lo que ha originado que los huéspedes decidan ir a otros establecimiento, entonces estos resultado dan la pauta y oportunidad de mejorar el establecimiento y pueda ser visitada con mayor frecuencia y demás personas puedan disfrutar de su estadía.

En la actualidad Libertador Bolívar continua buscando la certificación de sus playas y uno de los requerimientos para conseguir la certificación está en el buen servicio que deben brindar a los turistas, que las instalaciones estén debidamente equipadas cumpliendo con los requisitos que plantea la ley de turismo en cuanto a las hospederías comunitarias que las nominan en la localidad, siendo esta casa de huéspedes.

La hospedería “Estrella de Mar” requiere ser debidamente equipada, y organizada, es decir mejorar la gestión empresarial para que pueda desarrollar sus actividades de mejor manera, y el huésped se sienta a gusto con el servicio que adquiere y el pago por lo consiguiente sea justo.

CAPÍTULO III

PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA COMUNITARIA “ESTRELLA DE MAR”, LIBERTADOR BOLÍVAR, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN Y PROVINCIA DE SANTA ELENA 2016.

3.1 PRESENTACIÓN

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico de desarrollo, que atiende necesidades actuales de los turistas, creando iniciativas por parte de los moradores de la comunidad buscando ser los pioneros en el ámbito turístico, y en base a la necesidad de un ingreso económico nace la hospedería comunitaria “Estrella de Mar”, la misma que inició con la venta de almuerzos, creciendo hasta llegar a ser una hospedería, brindando el servicio de alojamiento.

La necesidad de aplicar un plan de negocio en la hospedería surge de la ubicación dentro de su territorio, sitio estratégico en el mercado competitivo, es decir, que dicha empresa se encuentra en una zona geográfica importante para poder brindar sus servicios, pero por razones administrativas, la empresa no puede progresar ni posicionarse en el mercado.

El plan de negocio se orientará en los cuatro puntos importantes de la administración, los mismos que permitirán el desarrollo de actividades turísticas de forma eficiente, además, se enfocará en la imagen representativa de la empresa. En cuanto a la planificación se deberá establecer la misión, visión y objetivos institucionales de la empresa hacia donde quieren llegar.

En la organización se diseñará una estructura orgánica y funcional con departamentos administrativos y operativos que garantizarán la eficiencia institucional, mejora continua proyectada al desarrollo organizacional, definiendo canales de comunicación mediante la jerarquización y división de funciones orientados al cumplimiento de sus responsabilidades permitiendo el alcance de los objetivos.

Además se busca elaborar un plan financiero, requisito fundamental de la planificación institucional, especificar los ingresos y gastos, incluyendo las proyecciones, determinando cuando alcanzará el punto de equilibrio después de una generación de flujo.

3.2 JUSTIFICACIÓN.

El estudio que se propone como trabajo de grado se da en el área de alojamiento, ya que es uno de los servicios desarrollados con restricciones de la comunidad, sus pobladores desarrollan actividades comerciales que brindan fuente de ingresos por la venta de artesanías y la gastronomía. Entonces de aquí parte el problema de cubrir las necesidades y exigencias del turista en el momento de visitar un atractivo, aparte que la comodidad está en el servicio personalizado de calidad para que ellos se sientan satisfechos.

El plan de negocio contribuye al fortalecimiento del desempeño empresarial, a la imagen y calidad del servicio de alojamiento y alimentación tanto del destino como del negocio propiamente dicho, apuntando al mejoramiento del actual nivel de ingresos, y potenciando al incremento de plazas de trabajo en el mismo, para la gente de la localidad.

Al diseñar un plan de negocio para la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” se pretende fortalecer la gestión del negocio mediante la aplicación de acciones y estrategias enfocadas al desarrollo turístico sustentable, para la proyección turística del establecimiento, aseguramiento de la calidad y rentabilidad de la empresa.

Contar con acciones estratégicas, factibles y pertinentes para el mejoramiento operativo y administrativo del mismo, esto corroborará a evitar que se cometan los mismos errores, sabiendo que el plan de negocio es una herramienta fundamental en la cual los administradores de empresas pequeñas y grandes pueden evaluar el rendimiento y la rentabilidad en un determinado tiempo.

Además se pretende ampliar la estructura física del establecimiento creando departamentos administrativos e incrementando el número de habitaciones, permitiendo de esta manera cubrir una parte de la demanda que concurre a la comuna de Libertador Bolívar.

La utilidad de este proyecto será una respuesta a los problemas que se presentan dentro del establecimiento como el rendimiento operativo, estrategias de marketing, los ingresos generados por el turismo, al mismo tiempo se puede obtener el financiamiento para desarrollar más su negocio.

3.3 ANÁLISIS SITUACIONAL

En la actualidad, Libertador Bolívar es una comunidad que busca el desarrollo turístico, por ende las autoridades locales están buscando implementar acciones estratégicas que fortalezcan las alianzas y asistencia de las autoridades competentes, direccionadas a la implementación de obras transformadoras para cada sector productivo importante de perfil costero, comunidades que generan flujo comercial, mediante actividades individuales y colectivas que atraen a los turistas locales, nacionales y extranjeros.

Libertador Bolívar tiene una gran demanda de turistas y visitantes, en mayor proporción en época de feriados, con el afán de cubrir la oferta turística se despliegan innumerable actividades que impulsan su gastronomía especializada en alimentos & bebidas propios de la zona, en el tema de alojamiento no se ha desarrollado en gran magnitud por ende los viajeros optan por alojarse en sectores periféricos, dando una pauta para que se logre implementar el establecimiento.

La hospedería comunitaria “Estrella de Mar” posee una alta competencia en el balneario de Montañita con una gran variedad de servicios turísticos que brindan a sus clientes. Sin embargo esta hospedería está direccionada hacia un mercado que busca disfrutar de su gastronomía, de la tranquilidad que guarda esta comunidad dejando atrás el ruido típico de la ciudad.

La hospedería es una microempresa familiar que posee una estructura rústica a base de cemento, madera y caña guadua, con una vista panorámica frente al mar, cuenta con cuatro habitaciones disponibles, dos matrimoniales y dos familiares con una capacidad de diez personas diarias, cuenta además con servicio personalizado del administrador.

En cuanto al personal con el que cuenta la hospedería, está conformado por el administrador y dueño de la empresa, su esposa que se encarga de la cocina, y los hijos se encargan del servicio de limpieza y meseros, además cuentan con un servicio adicional de cabalgata, pero aún no está debidamente estructurado el producto a ofertar.

3.4 ANÁLISIS INTERNO

3.4.1 Clientes

Los turistas y huéspedes buscan disfrutar del sol, arena y mar, pernoctar en zonas rurales con mayor tranquilidad y que estos a sus vez sean en un ambiente cómodo, tranquilo y disfrutar de los servicios que ofrece la hospedería en general.

3.4.1.1 Clientes actuales y potenciales

La clientela de huéspedes y turistas es muy amplia debido al diferente poder económico que tiene el mercado de la hospedería e incluso cada uno se inclina por adquirir un producto o servicio de calidad que llene sus expectativas y al mismo tiempo sea a precio módico, sin tener alguna distinción o diferenciación por ser estos nacionales o extranjeros.

3.4.2 Competencia

La comunidad de Libertador Bolívar, cuenta con un entorno competitivo en el que se desenvuelve siempre el riesgo de que se establezcan nuevos competidores con mayor capacidad de reacción ante las necesidades de los clientes e incluso lugares que ofrecen las mismas características convirtiéndose en una amenaza, por tal razón se ha dado la solución con la aplicación del establecimiento remodelando las habitaciones y sobre todo complementando el servicio de alimentación, dando un mayor realce al servicio que ofrece la hospedería, y no solo busque el servicio de alimentación o de artesanías sino disfrutar de su tiempo libre en familia y alojarse en la comunidad de Libertador Bolívar.

3.4.2.1 Competencia directa

Las hospederías que circundan el lugar tienen mucha similitud en cuanto al servicio y el número de habitaciones, es por tal razón que se pretende mejorar la gestión empresarial y la estructura física y cada aspecto en atención personalizada a los huéspedes.

A continuación se detallan los establecimientos que ofrecen el servicio de alojamiento en la comunidad de Libertador Bolívar. (VER ANEXO N° 6)

3.4.2.2 Competencia indirecta

Como existe una sola hostería no representa una amenaza para el crecimiento de la empresa, el mercado meta es la cobertura de una demanda insatisfecha de clientes que buscan un lugar donde tener una acogida familiar.

Sin embargo están los establecimientos de los sectores aledaños que ofrecen los mismos servicios e incluso con más actividades que ofrecer a sus clientes, pero por eso se estableció un estudio de mercado el cual permite conocer el perfil del cliente.

3.5 ANÁLISIS EXTERNO

3.5.1 Análisis político, económico, social, tecnológico y ambiental (PESTA)

Con el afán de establecer acciones y estrategias para la hospedería se detalla a continuación y se presenta el respectivo análisis político, económico, social, tecnológico y ambiental.

3.5.1.1 Entorno político

En la actualidad el país se encuentra con una estabilidad política que no favorece el incremento de diferentes sectores productivos ya que se está considerando que cada nivel de gobierno establezca sus propias estrategias de gestión observando las diferentes normativas vigentes afines, que permiten elevar los niveles de productividad, estabilidad económica favorable para el progreso y bienestar de la población.

El gobierno actualmente se encuentra brindando apoyo a las comunidades, ya que tienen derecho a participar en la administración y conservación de los recursos naturales renovables, brindando la oportunidad de desarrollar nuevas actividades las cuales permitan que exista un desarrollo económico y tener un mejor estilo de vida.

3.5.1.2 Entorno económico

El Ecuador y sus bellas playas ya cuentan con Normas Técnicas que mejoran y planifican sustancialmente el desarrollo del turismo sostenible para la playa de Libertador Bolívar, siendo las primeras en beneficiarse de esta planificación que mejora la calidad de atención a los turistas que la visiten, así como la calidad de vida de los pobladores, que en su mayoría se dedican a la operación turística.

La comuna Libertador Bolívar tiene una población cercana a los 2.896 habitantes, cuyas actividades económicas principales son la artesanía y el turismo (80% de la población) ya que hoy en día se está desarrollando turísticamente y su

infraestructura está creciendo en la prestación de servicio de alojamiento y A&B y la agricultura (20%), que era una de las fuentes primordiales que ha quedado atrás y que por el motivo de la sequía muchas personas emigraron a otros lugares para mejorar su estilo de vida.

3.5.1.3 Entorno social

La comunidad de Libertador Bolívar es una población integrada por alrededor de 2896 habitantes que se dedican a diferentes actividades productivas entre las que se destacan la ebanistería y construcción, microempresas, agricultura y actividades turísticas en un gran porcentaje, las mismas que generan un ingreso económico para el sustento diario.

Su cultura se orienta a estilos de vida que tiene cada familia, ceremonias y valores derechos fundamentales de las personas, tradiciones y creencias que tienen cada comunidad como los difuntos, fin de año, etc.

3.5.1.4 Entorno tecnológico

En la actualidad la tecnología es una herramienta muy importante para el desarrollo de diferentes actividades, contribuyendo de esta manera a la información y comunicación permitiendo así estar enterado de las noticias en tiempo real a través de redes sociales y sitios de la web.

Cabe recalcar que las empresas e instituciones públicas tienen mayor acceso a la tecnología, lo utilizan para comunicarse e incluso promocionar alguna actividad, sin embargo se están olvidando de las comunidades apartadas de la urbanización que tienen poco acceso a la tecnología e incluso no están debidamente preparadas para la utilización de la misma.

3.5.1.5 Entorno ambiental

En el ámbito ambiental se ha considerado la implementación de normativas e instrumentos legales que se orienten al enfoque social y responsable hacia el

medio ambiente y el entorno en que desarrollan sus actividades, corresponsabilizando a la sociedad sobre el uso y abuso de los recursos naturales que se emplean para el desarrollo de las actividades productivas.

Todos los marcos legales apuntan al eficiente desenvolvimiento de las organizaciones públicas y privadas, fortaleciendo su gestión con observancia a la Constitución, Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017, Ley de Turismo, la Ley del consumidor y Normas de Calidad.

3.6 ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (F.O.D.A)

El análisis F.O.D.A consiste en analizar de forma sistemática las fortalezas y debilidades que tiene la empresa como factores internos, así como también por las oportunidades y amenazas que son factores externos los cuales ayudarán a la toma de decisiones para buscar el desarrollo de la empresa. (VER ANEXO N° 7)

Dentro de los factores internos están la ubicación geográfica del establecimiento, las vías de acceso y los recursos que posee, todos estos como fortalezas, y en cuanto a las debilidades están la administración deficiente, estructura organizacional débilmente definida, no cuenta con estrategias de mercados definidas y un bajo presupuesto.

En cuanto a los factores externos se determina que es un lugar donde se desarrollan diferentes tipos de ferias y festividades por lo tanto existe afluencia de turistas, sin embargo como amenazas están los establecimientos que expenden productos y servicios similares e inclusive los lugares aledaños con mayor reconocimiento en el mercado.

De acuerdo a la matriz estratégica FODA se ha obtenido las respectivas estrategias de gestión institucional. (VER ANEXO N° 8)

Estrategias de crecimiento

- ✚ Consolidar a la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” en el Ámbito Turístico.
- ✚ Ampliación de la infraestructura física para cubrir las necesidades del mercado turístico.
- ✚ Paseos en caballos por lugares atractivos de la zona.

Estrategias de refuerzo

- ✚ Mejorar la gestión institucional con talento humano calificado en brindar los servicios de calidad.
- ✚ Eficiente empleo de la estructura orgánica y funcional para cubrir la demanda turística
- ✚ Establecer estrategias de gestión y posicionamiento del mercado para acaparar los visitantes y turistas en las temporadas playeras.

Estrategias de respuestas

- ✚ Acoger a los turistas que visitan la ruta del Spondylus por las vías de acceso idóneas en la zona.
- ✚ Proporcionar una mayor variedad de productos para satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas.
- ✚ Mejorar la imagen institucional implementando modelos de atención y servicio de hospederías posicionadas en las comunidades cercanas.

Estrategias de repliegue

- ✚ Proyectar la administración eficiente institucional para competir con lugares que brindan similares productos y servicios.

- ✚ Definir los departamentos administrativos y operativos en la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” orientada a recuperar a los visitantes y turistas que han elegido las instituciones posicionadas en el mercado turístico.
- ✚ Eficiente aplicación de la jerarquía administrativa mejorando los productos y servicios que brinda la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar”

3.7 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

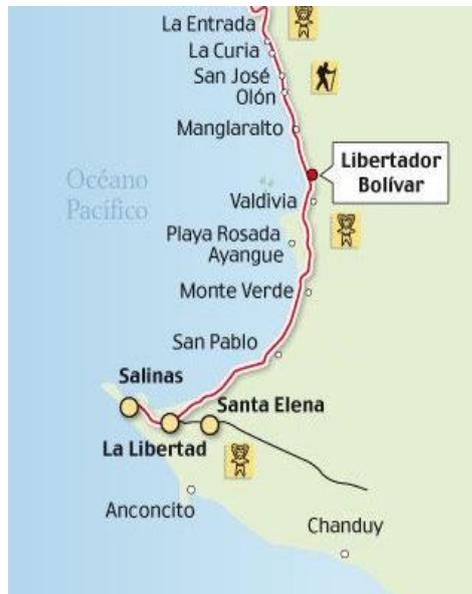
3.7.1 Antecedentes de la empresa

La hospedería comunitaria “Estrella de mar” nace en el año 2000 de una humilde familia que busca el progreso y su bienestar, con la venta de almuerzos dentro de su propia casa, posteriormente se acondicionó una habitación para que pueda ser alquilada y obtener un ingreso adicional.

Con el pasar del tiempo la comunidad de Libertador Bolívar comenzó a darse a conocer como un lugar turístico, donde se podía desarrollar un sinnúmero de actividades capaces de llamar la atención a los turistas, por tal razón acudieron a instituciones financieras para obtener crédito para que estos negocios puedan incrementar los espacios físicos para atender a los clientes, gracias a estos los establecimientos comenzaron a crecer de una manera acelerada mejorando notablemente sus instalaciones.

Actualmente ésta hospedería posee cuatro habitaciones, dos matrimoniales y dos triples, cabañas con una vista panorámica frente al mar, ofrecen su servicio de alimentación con una atención personalizada de su propietario esposa e hijos, que son el pilar fundamental del negocio, sin embargo falta mejorar la gestión empresarial del establecimiento.

GRÁFICO N° 24 COMUNIDAD DE LIBERTADOR BOLÍVAR



Fuente: www.rutadelsol.com.es

3.7.2 Ubicación del negocio

- 📍 **Provincia:** Santa Elena
- 📍 **Cantón:** Santa Elena
- 📍 **Parroquia:** Manglaralto
- 📍 **Comuna:** Libertador Bolívar
- 📍 **Dirección:** Barrio Cristóbal Colón – calle 9 de octubre vía a Manglaralto

3.7.3 Administración de la hospedería

La administración y el equipo de trabajo está al mando del Sr. Severino quien ejerce la representación y dirección de la hospedería, dicha institución es de carácter familiar, careciendo de un organigrama bien estructurado, incidiendo en el accionar y desempeño de las funciones del equipo de trabajo.

3.8 FILOSOFÍA EMPRESARIAL

3.8.1 Misión

Brindar el mejor servicio de alojamiento y alimentación enfocado en el desarrollo turístico sustentable actuando con responsabilidad social, basándonos en la calidad y servicio personalizado en instalaciones cómodas y agradables.

3.8.2 Visión

Ser una hospedería líder en alojamiento, logrando alcanzar un reconocimiento en el mercado nacional e internacional fidelizando a sus clientes, con un personal calificado y eficiente en la prestación de servicios.

3.8.3 Valores de la empresa

- ✚ **Honestidad.-** Este valor busca lograr que exista comunicación honesta y eficiente entre las personas que conforman el trabajo de la empresa.
- ✚ **Responsabilidad.-** La responsabilidad de los trabajadores de la empresa está en buscar el bienestar y la tranquilidad de los huéspedes para de esta manera atenuar el crecimiento ambiental, social y económico de la empresa y comunidad.
- ✚ **Respeto.-** Brindar respeto a los huéspedes y turistas y por ende este valor se aplique entre los empleados que laboran en él.
- ✚ **Discrecionalidad.-** Trabajar de forma discreta en realizar las actividades sin ningún daño a la competencia.
- ✚ **Compromiso.-** Todo el personal debe tener el compromiso de desarrollar las actividades de forma eficiente para así de esta manera cumplir con las expectativas del visitante.
- ✚ **Transparencia.-** Actividades basadas en normas y principios las cuales aseguran procesos claros sin ningún problema.
- ✚ **Profesionalismo.-** Las personas encargadas de la hospedería deben ser competentes y sobre todo conocedoras de las actividades que se realicen para que los visitantes estén satisfechos.

3.9 OBJETIVOS EMPRESARIALES

3.9.1 Objetivo general

Fortalecer la gestión del negocio mediante la aplicación de acciones estratégicas enfocadas al desarrollo turístico sustentable, para la proyección institucional y el aseguramiento de la calidad y rentabilidad de la hospedería.

3.9.2 Objetivos específicos.

- ✚ Diseñar la estructura orgánica y funcional de la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” mediante la definición de funciones y responsabilidades del talento humano permitiendo el aseguramiento de la calidad de los bienes y servicios brindados.
- ✚ Remodelar la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” mediante la ampliación de la estructura física que permita el anexo de departamentos institucionales y habitaciones.
- ✚ Plan de promoción y publicidad para la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” mediante el diseño de marca turística.
- ✚ Implementar un plan financiero empresarial mediante la proyección de ingresos y gastos orientados a la rentabilidad de la Hospedería.

3.10 FACTORES CLAVES DEL ÉXITO

Los factores claves para el éxito de una empresa, son aquellas características internas que se debe tener, las cuales van a permitir y garantizar ventajas competitivas con las demás empresas que se encuentran a su alrededor. Los factores en forma general, son aquellos de naturaleza intangible, es decir el intelecto de cada persona para desarrollar su trabajo.

3.10.1 Capital humano

El capital humano es aquel que se considera promotor del resto de los componentes del capital intelectual de las personas que trabajan en la empresa, buscando la satisfacción y motivación del personal mediante el trabajo en equipo y la capacidad de resolver incidencias.

Pasión

La pasión y entrega al trabajo que desempeña y no hacerlo solo por dinero, más bien el empleado debe divertirse con cada actividad que desarrolle en el establecimiento ya que si más produce, el dinero llegará.

Trabajo duro

Nada llega fácilmente por ende hay que trabajar duro todos los días. El trabajo realizado con el esfuerzo de cada uno de los empleados marca diferencias de las demás empresas.

3.10.2 Capital estructural

Dentro del capital estructural se tienen en cuenta los elementos esenciales que guarda la estructura organizacional interna de la empresa las cuales van a permitir desarrollar las actividades empresariales; sean estas, la filosofía corporativa, el reparto de tareas y responsabilidades, así como la existencia de estrategias para captar información esencial para el desarrollo operativo de la empresa.

3.10.3 Capital relacional

En este aspecto el establecimiento debe contar con relaciones externas, es decir con proveedores, con los clientes y sobre todo las relaciones públicas con organizaciones comerciales las cuales van a permitir la venta de los servicios que oferta la empresa. Accionar para captar los futuros clientes, implementando estrategias para desarrollar un plan de promoción para el establecimiento.

3.11 ESTUDIO DE MERCADO

3.11.1 Determinación de mercado

El mercado en el sector turístico es alto en lo que corresponde en época de temporada alta y feriado, debido a que está siendo reconocido por la variedad gastronómica y artesanal, además es visitado por quienes disfrutan de la playa y de realizar deportes como el parapente.

3.11.2 Mercado potencial

El mercado potencial lo integran las personas de los sectores urbanos que buscan disfrutar en familia del sol, arena y mar en un ambiente tranquilo, estar en contacto con la naturaleza y por las noches descansar en una habitación confortable.

3.11.3 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado en cuanto a la hospedería comunitaria “Estrella de mar” identifica el proceso de la prestación del servicio a ofertar dependiendo del mercado total en cuanto a las características de sus clientes, ya que hace una referencia de examinar atributos relacionados con gustos y preferencias, estilo de vida, edad, género y conducta de las personas. Estos criterios ayudarán a conocer el perfil de los huéspedes y al mismo tiempo ayudará a acercarnos más a ellos.

3.11.3.1 Características geográficas

En cuanto a la segmentación geográfica se encuentra direccionada para turistas locales de la región costa y región sierra, siendo estas personas residentes de dichos lugares las que más visitan la provincia de Santa Elena y por ende se distribuyen en la zona norte de la provincia llegando a la comunidad de Libertador Bolívar cierto porcentaje.

3.11.3.2 Características demográficas

El estudio de mercado proyecta a huéspedes con las siguientes características, en cuanto a la edad promedio de 30 a 60 años de edad, género femenino y masculino, es decir para huéspedes que desean disfrutar sus vacaciones en familia, por tal razón la frecuencia de edades varían.

3.11.3.3 Características psicológicas

En cuanto a las características psicológicas de las personas al salir de su lugar de residencia y de la rutina en la zona urbana, buscan disfrutar de una zona tranquila, agradable, disfrutar de la playa y por las noches descansar en un lugar cómodo como si estuvieran en casa.

3.11.3.4 Motivaciones y necesidades

La necesidad de salir de la rutina les motiva a dejar sus residencias y disfrutar del sol, arena y mar, sobretodo en familia, buscando sentirse como si estuvieran en casa, aprovechan realizar estas actividades cuando es época de temporada alta y en feriados.

3.11.3.5 Perfil del cliente

El perfil del huésped que busca alojarse en la hospedería “Estrella de Mar” son aquellas personas de ambos sexos que buscan disfrutar de sus vacaciones en familias, salir de la rutina del trabajo en las zonas urbanas, y buscan estar en contacto con la naturaleza.

TABLA N° 3 PERFIL DEL CLIENTE

Género	Masculino y femenino
Clasificación de población	Jóvenes, casados, jubilados
Edad	desde jóvenes a adultos mayores
Familias	Clase media
Observación: buscan disfrutar del sol, arena y mar, estar en contacto con la naturaleza, realizar deportes y por las noches descansar como si estuvieran en casa.	

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

Visitan el establecimiento de forma casi equitativa el género masculino y femenino, con la edad promedio de personas jóvenes y adultas, por lo general son familias de clase media, que buscan salir de la rutina de las grandes ciudades a un lugar tranquilo de relax.

3.12 ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

Las estrategias corporativas pretenden establecer elementos esenciales, las cuales van a ayudar a tener éxito en el mercado. La hospedería “Estrella de Mar”, es un establecimiento que pretende ofrecer experiencia única vacacional en familia o con su pareja.

3.12.1 Producto

El producto a ofertar es de alojamiento, seguido de la restauración, ofreciendo atención personalizada, con cabañas frente al mar, hamacas y el servicio de Wifi. En cuanto al servicio de alojamiento se ofrecerán habitaciones sencillas, dobles, triples y matrimoniales, cada una con baño privado, además se incluye el desayuno como valor agregado al producto. También estará a disposición el servicio de restauración para servirse almuerzos y platos a la carta degustando la variedad gastronómica de la costa.

3.12.2 Estrategia de producto

El servicio a ofrecer en la comunidad de Libertador Bolívar, es la remodelación de la hospedería “Estrella de Mar” que brindará a los huéspedes o turistas el descanso y tranquilidad cerca de la playa, disfrutar de la arena y mar, compartir con las tradiciones y costumbres que guarda la comunidad, y sobre todo las artesanías que son elaboradas por los pobladores de dicho sector, y otras actividades que pueden realizar como la del servicio de restauración; para diferenciar se ha creado una marca que llegue a la mente de los consumidores.

3.12.3 Marca

Actualmente la hospedería comunitaria “Estrella de Mar” no cuenta con una marca que le permita ser identificada en el mercado, solo cuenta con una foto del establecimiento la cual representa la actividad turística, por ende se realiza una marca la cual le permita ser identificada y tome posición en el mercado.

El nombre del producto turístico ya está establecido por el propietario del local, que concluye en ser identificado como Hospedería “Estrella de Mar”, dando el realce por su ubicación geográfica a orillas del mar. Por tal razón se propone la creación de una marca la cual simboliza el contacto con la naturaleza del mar y el confort que ofrecen las habitaciones, la estrella de mar simboliza la fauna marina que se encuentra en la comunidad de Libertador Bolívar que al hospedarse en este lugar pueden desarrollar la actividad del snorkeling y las burbujas de mar que se encuentran a orillas simboliza disfrutar del sol, arena y mar, así como las diversas actividades que pueden desarrollar en el lugar antes mencionado.

GRÁFICO N° 25 LOGOTIPO HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR



REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL ESTABLECIMIENTO

Elaborado por: Renato Pihuave “Diseños piwi”

3.12.4 Slogan

El slogan es aquel mensaje que se pretende grabar en los huéspedes, que al estar hospedados en aquel lugar, puedan disfrutar y sentir el verdadero descanso familiar y sientan la necesidad de regresar al establecimiento.

El slogan hace referencia a la comodidad que va a recibir el huésped en el momento en que quienes visiten la comunidad de Libertador Bolívar se hospeden en la hospedería “Estrella de Mar” y puedan disfrutar del relax y confort, sobre todo divertirse en la playa realizando las diferentes actividades que deseen.

**DONDE INICIA LA VERDADERA
SATISFACCIÓN DEL DESCANSO FAMILIAR**

3.12.5 Logotipo

Estrella de mar.- Hace referencia a la fauna marina que se encuentra en el fondo de mar, de la comuna de Libertador Bolívar, debido a que al hospedarse en este lugar podrá realizar snorkeling.



Burbujas de mar (orilla).- La orilla representa la ubicación geográfica en la que se encuentra la hospedería y sobre todo en la que puede disfrutar del sol, arena y mar una vez que allí se aloje.



Tipografía Noteworthy.- Es aquel tipo de letra con la que fue diseñada la tipografía del logotipo, que a su vez sea entendible y llamativa en el mercado.



3.12.6 Imagen del personal

En cuanto del personal se busca que se encuentren totalmente identificados para que así de esta manera los turistas que lleguen al establecimiento puedan identificar al personal y solicitar el servicio a adquirir o alguna pregunta que este tenga.

De acuerdo al logotipo que se diseñó, se establecieron parámetros de colores en la que puede ser aplicado el logotipo, entre los colores sugeridos está el blanco, anaranjado y azul. El personal del establecimiento utilizará los colores de camisetas de acuerdo a las temporadas y como disponga el administrador, siendo esta de forma aleatoria. (VER GRÁFICO N° 28)

3.12.7 Capacitación

Las capacitaciones que van a tener los empleados se realizarán de acuerdo a las actividades que este brinde, como es el alojamiento y restauración, las capacitaciones se realizarán una vez al año con una duración de 40 horas cada una, con la finalidad de actualizar conocimientos y estar a la vanguardia del huésped.

Las capacitaciones estarán en convenio con la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), desarrollando la actividad de vinculación con la colectividad. Para esto se pretende recibir capacitaciones relacionadas con:

- ✚ Atención al cliente
- ✚ Relaciones humanas
- ✚ Manipulación de alimentos

3.12.8 Servicio

Los servicios que van a estar a disposición de los huéspedes y turistas son las de alojamiento, con habitaciones sencillas, dobles, triples y matrimoniales, cada una de las habitaciones con baño privado para que no exista el problema cuando se presente la mayor afluencia de demanda.

Además está a disposición el servicio de restauración ofreciendo desayunos, almuerzos durante temporada baja y platos a la carta en temporada alta, ofreciendo la variedad gastronómica de la costa ecuatoriana, además estará a disposición el servicio de Wifi como un valor agregado a diferencia de las demás hospederías.

3.12.9 Precio

En la tabla se detalla el valor en dólares que va a estar disponible para las habitaciones ofertadas por la hospedería comunitaria “Estrella de Mar”, los precios van de acuerdo a la ocupación de cada una de ellas y estrategias que se utilizarán para mantenerse y lograr el desarrollo empresarial que quiere alcanzar el establecimiento a diferencia de las demás competencias, en este caso el desayuno incluido.

TABLA N° 4 LISTA DE PRECIOS DE HABITACIONES

Matrimoniales	25,00
Triples	30,00
Dobles	20,00
Sencillas	10,00

FUENTE: Hospedería comunitaria “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

TABLA N° 5 LISTA DE PRECIOS DE ALIMENTACIÓN

DETALLE	P.V.P
Desayuno 1	\$ 3,50
Desayuno 2	\$ 3,50
Almuerzos	\$ 3,00
Ceviche de camarón	\$ 6,99
Ceviche de pescado	\$ 6,00
Ceviche de concha	\$ 8,00
Ceviche mixto	\$ 8,00
Arroz con camarón	\$ 6,99
Arroz marinero	\$ 8,51
Arroz con pescado apanado	\$ 3,99
Arroz con camarón apanado	\$ 6,99
Pollo/Carne apanado	\$ 3,99
Camarones al ajillo	\$ 8,00
Tortilla de camarón	\$ 6,99
Chicharrón de pescado	\$ 6,99
Filete de camotillo frito	\$ 4,50

FUENTE: Hospedería comunitaria “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

3.12.10 Estrategia de precio

Las estrategias se van a enfocar directamente en brindar un margen de utilidad, el cual va a garantizar ofrecer un servicio de calidad a un precio justo y competitivo que permita generar utilidades, logrando la productividad para el establecimiento.

Además al lanzarse al mercado como un producto remodelado incluyendo el servicio de alimentos & bebidas que ofrecerá el establecimiento, se logrará una rápida perspicacia en el mercado competitivo.

3.12.11 Estrategia de plaza

La hospedería comunitaria estará dirigida a personas adultas que gustarían de pasar en familia y disfrutar de la gastronomía típica del lugar, dejando atrás el ruido típico de la ciudad sino más bien disfrutar de la tranquilidad que brinda Libertador Bolívar en su entorno; en los últimos años el producto ha tenido un

valor agregado adicional como lo es la alimentación volviéndose una necesidad para el cliente en el momento de adquirir el producto principal del establecimiento.

3.12.12 Estrategia de comunicación

La promoción de la hospedería comunitaria “Estrella de Mar” hace referencia a la publicidad que va a utilizar el establecimiento para que se dé a conocer en el mercado.

Internet

En la actualidad se observa que el 100% de establecimientos cuentan con una página de internet la cual es muy importante para que se dé a conocer incluyendo precios, actividades que se pueden realizar, los servicios que ofrece, etc.

Actualmente la hospedería no cuenta con una página de internet, ni cuenta en las redes sociales, tampoco posee una estructura adecuada para ser ofertada, al diseñar una página debe contar con colores representativos del lugar que llamen la atención que es un lugar tranquilo, donde va a disfrutar del descanso familiar y la naturaleza.

3.12.13 Estrategias de promoción

Para la promoción del establecimiento es muy importante se tenga en cuenta:

- ✚ **Presentaciones.-** La participación en ferias locales y eventos que se desarrollan en la comunidad y mucho más en épocas de temporada alta e incluso en el centro de información turística de la comunidad.

- ✚ **Publicidad.-** La publicidad se establece en redes sociales, papelería y souvenirs.

- ✚ **Reuniones estratégicas.-** Es importante fomentar alianzas con otras empresas que se encuentran involucradas con el desarrollo turístico de la comunidad realizando actividades turísticas.

3.12.13.1 Medios de publicidad

- ✚ **Internet.-** Mediante la herramienta del internet se creará una página web, en la que se ofrezcan los servicios de la hospedería, además que pueda hacer su reservación, tener correo electrónico y Facebook que es una de las redes sociales que mayor aceptación tiene en el mercado.
- ✚ **Tríptico.-** Material donde tendrá la información necesaria que el turista desee conocer sobre el establecimiento y los servicios que ofrece.
- ✚ **Llaveros.-** Los llaveros serán entregados para huéspedes fieles que disfruten del establecimiento con el logotipo, para que así de esta manera recuerden el lugar de visita.
- ✚ **Libreta.-** Las libretas serán entregadas para huéspedes que disfruten su estancia en el establecimiento perfilado con el logotipo, para que tengan presente a la hospedería.
- ✚ **Esferos.-** Los esferos serán entregados para huéspedes frecuentes que disfruten del establecimiento, los esferos estarán diseñados con el logotipo de la hospedería.

3.13 ESTUDIO TÉCNICO

3.13.1 Análisis de la capacidad instalada

La capacidad máxima con la que actualmente cuenta la hospedería “Estrella de Mar” hace referencia a cuatro habitaciones: dos matrimoniales y dos triples con

una capacidad máxima de 40 personas al mes, y podremos decir que al año tendremos un aproximado de 480 personas.

En la actualidad la comunidad de Libertador Bolívar recibe un aproximado de 1800 turistas en temporada alta, mientras que en temporada baja recibe alrededor de 500 a 800 turistas, por tal razón se pretende reestructurar el establecimiento ofreciendo habitaciones sencillas, dobles, triples y matrimoniales, cubriendo una capacidad para 20 personas diarias, es decir que si al mes se cuenta con una capacidad del 80% cubrirá 400 personas al mes.

Además cuenta con el servicio de restauración con 5 mesas que tienen capacidad para 4 personas en cada una de ella, en el sector de la playa cuenta con cabañas frente al mar para que el huésped o turista se sienta a gusto con el servicio de la hospedería “Estrella de Mar”.

Por pertenecer a una comunidad que está creciendo en el ámbito turístico, para temporadas altas hace falta el servicio de alojamiento, que es muy poco desarrollado, por tal razón se pretende reestructurar el establecimiento con el servicio de alimentación.

3.13.2 Estructura y ambiente

Actualmente la hospedería cuenta con una infraestructura realizada con materiales autóctonos de la comunidad, como: caña de guadua, madera, cade, etc., sin embargo con la ampliación se requiere de otros materiales, para de esta manera mejorar el ambiente del huésped por lo que se ha considerado adquirir los siguientes elementos: suministro de oficina, suministro de limpieza, cuadros decorativos, materiales de construcción, etc.

3.13.3 Instalaciones físicas y servicios a ofertar

La hospedería es una microempresa familiar, posee una estructura rústica actualmente de dos plantas, se pretende crear una planta más quedando conformada por planta baja, primer piso y segundo piso, a base de cemento, madera y caña de guadua, con una vista panorámica frente al mar, dividiendo departamentos para la organización empresarial y ampliando el número de habitaciones, ofreciendo el servicio de restauración que pueda brindar almuerzos y platos a la carta. (VER ANEXO N° 9)

3.13.3.1 Estructura física - planta baja

Dentro de la estructura física – planta baja se contará con cuatro departamentos, al ingresar está la recepción con su debido equipamiento valorado en \$800,00 dólares, el área de cocina donde se van a ofertar almuerzos y parte de la variedad gastronómica de la costa, contará con 5 mesas de 4 sillas para cada una valoradas en \$300,00 dólares, cocina Indurama cromada de 6 hornillas valoradas en \$600,00 dólares, juego de ollas de acero inoxidable valorado en \$125,00 dólares, cubertería inoxidable valoradas en \$25,00 dólares, vajilla de loza blanca \$120,00 dólares, cristalería sencilla \$100,00 dólares, carta sencilla de desayunos y platos a la carta, además contará con servicios sanitarios para hombre y mujer, mientras que a un costado del establecimiento estará a disponibilidad el parqueadero para quienes se trasladan en carro propio y deseen quedarse y disfrutar de sus vacaciones tranquilos con la seguridad que proyecta la hospedería. (VER ANEXO N° 10)

3.13.3.2 Estructura física – primer piso

En el primer piso contará con el departamento administrativo que es aquel ente que llevará a cabo la organización y control del establecimiento, por tal razón se implementará en el primer piso y el restante será dividido en dos habitaciones sencillas, con camas de plaza y media, cada una valorada en \$190,00 dólares y los colchones de una plaza y media fabricados por la empresa Chaide y Chaide

valorados en \$80,00 dólares y dos habitaciones triples, una cama de plaza y media valorada en \$190,00 dólares, con un colchón de plaza y media valorada en \$80,00 dólares y una litera de plaza y media en la parte superior e inferior valorada en \$250,00 dólares, con colchones valorados en \$80,00 dólares, en cada habitación un armario valorado en \$260,00 dólares, cada habitación contará con baño privado. (VER ANEXO N° 11)

3.13.3.3 Estructura física – segundo piso

En el segundo piso contará con seis habitaciones divididas en tres habitaciones matrimoniales con camas de dos plazas valoradas en \$230,00 dólares y los colchones de dos plazas fabricados por la empresa Chaide y Chaide valorados en \$110,00 dólares y tres habitaciones dobles con dos camas de plaza y media valorada en \$190,00 dólares cada una, con dos colchones de plaza y media valorados en \$80,00 dólares cada uno y en cada una de las habitaciones baño privado y un armario valorado en \$260,00 dólares. (VER ANEXO N°12)

3.13.4 Proceso de operaciones en la prestación de servicio

La operación de la prestación del servicio que se ofrece en la hospedería “Estrella de Mar”, cuenta con los siguientes pasos que se muestran a continuación:

(VER ANEXO N° 13)

Paso 1: Recibir al huésped

Al recibir al huésped se debe realizar la bienvenida y sobre todo desearle que tenga un excelente día y estancia en la hospedería.

Paso 2: Realizar el check in y entrega de llaves

Se debe realizar el check in para de esta manera poder registrar al huésped y saber cuántos días se va a quedar y no tener problema con la ocupación de las habitaciones.

Paso 3: Asignar la habitación

Dependiendo el requerimiento del huésped o turista se asigna la habitación requerida.

Paso 4: Verificar que la habitación satisfaga los requerimiento del huésped

Mostrar al turista o huésped las instalaciones de la hospedería, para que de esta manera puedan decidir quedarse en aquel lugar o algún requerimiento que este tenga.

Pasó 5: Servicio de cafetería

El servicio de cafetería está a disposición del huésped, ya que en el costo de habitación incluye el desayuno.

Paso 6: Servicio de lavandería

El servicio de lavandería está a disposición del huésped en caso requiera del servicio puede solicitarlo en recepción.

Paso 7: Cancelar los servicios adquiridos

El huésped procede a cancelar los servicios adquiridos dentro del establecimiento.

Paso 8: Realizar el check out

Se realiza el check out y se anexa la información del huésped, un registro para una próxima oportunidad que tenga el agrado de visitar aquel lugar y hospedarse.

Paso 9: Despedir al huésped

Se despide del huésped y se le agradece por utilizar los servicios, además se espera su próxima visita.

3.13.5 Maquinarias y equipos

En cuanto a los equipos que requiere el proyecto para la hospedería “Estrella de Mar” se utilizarán para el departamento administrativo y en cuanto a la producción en el área de recepción equipo de computación, muebles y enseres, equipos necesarios para la adecuación del establecimiento y su debida organización.

3.13.6 Recursos humanos

El talento humano que estará a cargo de llevar a cabo la gestión administrativa del establecimiento se encargará de planificar, organizar, direccionar y controlar las actividades que se lleven a cabo, además serán los responsables de que la empresa genere o no ganancias, evitando de cierto modo que exista pérdidas.

El personal administrativo y de producción será debidamente remunerado con todos los beneficios que dicta la ley.

3.13.7 Insumos o materiales

En cuanto a los insumos que el establecimiento requiere para el servicio de alojamiento y cafetería están implementos de limpieza, productos de uso diario como: jabón, shampoo, papel higiénico, en cuanto a los requerimientos de las habitaciones: sábanas, toallas, cortinas; para el área de cafetería se requiere de utensilios de cocina y productos para la preparación de los alimentos.

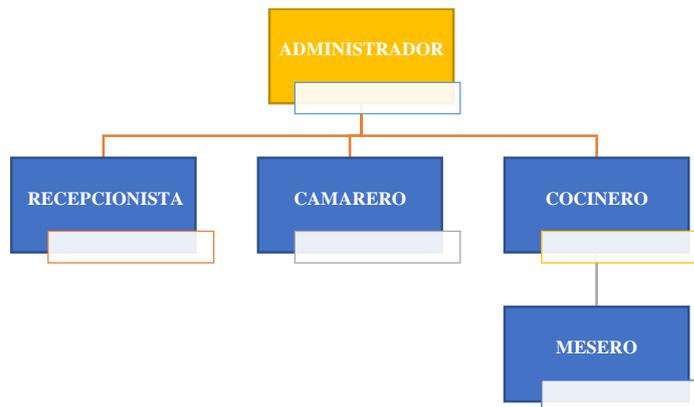
3.14 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para la hospedería “Estrella de Mar”, el capital humano es uno de los recursos más importante que al aplicar una estrategia va a hacer la diferencia con las demás empresas, es decir el cliente va a tener un servicio personalizado de calidad, de tal manera que el empleado debe estar debidamente preparado y motivado para estar al servicio del cliente.

3.14.1 Organigrama

La hospedería “Estrella de Mar” al no contar con una estructura orgánica definida se establece una de forma vertical indicando un orden jerárquico que deben seguir para el debido funcionamiento de la empresa.

GRÁFICO N° 26 ORGANIGRAMA DEL TALENTO HUMANO

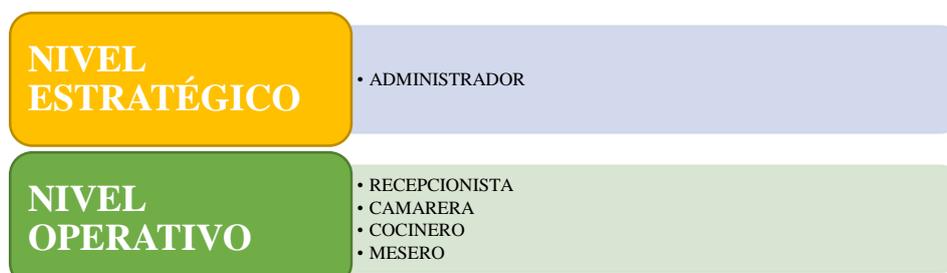


Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez.

3.14.2 Niveles talento humano

Para establecer un mejor desempeño del personal que trabajará en el establecimiento, se toman en consideración el nivel estratégico que va a estar liderado por el administrador y el nivel operativo que son todas aquellas personas que se van a encargar de las actividades que conlleva el negocio y cumplir con las expectativas de los huéspedes.

GRÁFICO N° 27 NIVELES DEL TALENTO HUMANO



Fuente: Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar”
Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez.

3.14.3 Personal de trabajo

Para el desarrollo de las actividades que se llevarán a cabo en la hospedería “Estrella de Mar” es necesario contar con cinco personas para el normal funcionamiento de las actividades, cada una con un rol específico en desarrollar sus funciones.

TABLA N° 6 EMPLEADOS DE LA HOSPEDERÍA

NIVEL ORGANIZACIONAL	CARGO EMPRESARIAL	N° TOTAL DE PERSONAS
NIVEL ESTRATÉGICO	ADMINISTRADOR	1
NIVEL OPERACIONAL	RECEPCIONISTA	1
	CAMARERA	1
	COCINERO	1
	MESERO	1

FUENTE: Hospedería comunitaria “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

3.14.4 Funciones del talento humano

ADMINISTRADOR

Es aquella persona que está al mando de la empresa ejerciendo el cargo con mucha responsabilidad, vigilando el cumplimiento de las políticas y normas de la empresa, y sobre todo que se cumplan las funciones de cada uno de sus empleados, para así de esta manera poder cumplir con la misión, visión y objetivos empresariales.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✚ Dirigir y coordinar las actividades administrativas de la hospedería.
- ✚ Administrar de manera óptica los recursos humanos, materiales y financieros.

- ✚ Planificar las acciones, estrategias y recursos
- ✚ Hacer cumplir la filosofía empresarial y políticas internas de la organización.
- ✚ Distribuir responsabilidades a sus subordinados.
- ✚ Elaborar un plan de trabajo que garantice la rentabilidad de la empresa.
- ✚ Gestionar propuestas de mejorar para el establecimiento.
- ✚ Crear nuevos productos y servicios permitiendo mejorar los existentes.
- ✚ Coordinar y establecer la promoción y publicidad.

RECEPCIONISTA

La recepcionista es aquella persona encargada de atender a los clientes, proporcionando información precisa y asistencia en cuanto al servicio y actividad que brinde el establecimiento.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✚ Realizar el check in y check out, además de dar información general de las actividades que se pueden realizar dentro y fuera de la hospedería.
- ✚ Realizar reservaciones de habitaciones.
- ✚ Establecer un registro de entrada y salidas de clientes.
- ✚ Mantener un registro de llamadas.
- ✚ Gestionar distribución de correspondencia.
- ✚ Enviar y recibir correspondencia.
- ✚ Manejo de caja chica
- ✚ Mantener en orden el área de recepción.
- ✚ Tramitar solicitud de taxi.

CAMARERA

Es aquella persona que se va a encargar de la limpieza de las habitaciones y por ende los demás departamentos de oficina y la hospedería como tal.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✚ Ser responsable con las llaves de las habitaciones.
- ✚ Limpieza de las habitaciones ocupadas y libres.
- ✚ Controlar el balance de la ropa sucia.
- ✚ Preparar habitaciones para clientes nuevos.
- ✚ Proveer diariamente el carro de camarera con suministros de limpieza.
- ✚ Reflejar control al finalizar la limpieza.
- ✚ Reportar anomalías o desperfectos en las habitaciones.

COCINERO

Es aquella persona que está especializada en el área de cocina, conocer con propiedad la preparación de platillos y se encarga además de crear e innovar nuevos platillos para sus comensales.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✚ Garantizar la preparación y presentación de los alimentos de manera adecuada y eficiente.
- ✚ Comprobar la calidad del platillo.
- ✚ Condimentar y cocinar los alimentos de manera adecuada según la receta.
- ✚ Garantizar la seguridad y prácticas de manejos de higiene de alimentos.
- ✚ Analizar en forma periódica los costos reales de la cocina.

MESERO

Es la persona que está encargada en atender a los clientes de manera cordial, proporcionando el menú del día en cuanto a alimentos & bebidas aplicando cada una de las normas que le permitan ser un magnífico mesero.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✚ Ser cortés con espíritu de servicio de empatía y responsabilidad.
- ✚ Sugerir al cliente aperitivos y bebidas.
- ✚ Tener conocimientos de servicio al cliente.
- ✚ Tomar la orden de los platillos que desean servirse.
- ✚ Servir los alimentos a la mesa.
- ✚ Recoger los platos sucios.
- ✚ Presentar al cliente el valor a cancelar.
- ✚ Observar al cliente que no olvide ningún objeto y de ser así realizar la respectiva devolución del mismo.
- ✚ Mantener las mesas limpias.
- ✚ Acomodar mantelería limpia.
- ✚ Limpiar los cuadros del establecimiento.
- ✚ Agradecer su visita.

3.15 ANÁLISIS FINANCIERO

3.15.1 Plan de inversión

Al haberse realizado un estudio de mercado y técnico en cuanto a los servicios que se van a ofertar e incluso que van a mejorar la gestión empresarial, se ha tomado en cuenta realizar un estudio financiero ya que es aquel que va a permitir llevar un control de los ingresos, costos y gastos que se realizarán en el establecimiento de acuerdo al proceso, considerando que debe existir una inversión financiera proactiva evitando pérdidas.

Dentro del plan de inversión que se va a realizar, se tienen en cuenta datos relevantes que van a ser utilizados dentro del desarrollo del estudio financiero para la hospedería “Estrella de Mar” en cuanto a la tasa de inflación y porcentajes de crecimiento. (VER ANEXO N°14; CUADRO N° 1)

3.15.1.1 Inversión Fija

En la inversión de los activos fijos que refleja la remodelación de la hospedería, están destinados a la producción o servicios del establecimiento, además son activos que tiene su tiempo de depreciación en un determinado tiempo y están sujetos a un desgaste mediante el proceso de producción.

Además están representadas las depreciaciones de acuerdo al tiempo de durabilidad que tienen los activos fijos. A continuación se detalla la inversión y depreciaciones. (VER CUADRO N°2-4)

3.15.1.2 Mano de obra

La mano de obra que se utilizará en la reestructuración de la hospedería requiere de tres maestros y dos oficiales con una duración de tres meses, trabajando cinco días a las semanas, con un total de \$ 7800,00. (VER CUADRO N°3)

3.15.1.3 Depreciación de activos fijos

De acuerdo a la ley de Régimen Tributario Interno, la depreciación de activos fijos se realiza de acuerdo a la naturaleza de los bienes que posee el establecimiento y la duración de vida útil y la técnica contable que se aplique para que el gasto sea deducible. (VER CUADRO N°5)

3.15.2 Gastos de operación (Sueldos y salarios)

Para el debido funcionamiento del establecimiento se debe contar con personal calificado, responsable de sus actividades, por tal razón para determinar los valores de sueldos a los empleados con una proyección de 5 años, se desarrollan con los porcentajes que establece la ley del Ecuador en cuanto a la remuneración de los empleados, considerando el porcentaje anual en cuanto a la inflación del 3,38%, con el aporte al IESS del 11,15%. (VER CUADRO N°6 y N°7)

3.15.3 Gastos de servicios básicos

La hospedería contará con los servicios básicos necesarios como el agua, energía eléctrica y el servicio de internet. Los valores que se detallan a continuación son calculados por año realizando proyecciones de 5 años, considerando que cada año existirá un incremento del 1% debido a la variación de porcentajes de incrementos. Gastos que son muy necesarios e importantes para el desarrollo normal de las actividades. (VER CUADRO N° 8)

3.15.4 Gastos de publicidad

En base a los medios y técnicas que se han establecido para llevar a cabo la publicidad de la hospedería, se estipula que cada año existirá un incremento del 1%, la publicidad del establecimiento busca llegar con el mensaje a los futuros huéspedes y llegar así a cumplir con los objetivos institucionales. (VER CUADRO N° 9).

Los gastos de publicidad del establecimiento se realizarán cada año con un determinado número de afiches, suvenires, materiales necesarios para su debida promoción antes mencionada.

3.15.5 Gastos de uniformes

En cuanto a los uniformes que van a utilizar los empleados del establecimiento constan una camiseta con el logotipo representativo de la empresa para que de esta manera puedan ser identificados y puedan proyectar una imagen ante el consumidor. Se han establecido parámetros para el color que puede ser utilizado el logotipo según estudio del diseñador gráfico. (VER CUADRO N° 10)

Las camisas que van a adquirir son de dos colores, alternando los colores para que puedan trabajar sin problemas, cada uno de los empleados tendrá dos camisas, podrán ser utilizadas con un jean para mejor comodidad a la hora de desarrollar sus actividades.

3.15.6 Presupuesto de capacitaciones para el personal

En cuanto al presupuesto de las capacitaciones que se detallaron anteriormente se darán con la finalidad de fortalecer el conocimiento de los empleados en cuanto al servicio que deben prestar a sus huéspedes e incluso adoptar nuevas medidas para mejorar la gestión empresarial.

Las capacitaciones estarán en convenio con la universidad, trabajando en el proyecto de vinculación con la colectividad y así de esta manera no exista un gasto muy elevado. (VER CUADRO N°11)

3.15.7 Gastos de Suministros de limpieza

La limpieza es uno de los aspectos más valorados dentro de un establecimiento, indefinidamente de saber si es o no de categoría, los suministros de limpieza ayudarán a la eliminación de polvo, cabellos, residuos de alimentos, suciedad, malos olores, grasas u otros materiales que provocan las manchas, dañando la imagen del establecimiento. (VER CUADRO N° 12)

El huésped por lo general siempre percibe como es la limpieza del lugar, por tal razón un establecimiento que brinda el servicio de alojamiento requiere de diversos productos para el aseo correcto de las habitaciones y de las demás áreas administrativas.

3.15.8 Gastos de menaje

Los gastos de menaje son todos aquellos elementos que se derivan de la transformación del producto o servicio final a ofertar a los turistas o huéspedes. En este caso la hospedería requiere de materiales necesarios que se transformarán en prestación de servicios, donde se utilizarán materiales para alojamiento y restauración. (VER CUADRO N° 13)

Los requerimientos de menaje son importantes para la elaboración final del producto o servicio a ofertar, es decir que para el área de alojamiento, se requiere de juegos de sábanas, edredones, toallas necesarias, papel higiénico para que cada una de las habitaciones se encuentren listas para el servicio del huésped.

De la misma manera está el área de restauración, que va a requerir de materiales como ollas, juego de vajillas, loza blanca, mantelería sencilla, juego de servilleteros, materiales importantes para poder brindar el servicio de restauración y que cada una de las mesas cuente con una presentación agradable para los huéspedes.

3.15.9 Gastos de mantenimiento

Los gastos de mantenimiento son rubros muchas veces imprevistos dentro del establecimiento, sean estos de electricidad, gasfitería o en ocasiones las camas, darle mantenimiento para mayor durabilidad y comodidad de los servicios prestados a sus huéspedes o turistas. Gastos imprevistos que de igual manera son considerados. (VER CUADRO N° 14).

3.15.10 Gastos activos diferidos

Los gastos activos diferidos son todos aquellos activos que a pesar de estar considerados como activos, son costos y gastos que no se cargan en el periodo en el cual se realiza el desembolso, sino que se posponen para periodos futuros, los cuales se benefician con los ingresos producidos.

Entre los gastos de activos diferidos están los gastos de constitución, que incurren para poner en funcionamiento su administración, requisitos de permisos y demás trámites gubernamentales. (VER CUADRO N° 15).

3.15.11 Ingresos por alojamiento y alimentos & bebidas

De acuerdo a la demanda estimada, se realiza proyecciones a cinco años, en la que se espera recuperar la inversión. En esta proyección se toman en cuenta que la

habitaciones van a permanecer en un 70% llenas por mes, con una capacidad promedio de 60 personas, al mismo tiempo el ingreso del restaurante va a permitir que existan ventas no solo para huéspedes sino para turistas que deseen adquirir el servicio que oferta la hospedería. Se estipula una participación en el mercado del 50%. (VER CUADRO N°16 y N°17)

3.15.12 Costos de alimentos & bebidas

De acuerdo a los costos en el área de alimentos y bebidas cada plato que se oferta está estipulado con un margen de utilidad del 50%, y es lo que el mercado competente realiza a la hora de ofrecer sus productos. Logrando de esta manera obtener ganancias y cubrir los gastos necesarios dentro del establecimiento.

3.15.13 Capital de trabajo

El capital de trabajo de la hospedería lo constituyen aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, sean estos insumos de la materia prima, mano de obra y otros gastos necesarios de la empresa.

3.15.14 Tabla de amortización

En cuanto a la tabla de amortización se tiene en cuenta cual va a ser la inversión, contabilizando todos los materiales necesarios para su debida reestructuración, y las inversiones que tendrán los socios accionistas de la familia.

Se tiene en cuenta un préstamo bancario en el Banco del Fomento por USD \$ 21614,84 con un interés del 11% que será cancelado en el transcurso de 5 años en donde se espera una rentabilidad positiva para la empresa.

3.15.15 Flujo de caja de efectivo

Es aquel informe contable el cual está representado en forma resumida y clasificada por las actividades de operación del establecimiento, la inversión que se está realizando en la remodelación de la hospedería y el financiamiento.

El flujo de efectivo ayudará de cierta manera a conocer sobre los ingresos y desembolsos que tiene la hospedería en cuanto al desarrollo de actividades que esta realiza en el periodo de cada año. Además con esta se puede evaluar las operaciones realizadas y el pago de las obligaciones, asimismo la capacidad financiera del establecimiento en función con el presente y como llegará en un futuro. (VER CUADRO N° 21)

3.15.16 VAN Y TIR

El van y el tir son dos herramientas financieras las cuales van a permitir evaluar la rentabilidad de la empresa.

El valor actual neto (VAN) es aquel indicador que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tiene el proyecto, para determinar si luego de desconectar la inversión inicial, nos quedara alguna ganancia, por ende después de desarrollar los cálculos obtenemos un VAN positivo de 243104.03, dando como resultado que sea viable el proyecto.

La tasa de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento en la que se iguala el valor de la inversión con el valor de los flujos de tesorería. El proyecto propuesto platea una TIR del 20%.

VAN		243.104,03
TMAR		12%
TIR		20%

3.16 PLAN DE ACCIÓN

PLAN DE NEGOCIO PARA LA HOSPEDERÍA “ESTRELLA DE MAR”					
Problema: La baja gestión administrativa y su influencia en el crecimiento económico de la hospedería “Estrella de Mar.					
Fin del proyecto: Elaborar un plan de negocio que permita incrementar la eficiencia de la gestión empresarial logrando la productividad.			Indicador: que hasta el 2020 se regule la gestión empresarial y alcance la productividad.		
Propósito: Mejorar la productividad organizacional y técnica para posicionarse en el mercado turístico tanto nacional como internacional, como una entidad que presta servicios de alojamiento reconocidos por la calidad y calidez.			Indicador: el 60% de los turistas que vengan a la comuna Libertador Bolívar se habrán alojado en la hospedería.		
Coordinador del proyecto; Marjorie Bella Pozo Láinez					
Objetivos específicos	Proyectos	Acciones	Coordinador del objetivo	Costo	PRESUPUESTO
Diseñar la estructura orgánica y funcional de la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar”	Estudio Administrativo	Diseñar Organigrama Definir funciones	El administrador de la Hospedería		
Remodelación de Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” mediante la ampliación de la estructura física	Estudio Técnico	Estructura física Equipamiento de habitaciones Equipos administrativos Equipamiento de restauración Equipamiento para baños	El administrador de la Hospedería	10414,25 5790,00 1589,00 2109,80 1132,00	21035,05
Plan de promoción y publicidad para la Hospedería Comunitaria “Estrella del Mar”	Estrategias corporativas	Establecer la marca Uniformes para el personal Capacitación Material publicitario Medios publicitarios Página web	El administrador de la Hospedería	300,00 80,00 1580,00 847,50 600,00	3407,50
Implementar un plan financiero empresarial mediante la proyección de ingresos y gastos orientados a la rentabilidad de la Hospedería.	Análisis financiero	Análisis de factibilidad Definir costos Ventas proyectadas Rentabilidad	El administrador de la Hospedería		24442,55

Fuente: Hospedería “Estrella de Mar”

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

3.17 ANALISIS DE RIESGO

El riesgo que presenta la remodelación de la hospedería, está en manos del administrador, ya que es aquella persona que se va a encargar de tener relaciones públicas con otras entidades prestadoras de servicios, creando enganches para que de esta manera pueda cumplir con el objetivo y llegue a la meta planteada, logrando tener una ocupación del 80% para obtener ganancias, claro que dentro del primer año, existirá pérdida por las respectivas adecuaciones, sin embargo para el siguiente año empezará a ser rentable.

El dinero que se requiere para que la hospedería realice sus actividades con normalidad es que se encuentre con un 80% lleno y el restaurante de la misma manera cumpla con las ventas diarias, los cuales le garantizan un desenvolvimiento normal de las actividades cotidianas.

La rentabilidad del proyecto está en un 25% lo cual es superior a la tasa de rendimiento promedio del mercado asegurando la capacidad de pago requerido para invertir.

A tiempo presente el proyecto y su valor de negociación es superior al valor de mercado referencial lo que garantiza un medio de financiamiento a corto plazo.

De los periodos de duración del proyecto se estima que dentro de dos años se podrá recuperar la inversión del proyecto.

3.18 CONCLUSIONES

- ✚ Con el estudio y aplicación del plan de negocio en conjunto con las herramientas de la gestión empresarial se permitirá fortalecer la organización de la empresa.

- ✚ Con la reestructuración física la hospedería “Estrella de Mar” ampliará el servicio de alojamiento y de restauración, como una estrategia para que los turistas decidan quedarse en aquel lugar y disfrute de los servicios que esta ofrecerá.

- ✚ Se crea una imagen corporativa la cual le permita ser identificada en el mercado nacional y en un futuro mercado internacional, y poder posicionarse como tal.

- ✚ En cuanto al estudio financiero se puede concluir que es factible realizar una inversión para mejorar la estructura física, implementando procesos administrativos y los ingresos considerables por cada año.

3.19 RECOMENDACIONES

- ✚ Aplicar y cumplir con la filosofía empresarial, objetivos y principios, siendo puntos importantes de la propuesta del plan de negocio, con la finalidad de mejorar la gestión empresarial y posicionarse en el mercado.

- ✚ Cumplir con el estudio técnico en cuanto a la reestructuración del establecimiento, ampliando el número de habitaciones y el servicio de restauración para lograr que el huésped se sienta satisfecho con el servicio.

- ✚ Cumplir con las ventas proyectadas para cada año para cubrir la inversión y obtener la rentabilidad de la empresa.

- ✚ Promover y promocionar la nueva imagen de la empresa a través de un proceso de marketing.

3.20 BIBLIOGRAFÍA

- Antonio César Amarú. (2009). *FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN (Teoría general y proceso administrativo)*. México: Pearson Educación S.A de C.V.
- Jackson & Slocum Hellriegel. (2010). *ADMINISTRACIÓN*. MÉXICO: CENAGE LEARNING.
- Jones y George. (2010). *Administración Contemporánea 6a Edición*. México: MC GRAW WILL.
- Abascal, Elena . (2005). *ANÁLISIS DE ENCUESTAS*. ESIC.
- Alex De Noble. (1998). *PLAN DE NEGOCIO*.
- Alfredo Paredes y Asociados. (2014). *CONSULTORES DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS*. Obtenido de <http://www.apaconsultores.com/ec/index.php/productos/consultoria/estructura-organica-y-funcional>.
- Alles, M. A. (2005). *ELIJA AL MEJOR, CÓMO ENTREVISTAR POR COMPETENCIAS*. Granica S.A.
- Anzola S. (2010). *ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS. Tercera edición*. México: Mc GRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- Arturo Díaz Alonso. (2005). *Finanzas I (Finanzas Básicas)*. México: FCA.
- Belén Gómez Martín . (2002). *Regionalización Turística del Mundo*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Bermel César . (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. PEARSON.
- Borello, A. (1994). *El plan de negocios*. México: Díaz de Santos.
- Bravo, J. (1998). *Diseño del Servicio* . España: Díaz de Santo .
- Cabrerizo, M. (2009). *Plan de Negocios*. Málaga: Editorial Vértice.
- Mendoza Efren (2000). *HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS MANGLARALTO Experiencias de Manejos Costeros*. GUAYAQUIL: PMRC.
- Francisco Manuel Zamorano Casal. (s.f.). *EL NEGOCIO DEL TURISMO Tu empresa paso a paso*. TRILLAS TURISMO.
- Franco, R. T. (2004). *Estrategias Comunicativas* . Colombia : Universidad de Antioquia.

- Gary Flor García . (2006). *Guía para elaborar Planes de Negocio* .
- Gitman Lawrence. (2000). *FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA*. México: Harla S.A.
- Graterol, R. (2012). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://jofillop.files.wordpress.com/2011/03/metodos-de-investigacion.pdf>
- Hamermesh, Richard G. (2006). *Planeación Estratégica*.
- Hellriegel, Jackson & Slocum. (2010). *ADMINISTRACIÓN*. México: CENAGE LEARNING.
- Hernández y Rodríguez. (2011). *INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia*. México: MC GRAW-WILL INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V.
- Idalberto Chiavenato . (2009). *GESTIÓN DE TALENTO HUMANO*. McGrawHill.
- Jinnet, P. (1990).
- Jones y George. (2010). *ADMINISTRACIÓN CONTEMPORÁNEA 6 edición*. México: MC GRAW-WILL.
- José Eduardo Ochoa Luna. (2014). *Planes de Negocio para Emprendedores*. México: Iniciativa Latinoamericana de libro de textos abiertos (LATIN).
- José Villón Torres . (2005). *DICCIONARIO HISTÓRICO PENÍNSULAR Guía didáctica de la península Santa Elena - Morro*.
- Karen Weinberger Villarán. (2009). *PLAN DE NEGOCIO Herramienta para Evaluar la Viabilidad de un Negocio*. Perú: Nathan Associates Inc.
- Kotler, P. (2015). *MERCADEO*. Obtenido de <http://emilygdr.blogspot.com/2015/04/mercadeo-mix-o-mezcla-del-mercado.html>
- León Schiffman & Leslie Lazar Kanuk. (2010). *COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR décima edición*. PEARSON EDUCACIÓN .
- María Iborra. (2014). *Fundamentos de Dirección de Empresas*. España: Paraninfo S.A.
- Mario Pinto Cristiani. (2012). *DESARROLLO ORGANIZACIONAL*. México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Mohammad Naghi Namakforoosh. (2000). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. México: Limusa.
- Moreno Bayardo, M. (1987). *INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. PROGRESO.

- Robbins S & Judge T. (2013). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL décima quinta edición*. México: PEARSON.
- Robbins S & Judge T. (2013). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL décima quinta edición*. México: PEARSON.
- Robbins Stephen & Coulter Mary. (2010). *ADMINISTRACIÓN Décima Edición*. México: PEARSON.
- Slocum, Hellriegel & Jakson. (2009). *ADMINISTRACIÓN Un enfoque Basado en competencias 11a edición*. CENAGE LEARNING EDITORES S.A.
- Tena Suck, A. (2007). *MANUAL DE INVESTIGACIÓN*. México: PLAZA Y VALDÉS.
- Thompson, I. (2006). *Promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/producto/concepto-producto.html>
- Thomsen Mogens. (2009). *El Plan de Negocio Dinámico*. España: Enlace.
- Waldo Bustamante, Paulina y Anibal Monares . (2001). *Gestión de nuevos negocios para microempresa*. Santiago de Chile.

A

N

E

X

O

S

3.21 ANEXOS

ANEXO N° 1 ENCUESTA A HÚESPEDES

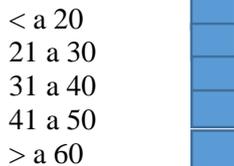


Universidad Estatal Península de Santa Elena
 Facultad de Ciencias Administrativas
 Escuela de Hotelería y Turismo
 Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico
 Encuestas a huéspedes

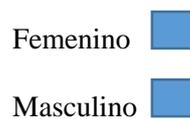
Objetivo: Determinar el perfil y grado de interés de conocimiento de los huéspedes con respecto a la gestión empresarial de la hospedería comunitaria estrella de mar en la comuna de Libertador Bolívar, cantón y provincia de Santa Elena, mediante un análisis cuantitativo para el diseño de un plan de negocio.

Datos informativos:

1.- Edad:



2.- Género

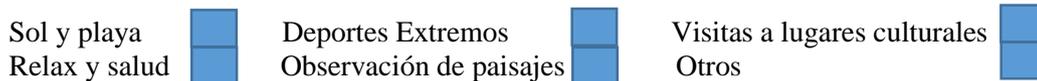


3.- Ud. Es un turista: Local Nacional Extranjero

4- Lugar de residencia: _____

5.- Ud. Viaja con: Amigos Familiares Solo

6.- ¿Qué tipo de actividades turísticas desarrolla Ud. Durante su estadía?



7.- ¿Cuál es el motivo de su visita?



PREGUNTAS

8.- De las siguientes opciones ¿Cuál utiliza para hospedarse cuando está fuera de casa?

Hoteles Hosterías Hospederías comunitarias Casa de Familiares Otros

9.- ¿Cuántas noches Ud. Se hospeda en el establecimiento?

1 noche 2 noches 3 noches 1 semana 1 mes 1 mes en adelante

10.- ¿Cómo es el servicio de alojamiento?

Agradable Costoso Saturado
 Poco Agradable Inseguro Incomodo

11.- ¿Cómo considera el nivel de calidad de los productos y servicios que ofrece la hospedería “Estrella de Mar”?

Bueno		Regular		Malo	
-------	--	---------	--	------	--

12.- ¿Cómo considera Ud. Que los servicios o actividades son planificadas en la hospedería “Estrella de Mar”?

Excelente		Muy Bueno		Bueno		Regular		Malo	
-----------	--	-----------	--	-------	--	---------	--	------	--

13.- ¿Cómo considera la organización de la hospedería “Estrella de Mar”?

Excelente		Muy Bueno		Bueno		Regular		Malo	
-----------	--	-----------	--	-------	--	---------	--	------	--

14.- ¿Cómo observa el control y evaluación de las actividades que realiza el personal?

Excelente		Muy Bueno		Bueno		Regular		Malo	
-----------	--	-----------	--	-------	--	---------	--	------	--

15.- ¿Cómo considera Ud. Que son dirigidas las actividades que se realiza en la Hospedería “Estrella de mar”?

Excelente		Muy Bueno		Bueno		Regular		Malo	
-----------	--	-----------	--	-------	--	---------	--	------	--

16.- ¿Considera Ud. Que la hospedería cuenta con personal calificado para cubrir sus expectativas?

Sí

No

17.- ¿Qué otros servicios adicionales le gustaría recibir en la hospedería?

Área de comedor y cocina	<input type="checkbox"/>	Servicio de TV cable	<input type="checkbox"/>
Sala de Star	<input type="checkbox"/>	Servicio de internet	<input type="checkbox"/>
Recepción	<input type="checkbox"/>	Servicio Telefónico	<input type="checkbox"/>

18.- ¿Indique con una X que considera se debe implementar o fortalecer en dentro de la hospedería?

TIPO DE PLANES	PRIORIDAD
Organización y coordinación	
Estructura física	
Calidad y servicio	
Valor agregado	

19.- ¿Por qué medios le gustaría recibir información y promociones de la hospedería “Estrella de mar”?

Radio Televisión Prensa Escrita Internet Otros

20.- ¿Cree Ud. que el diseño de un plan de negocio mejoraría la gestión empresarial de la hospedería comunitaria “estrella de mar”?

Sí

No

;;;GRACIAS POR SU COLABORACIÓN;;;

ANEXO N° 2 ENTREVISTA A PERSONAL



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Hotelería y Turismo
Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico

ENTREVISTA A PERSONAL

Objetivo: Determinar el perfil y grado de interés del personal con respecto a la gestión empresarial de la hospedería comunitaria “Estrella de mar” en la comuna de Libertador Bolívar, cantón y provincia de Santa Elena, mediante un análisis cualitativo para el diseño de un plan de negocios.

¿Cómo lleva a cabo la planificación de los servicios o actividades de la hospedería Estrella de Mar?

¿Por qué cree que se considera importantes los objetivos institucionales en la gestión de desarrollo de la actividad turística?

¿Se organizan las actividades de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar?

¿Considera Ud. Que es importante la organización estructural dentro del establecimiento

¿Cómo son dirigidas las actividades que realiza en la Hospedería Estrella de Mar?

Ha considerado Ud. importante que se realicen evaluaciones y control del desempeño al personal para conocer los avances del nivel operativo y con qué frecuencia lo realizaría

¿Cree que labora con suficiente personal o aún le falta para complementar la atención al cliente?

¿Cuál es la estrategia principal que Ud. Considera se debe aplicar para mejorar el servicio de la hospedería?

¿Cuenta con el presupuesto o a que fuente financiera recurriría para invertir en bienes y brindar un servicio adecuado?

De las siguientes opciones ¿Cuál considera Ud. Que inciden en el desempeño laboral?

Organización		Planificación		Dirección		Control		Ninguno	
---------------------	--	----------------------	--	------------------	--	----------------	--	----------------	--

¿Cree Ud. Que el diseño de un plan de negocio mejoraría la gestión empresarial de la hospedería comunitaria “Estrella de Mar”?

;;;GRACIAS POR SU COLABORACIÓN;;;

ANEXO N° 3 ENTREVISTA A AUTORIDADES LOCALES



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela de Hotelería y Turismo
Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico

ENTREVISTAS A AUTORIDADES LOCALES

Objetivo: Determinar el perfil y grado de interés de las autoridades locales con respecto a la gestión empresarial de la comuna Libertador Bolívar, cantón y provincia de Santa Elena, mediante un análisis cualitativo para el diseño de un plan de negocios.

1.- ¿Considera Ud. Que la comuna de Libertador Bolívar es un destino turístico capaz de competir con destinos de sol y playa a nivel de provincia?

2.- ¿Qué proyectos o programas de desarrollo turístico se han gestionado para la comunidad de Libertador Bolívar?

3.- ¿Ha considerado Ud. Capacitaciones para el personal del sector turístico? ¿Qué temáticas?

4.- ¿Cuáles son las actividades que se desarrollan para el fortalecimiento de las hospederías comunitarias en Libertador Bolívar?

¿Considera Ud. Que el diseño de un plan de negocio mejoraría la gestión empresarial de la hospedería comunitaria “Estrella de Mar”?

;;;GRACIAS POR SU COLABORACIÓN;;;

ANEXO N° 4 FICHA DE OBSERVACIÓN

FICHA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO				
	Nombre del establecimiento: Hospedería "Estrella de Mar"		Teléfono:	
	Dirección: Libertador Bolívar			
	Nombre del propietario:			
	Año de construcción: 2000		Año de la última remodelación	
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ESTABLECIMIENTO				
Tipo de Establecimiento	Hotel		Categorías	
	Hostal		5	
	Hospedería		4	●
	Pensión		3	
	Vivienda vacacional		2	
	Casa Huésped		1	
	Otros		Otros	
Número de habitaciones			Con baño	Sin baño
	Sencillas			
	Dobles			
	Triples		●	
	Matrimoniales		●	
	Otros			
Equipamiento y servicios generales	Restaurante		Garaje	
	Cafetería		Lavandería	
	Jardín		Bodega	
Tipo de construcción	Cemento		Mixta (Cemento, madera y cade)	●
	Caña			
	Madera			
Valoración del establecimiento	Valoración del 1 al 5			
La puntuación:				
Excelente	5	Estado de conservación	2	
Muy buena	4	Fachada	2	
Bueno	3	Decoración interior	3	

Regular	2	Mobiliario	3	
Malo	1	Limpieza	3	
Características funcionales del establecimiento				
Número de empleados			Coloque el N° de empleados	
	Dirección general		1	
	Recepción		1	
	Camareros		1	
	Servicios de Habitaciones		0	
	Mantenimiento		0	
	Cafetería		0	
Otros				
Periodo de funcionamiento			Señalar meses del año	
	Todo el año		●	
	Temporada alta			
	Periodos concretos			
Media de ocupación anual	Especificar 95%		Observación: pocas habitaciones	
Precio de habitaciones			Con baño	Sin baño
	Sencillas			
	Dobles			
	Triples			
	Matrimoniales			
	Otros			
Estancia de huéspedes	1 Noche	●	Observación:	
	2 Noches			
	3 o 6 Noches			
	7 o mas			
Procedencia de los huéspedes	Extranjeros			
	nacionales			
	Locales (de la región)			
Gastos medios por persona	Especificar \$25,00		Observación:	
Tipo de promoción	Publicidad en prensa		Observación:	
	Folletos			
	Ferias de turismo			

	Asociaciones		
	otros:		
Proyectos de ampliación	Si	●	¿De qué tipo?
	No		
Identificación del establecimiento			Si No
	Visión		●
	Misión		●
	Slogan		●
	Logotipo		●
	Uniforme		●

FUENTE: Hospedería "Estrella de mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez

**ANEXO N° 5 VALORACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A
HÚESPEDES**

TABLA N° 7 EDAD DE HÚESPEDES

ITEMS	VALORACIÓN	F	%
1	< 20 años	18	8%
	21 - 30 años	39	18%
	31 - 40 años	58	27%
	41 - 50 años	49	23%
	51 - 60 años	27	13%
	>60 años	23	11%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 8 GÉNERO DE HÚESPEDES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
2	Masculino	116	54%
	Femenino	98	46%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 9 RESIDENCIA DE HÚESPEDES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
3	Brasil	9	4%
	Argentina	6	3%
	Loja	21	10%
	Cuenca	19	9%
	Ambato	33	15%
	Guayaquil	85	40%
	La Libertad	22	10%
	Santa Elena	19	9%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 10 NACIONALIDAD DE HÚESPEDES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
4	Local	41	19%
	Nacional	156	74%
	Extranjero	17	7%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 11 CON QUIEN VIAJA

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
5	Amigos	38	18%
	Familiares	130	61%
	Pareja	41	19%
	Solo	5	2%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 12 ACTIVIDADES TURÍSTICAS

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
6	Sol y playa	92	43%
	Relax y Salud	36	17%
	Deportes extremos	32	15%
	Observación del paisaje	19	9%
	Visita a lugares culturales	21	10%
	Otros	14	7%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 13 MOTIVO DE SU VISITA

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
7	Recreación y Esparcimiento	67	31%
	Visita a familiares/Amigos	32	15%
	Gastronomía	43	20%
	Cultura y Tradiciones	26	12%
	Salud	25	12%
	Negocios	21	10%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 14 TIPOS DE ALOJAMIENTO

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
8	Hoteles	65	30%
	Hosterías	48	22%
	Hospederías Comunitarias	36	17%
	Casas de Familiares	38	18%
	Otros	27	13%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 15 NOCHES DE HOSPEDAJE

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
9	1 Noche	98	46%
	2 Noches	59	28%
	3 Noches	32	15%
	1 Semana	25	11%
	1 Mes	0	0%
	1 Mes en adelante	0	0%
	Totales	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 16 COMODIDAD DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
10	Agradable	32	15%
	Costoso	0	0%
	Saturado	28	13%
	Poco Agradable	73	34%
	Inseguro	28	13%
	Incomodo	53	25%
	Total	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 17 CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
11	Bueno	71	33%
	Regular	104	49%
	Malo	39	18%
	Total	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 18 PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
12	Excelente	24	11%
	Muy Buena	30	14%
	Buena	47	22%
	Regular	75	35%
	Mala	38	18%
	Total	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 19 ORGANIZACIÓN DE LA HOSPEDERÍA

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
12	Excelente	23	11%
	Muy Buena	25	12%
	Buena	30	14%
	Regular	87	41%
	Mala	49	23%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 20 CONTROL Y EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
14	Excelente	27	13%
	Muy Buena	25	12%
	Buena	40	19%
	Regular	86	40%
	Mala	36	17%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 21 DIRECCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
15	Excelente	25	12%
	Muy Buena	30	14%
	Buena	47	22%
	Regular	79	37%
	Mala	33	15%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 22 EFICIENCIA DEL TRABAJO DEL PERSONAL

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
16	Excelente	24	11%
	Muy Buena	25	12%
	Buena	41	19%
	Regular	74	3%
	Mala	50	23%
	TOTAL	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 23 SERVICIOS ADICIONALES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
17	Área de comedor y Cocina	48	22%
	Sala de star	32	15%
	Servicio de Tv Cable	81	38%
	Servicio de Internet	28	13%
	Servicio Telefónico a disposición	25	12%
	Total	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 24 TIPO DE PLANES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
18	Organización y coordinación	56	26%
	Estructura física	83	39%
	Calidad y Servicio	46	21%
	Valor agregado	29	14%
	Total	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 25 MEDIOS DE PROMOCIONES

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
19	Radio	39	18%
	Televisión	36	17%
	Prensa Escrita	32	15%
	Internet	107	50%
	Total	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

TABLA N° 26 PLAN DE NEGOCIOS

ÍTEMS	VALORACIÓN	F	%
20	SI	175	82%
	NO	39	18%
	Total	214	100%

FUENTE: Encuestas a Huéspedes

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

ANEXO N° 6 COMPETENCIA DIRECTA

N°	NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	DIRECCIÓN
1	Hospedería “Caída del Sol”	Juan Parrales	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Sector las cabañas.
2	Hospedería “Petita”	Eugenia Severino	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Sector las cabañas.
3	Hospedería “La Brasa”	Luis Matías	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Sector las cabañas.
4	Hospedería “Casa del Sombrero”	Carlos Floreano De La O	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Sector las cabañas.
5	Hospedería familiar “Destino Azul”	Francisco Floreano	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Sector las cabañas.
6	Hostal “Arena del Escorpión”		Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Calle principal.
7	Hospedería familiar “Ruta del Sol”	Dora Orrala	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Calle principal.
8	Hospedería Familiar “Doña Silvina”	Silvia Reyes	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Calle principal.
9	Hospedería familiar “Laurita”	Anabel Barzola Parrales	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Calle principal.
10	Hospedería “El Vacan”	Gilberto Reyes Reyes	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Calle principal.
11	Hospedería familiar “Esmerita”	Esmerita Barzola	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Calle principal.
12	Hospedería familiar “Barzola Clemente”	Pablo Barzola	Libertador Bolívar – B. Cristóbal Colón Parte céntrica.

Elaborador por: Marjorie Pozo Laínez

ANEXO N° 7 ANÁLISIS F.O.D.A

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✚ La ubicación geográfica frente al mar ✚ Local propio ✚ Vías de acceso en buen estado ✚ Habitantes con cultura ✚ Recursos para desarrollar paseos en caballos. ✚ Variedad en la oferta gastronómica 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Administración deficiente ✚ Estructura débilmente definida ✚ Débil posicionamiento en el mercado ✚ Bajo presupuesto establecido ✚ Carencia en la utilización de los mandos jerárquicos administrativos ✚ No contar con estrategias de mercado y posicionamiento.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Créditos de entidades financieras ✚ Promoción en los medios de comunicación ✚ Torneos de futbol playero ✚ Campeonato de surf ✚ Ferias artesanales ✚ Incremento de la demanda turística ✚ Temporadas playeras 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Lugares que expenden similares productos y servicios a menor costos ✚ Lugares cercanos para realizar actividades turísticas (Montañita, Olón y Ayangue) ✚ Fenómenos Naturales ✚ Productos y servicios con mejor calidad

Fuente: Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar”
Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez.

ANEXO N° 8 MATRIZ ESTRATÉGICA FODA

		INTERNO	
		FORTALEZA	DEBILIDADES
EXTERNO		<ol style="list-style-type: none"> 1. La ubicación geográfica frente al mar. 2. Local propio 3. Vías de acceso en buen estado 4. Habitantes con cultura 5. Recursos para desarrollar paseos en caballos. 6. Variedad en la oferta gastronómica 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Administración deficiente 2. Estructura débilmente definida 3. Débil posicionamiento en el mercado 4. Bajo presupuesto establecido 5. Carencia en la utilización de los mandos jerárquicos administrativos 6. No contar con estrategias de mercado y posicionamiento.
	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	ESTRATEGIAS DE REFUERZO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Créditos de entidades financieras 2. Promoción en los medios de comunicación 3. Torneos de fútbol playero 4. Campeonato de surf 5. Ferias artesanales 6. Incremento de la demanda turística 7. Temporadas playeras 	<p>F1- O1. Consolidar a la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” en el Ámbito Turístico.</p> <p>F2 – O6. Ampliación de la infraestructura física para cubrir las necesidades del mercado turístico.</p> <p>F5 – O7. Paseos en caballos por lugares atractivos de la zona.</p>	<p>D3 – O3. Mejorar gestión institucional con talento humano calificado en brindar los servicios de calidad.</p> <p>D5 – O6. Eficiente empleo de la estructura orgánica y funcional para cubrir la demanda turística</p> <p>D6 – O7. Establecer estrategias de gestión y posicionamiento del mercado para acaparar los visitantes y turistas temporadas playeras.</p>
	AMENAZAS	ESTRATEGIAS DE RESPUESTAS	ESTRATEGIAS DE REPLIEGUE
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lugares que expenden similares productos y servicios a menor costos 2. Lugares cercanos para realizar actividades turísticas (Montañita, Olón y Ayangue) 3. Fenómenos Naturales 4. Productos y servicios con mejor calidad. 	<p>F3 – A1. Acoger a los turistas que visitan la ruta del Spondylus por las vías de acceso idóneas en la zona.</p> <p>F6 – A4. Proporcionar una mayor variedad de productos para satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas.</p> <p>F4 – A2. Mejorar la imagen institucional implementando modelos de atención y servicio de hospederías posicionadas en las comunidades cercanas.</p>	<p>D1 – A2. Proyectar la administración eficiente institucional para competir con lugares que brindan similares productos y servicios.</p> <p>D2 – A2. Definir los departamentos administrativos y operativos en la Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar” orientada a recuperar a los visitantes y turistas que han elegido las instituciones posicionadas en el mercado turístico.</p> <p>D5 – A4. Eficiente aplicación de la jerarquía administrativa mejorando los productos y servicios que brinda Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar”</p>

Fuente: Hospedería Comunitaria “Estrella de Mar”

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

ANEXO N° 9 ESTRUCTURA FÍSICA

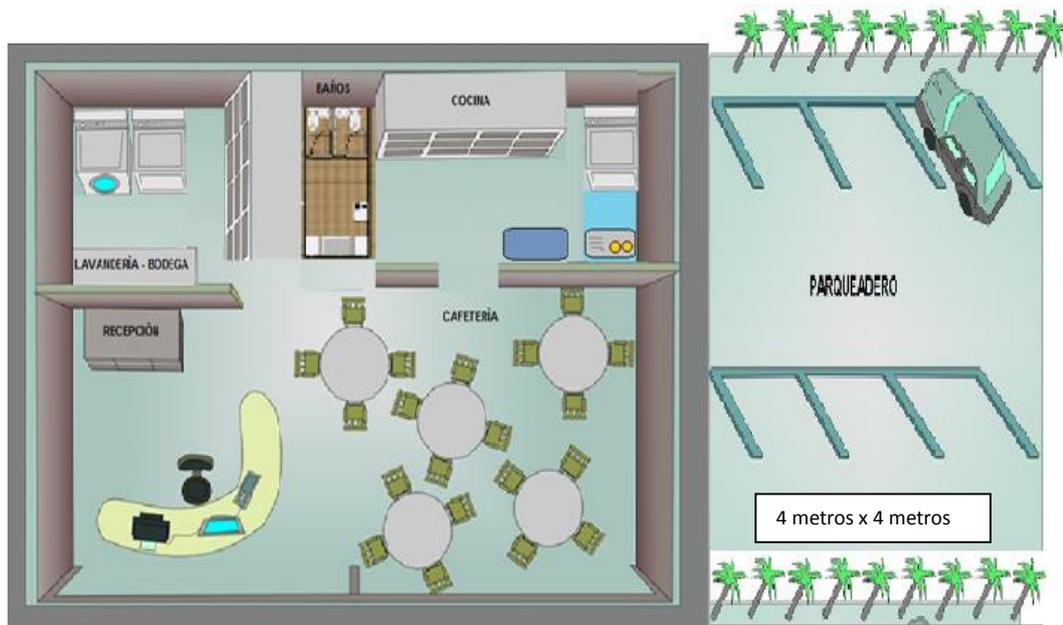


FACHADA DE LA HOSPEDERÍA “ESTRELLA DE MAR”

Fuente: Corel Draw 2015

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez.

ANEXO N° 10 PLANTA BAJA Y PARQUEADERO

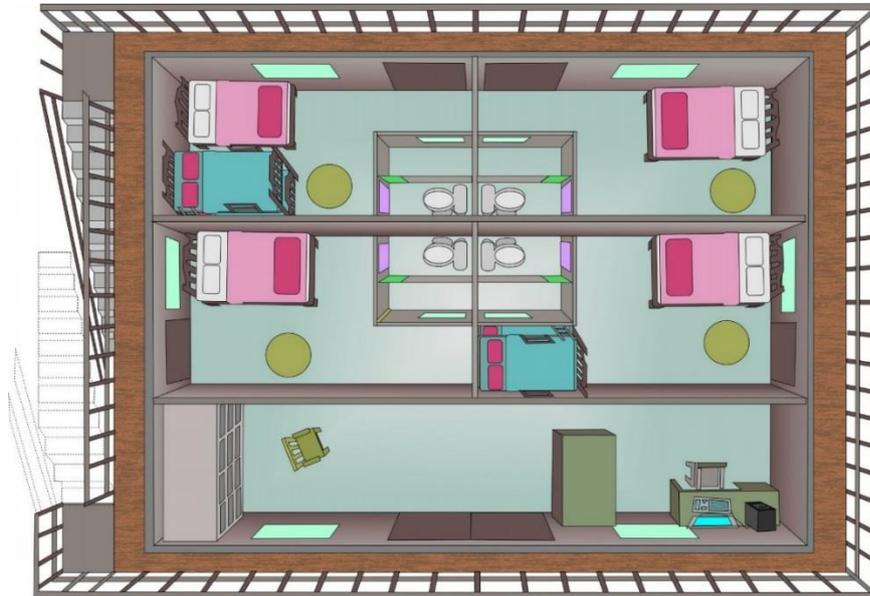


ÁREA DE PRODUCCIÓN Y SERVICIO – BAÑOS Y LAVANDERÍA
PARQUEADERO AL COSTADO DERECHO

Fuente: Corel Draw 2015

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez.

ANEXO N° 11 PRIMER PISO DEP. ADMINISTRATIVO Y HABITACIONES



LAYOUT DE LA HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR – DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO Y HABITACIONES TRIPLES Y SENCILLAS

Fuente: Corel Draw 2015

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez.

ANEXO N° 12 SEGUNDO PISO HABITACIONES

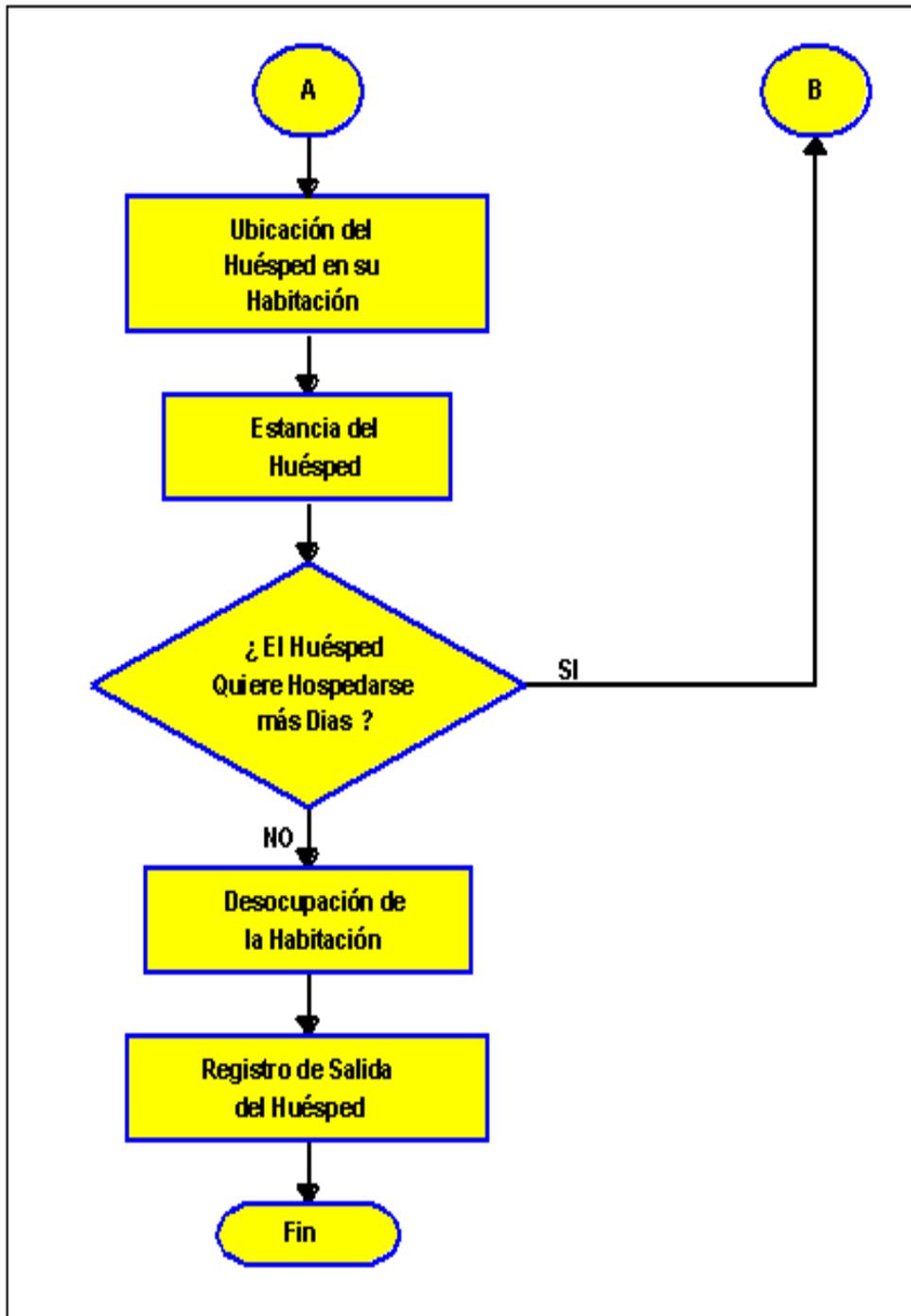


LAYOUT DE LA HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR – HABITACIONES MATRIMONIALES Y DOBLES

Fuente: Corel Draw 2015

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez.

ANEXO N° 13 PROCESO DE OPERACIÓN EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIO



Fuente: Modelo de diagramas de hospedajes - google
Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez (2015)

ANEXO N° 14 ANÁLISIS FINANCIERO

CUADRO N° 1 DATOS FINANCIEROS

TASA DE INFLACIÓN	3,38%
PORCENTAJE DE VENTA DE ACTIVOS	20,00%
Tasa de crecimiento poblacional	
Hospedería 2000	5
Hospedería 2015	12
Tce	5,84%
Participación de trabajadores	15%
Impuesto a la renta	22%
CRECIMIENTO DE LOS GASTOS EN SUMINISTROS	1%
CRECIMIENTO DE LOS GASTOS POR SERVICIOS	1%
CRECIMIENTO DE LOS GASTOS DE MENAJE	1%
CRECIMIENTO DE LOS GASTOS DE VENTAS	1%
CRECIMIENTO GASTO EN CAPACITACIONES	1%

HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR	
APORTACIÓN DE SOCIOS	CANTIDAD
SOCIO 1	25000
SOCIO 2	30000
SOCIO 3	50000
TOTAL DE APORTACIONES	105000
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	50%
MARGEN DE UTILIDAD	50%

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”
ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 2 MATERIALES (ESTRUCTURA FÍSICA)

HOSPEDERÍA "ESTRELLA DE MAR"				
ACTIVOS FIJOS				
ESTRUCTURA FÍSICA				
PISOS Y PARED				
Barrotes	Unidad	36	8,00	288,00
Tablas	Unidad	340	12,00	4080,00
PILARES DE HORMIGÓN				
Cemento	Unidad	25	8,00	200,00
Arena	Metros	1	30,00	30,00
Piedra	Metros	1	30,00	30,00
Hierro de 10 mil	Varillas	12	10,00	120,00
Hierro de 8 mil para estribo	Varillas	1	45,00	45,00
Cade		10	30,00	300,00
Mangle para caballetera	Unidad	6	30,00	180,00
Caña rolliza para techo	Unidad	24	3,00	72,00
Caña picada	Unidad	30	4,00	120,00
Clavo de 2 y media	Libras	20	1,50	30,00
Clavo de 1 pulgada	Libras	5	0,70	3,50
Loseta para techo				60,00
Cemento	Unidad	20	8,00	160,00
BALCÓN				
Cañas	Unidad	10	2,50	25,00
Pernos de 6 pulgadas	Unidad	20	4,00	80,00
PUERTAS				
Puertas de baño	Unidad	8	80,00	640,00
Puertas principales	Unidad	7	120,00	840,00
VENTANAS				
Ventanas	Unidad	6	80,00	480,00
ESCALERAS				
Tablones	Unidad	6	18,00	108,00
GAFITERÍA				
Tubos	Unidad	6	3,00	18,00
Duchas de agua caliente	Unidad	6	45,00	270,00
Llave de ducha	Unidad	6	8,00	48,00
Tex de media	Unidad	10	0,75	7,50

Codos	Unidad	15	0,75	11,25
Teflón	Unidad	3	1,25	3,75
Terma tex	Unidad	1	3,00	3,00
Llave de paso	Unidad	8	8,00	64,00
Tubos de 4 pulgada	Unidad	10	8,00	80,00
Tex de 4 pulgada	Unidad	8	4,00	32,00
Codos de 4 pulgadas	Unidad	8	3,50	28,00
Calipega	Unidad	1	2,50	2,50
Xifón	Unidad	8	3,00	24,00
Codos de 2 pulgadas	Unidad	8	1,00	8,00
Cerámica para piso	Metros	18	10,00	180,00
Cerámica de pared	Metros	48	12,00	576,00
Cerámica	Metros	3	12,00	36,00
Empaste		1	55,00	55,00
Pintura	Unidad	3	12,00	36,00
ELECTRICIDAD				
Boquillas redonda	Unidad	30	1,25	37,50
Focos	Unidad	30	3,25	97,50
Cable 12	Rollo	1	80,00	80,00
Interruptor	Unidad	31	1,25	38,75
Tomacorriente	Unidad	20	1,50	30,00
Caja de breques	Unidad	2	30,00	60,00
PARQUEADERO				
Adoquines	Metros	12	40,00	480,00
Bloques	Unidad	500	0,30	150,00
Cemento	Unidad	2	8,00	16,00
TOTAL DE INVERSIÓN EN ESTRUCTURA FÍSICA				10364,25

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 3 MANO DE OBRA

MANO DE OBRA							
Mano de obra		Diario	Diario Total	Semanal Total	Mensual Total	Tiempo	TOTAL
3	Maestro	30,00	90,00	450,00	1800	3	5.400,00
2	Oficial	20,00	40,00	200,00	800	3	2.400,00
TOTAL MANO DE OBRA							7.800,00

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 4 MATERIALES PARA EQUIPAMIENTO

EQUIPAMIENTO PARA HABITACIONES					
DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil
Colchones chaide chaide de 2 plazas	Unidad	1	\$ 110,00	\$ 110,00	7
Colchones chaide chaide de 1 plaza y media	Unidad	10	\$ 80,00	\$ 800,00	7
Camas de 2 plazas	Unidad	1	\$ 230,00	\$ 230,00	10
Camas de 1 plaza y media	Unidad	10	\$ 190,00	\$ 1.900,00	10
Juego. De sábanas	Unidad	20	\$ 20,00	\$ 400,00	3
Juego. De edredones	Unidad	20	\$ 30,00	\$ 600,00	3
Armarios	Unidad	10	\$ 260,00	\$ 2.600,00	10
Lámparas	Unidad	10	\$ 15,00	\$ 150,00	5
TOTAL DE EQUIPAMIENTO PARA HABITACIONES				6790,00	
EQUIPAMIENTO PARA ALIMENTOS & BEBIDAS					
Sillas	Unidad	20	\$ 8,99	\$ 179,80	5
Mesas	Unidad	5	\$ 50,00	\$ 250,00	5
Juego. de ollas	Unidad	2	\$ 25,00	\$ 50,00	5
Juego. De cucharas	Unidad	5	\$ 18,00	\$ 90,00	5
Vajilla de loza blanca	Unidad	4	\$ 120,00	\$ 480,00	5
Mantelería sencilla	Unidad	3	\$ 100,00	\$ 300,00	5
Envases para sal, azúcar y café	Unidad	5	\$ 5,00	\$ 25,00	5
Juego de servilleteros	Unidad	5	\$ 5,00	\$ 25,00	5
TOTAL DE EQUIPAMIENTO PARA ALIMENTOS & BEBIDAS				1399,80	
EQUIPAMIENTO PARA LAVANDERIA					
Lavadora	Unidad	1	\$ 800,00	800,00	10

Armario	Unidad	1	\$ 280,00	\$ 280,00	10
EQUIPAMIENTO PARA BAÑOS					
Juego. De baños	Unidad	8	\$ 80,00	\$ 640,00	5
Repisas de baño	Unidad	12	\$ 18,00	\$ 216,00	5
Dispensador de papel higiénico	Unidad	12	\$ 10,00	\$ 120,00	5
Dispensador de jabón	Unidad	12	\$ 13,00	\$ 156,00	5
TOTAL DE EQUIPAMIENTO PARA BAÑOS				1132,00	
EQUIPOS DE OFICINA					
Computadora	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00	3
Impresora	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00	3
Detector de billetes falsos	Unidad	1	\$ 23,00	\$ 23,00	3
Extintor	Unidad	1	\$ 30,00	\$ 30,00	10
Teléfono	Unidad	1	\$ 20,00	\$ 20,00	10
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA				673,00	
MUEBLES Y ENSERES					
Escritorio	Unidad	3	\$ 200,00	\$ 600,00	10
Sillas de escritorio	Unidad	6	\$ 35,00	\$ 210,00	10
Archivador metálico de 3 cajones	Unidad	2	\$ 92,00	\$ 184,00	10
Mueble de bodega	Unidad	2	\$ 120,00	\$ 240,00	10
Calculadora	Unidad	2	\$ 15,00	\$ 30,00	5
Perchero	Unidad	1	\$ 35,00	\$ 35,00	10
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES				1299,00	
TOTAL				\$ 12.373,80	

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 5 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

METODO CONTABLE						
EQUIPAMIENTO PARA HABITACIONES						
DESCRIPCIÓN	VALOR EN COMPRA	VIDA CONTABLE	DEPRE ANUAL	AÑOS DEPREC	DEPREC. ACUMUL.	VALOR EN LIBRO
Colchones Chaide Chaide de 2 plazas	\$ 110,00	7	15,71	5	78,57	31,43
Colchones Chaide Chaide de 1 plaza y media	\$ 800,00	7	114,29	5	571,43	228,57
Camas de 2 plazas	\$ 230,00	10	23,00	5	115,00	115,00
Camas de 1 plaza y media	\$ 1.900,00	10	190,00	5	950,00	950,00
Juego de sábanas	\$ 400,00	3	133,33	2	266,67	133,33
Juego de edredones	\$ 600,00	3	200,00	2	400,00	200,00
Armarios	\$ 2.600,00	10	260,00	5	1300,00	1300,00
Lámparas	\$ 150,00	5	30,00	5	150,00	0,00
EQUIPAMIENTO PARA ALIMENTOS & BEBIDAS						
Sillas	\$ 179,80	5	35,96	5	179,80	0,00
Mesas	\$ 250,00	5	50,00	5	250,00	0,00
Juego de ollas	\$ 50,00	5	10,00	5,00	50,00	0,00
Juego de cucharas	\$ 90,00	5	18,00	5,00	90,00	0,00
Vajilla de loza blanca	\$ 480,00	5	96,00	5,00	480,00	0,00
Mantelería sencilla	\$ 300,00	5	60,00	5,00	300,00	0,00
Envases para sal, azúcar y café	\$ 25,00	5	5,00	5,00	25,00	0,00
Juego de servilleteros	\$ 25,00	5	5,00	5,00	25,00	0,00
EQUIPAMIENTO PARA LAVANDERIA						

Lavadora	\$ 800,00	10	80,00	5	400,00	400,00
Armario	\$ 280,00	10	28,00	5	140,00	140,00
EQUIPAMIENTO PARA BAÑOS						
Jgo. de baños	\$ 640,00	5	128,00	5	640,00	0,00
Repisas de baño	\$ 216,00	5	43,20	5	216,00	0,00
Dispensador de papel higiénico	\$ 120,00	5	24,00	5	120,00	0,00
Dispensador de jabón	\$ 156,00	5	31,20	5	156,00	0,00
EQUIPOS DE OFICINA						
Computadora	\$ 500,00	3	166,67	2	333,33	166,67
Impresora	\$ 100,00	3	33,33	2	66,67	33,33
Detector de billetes falsos	\$ 23,00	3	7,67	2	15,33	7,67
Extintor	\$ 30,00	10	3,00	5	15,00	15,00
Teléfono	\$ 20,00	10	2,00	5	10,00	10,00
MUEBLES Y ENSERES						
Escritorio	\$ 600,00	10	60,00	10	600,00	0,00
Sillas de escritorio	\$ 210,00	10	21,00	10	210,00	0,00
Archivador metálico de 3 cajones	\$ 184,00	10	18,40	10	184,00	0,00
Mueble de bodega	\$ 240,00	10	24,00	10	240,00	0,00
Calculadora	\$ 30,00	5	6,00	5	30,00	0,00
Perchero	\$ 35,00	10	3,50	10	35,00	0,00
OBRAS FISICAS						
Estructura Física	10364,25	20	518,21	5,00	2591,06	7773,19
TOTAL			\$ 2.444,47		55481,82	18428

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 6 REMUNERACIÓN DE PERSONAL

BALANCE DE PERSONAL									
PERSONAL	# DE EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL UNIT.	SUELDO ANUAL	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE Patronal 12,15%	SUELDO ANUAL
Administrador	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 364,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 583,20	\$ 6.747,20
Recepcionista	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 364,00	\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 524,88	\$ 6.108,88
Camarero	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 364,00	\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 524,88	\$ 6.108,88
Cocinera	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 360,00	\$ 364,00	\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 524,88	\$ 6.108,88
Mesero	0	\$ 360,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 364,00	\$ 0,00	\$ 360,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL MANO DE OBRA									\$ 25.073,84

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 7 PROYECCIÓN ANUAL DE SUELDOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	\$ 2.089,49	\$ 25.073,84	\$ 25.073,84	\$ 25.921,34	\$ 26.797,48	\$ 27.703,23	\$ 28.639,60
Suministros de oficina	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 606,00	\$ 612,06	\$ 618,18	\$ 624,36	\$ 630,61
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 25.679,84	\$ 26.533,40	\$ 27.415,66	\$ 28.327,59	\$ 29.270,21

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 8 GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS

GASTOS POR SERVICIOS BÁSICOS							
GASTOS POR SERVICIOS BÁSICOS	Unidad mensual	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Electricidad	KW	90,00	1080,00	1090,80	1101,71	1112,73	1123,85
Agua potable	M3	25,00	300,00	303,00	306,03	309,09	312,18
Alcantarillado		5,00	60,00	60,60	61,21	61,82	62,44
Teléfono - internet		30,00	360,00	363,60	367,24	370,91	374,62
TOTAL			1800,00	1818,00	1836,18	1854,54	1873,09

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 9 GASTOS DE PUBLICIDAD

GASTOS DE PUBLICIDAD							
GASTOS DE PUBLICIDAD	MENSUAL	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trípticos		65,00	65,00	65,65	66,31	66,97	67,64
Tarjeta de presentación		20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Página Web		60,00	60,00				
Suvenires		162,50	162,50	162,50	162,50	162,50	162,50
TOTAL GASTO PUBLICIDAD		307,50	307,50	248,15	248,81	249,47	250,14

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 10 GASTOS DE UNIFORMES

GASTOS DE UNIFORMES							
UNIFORMES	COSTO	ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5 Camisas blancas	8,00	40,00	40,00	40,40	40,80	41,21	41,62
5 Camisas azul o naranja	8,00	40,00	40,00	40,40	40,80	41,21	41,62
TOTAL		80,00	80,00	80,80	81,61	82,42	83,25

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 11 GASTOS POR CAPACITACIÓN

GASTOS POR CAPACITACIÓN							
CAPACITACIONES	MENSUAL	ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Atención al cliente		150,00	150,00	151,50	153,02	154,55	156,09
Relaciones humanas		100,00	100,00	101,00	102,01	103,03	104,06
Manipulación de alimentos		100,00	100,00	101,00	102,01	103,03	104,06
TOTAL GASTO CAPACITACIÓN		350,00	350,00	353,50	357,04	360,61	364,21

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 12 GASTOS EN SUMINISTROS DE LIMPIEZA

SUMINISTRO DE LIMPIEZA								
CANT	SUMINISTRO DE LIMPIEZA	COSTO	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
4	Jabón	2,50	40,00	480,0	484,8	489,6	494,5	499,5
4	Shampoo	5,00	80,00	960,0	969,6	979,3	989,1	999,0
	Detergente		40,00	480,0	484,8	489,6	494,5	499,5
3	Escobas	3,00	36,00	216,0	218,2	220,3	222,5	224,8
	Desinfectantes		25,00	300,0	303,0	306,0	309,1	312,2
12	Papel higiénico	1,50	72,00	864,0	872,6	881,4	890,2	899,1
TOTAL GASTO DE SUMINISTRO DE LIMP				3300,0	3333,0	3366,3	3400,0	3434,0

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 13 GASTOS DE MENAJE

COMP SAB/COB								
CANT	COMP SAB/COB	COSTO	ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10	Sábanas	25,00	250,00	250,00	252,50	255,03	257,58	260,15
10	Cobijas	8,00	80,00	80,00	80,80	81,61	82,42	83,25
5	Cortinas	12,00	60,00	60,00	60,60	61,21	61,82	62,44
	Compras imple cocina		500,00	500,00	505,00	510,05	515,15	520,30
TOTAL DE GASTO DE MANT			890,00	890,00		907,89		926,14

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO

POR:

Marjorie

Pozo

Láinez

(2015)

CUADRO N° 14 GASTOS DE MANTENIMIENTO

GASTO DE MANTENIMIENTO							
GASTO DE MANTENIMIENTO	MENSUAL	ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento de tuberías		50,00	50,00	50,50	51,01	51,52	52,03
Mantenimiento de electricidad		150,00	150,00	151,50	153,02	154,55	156,09
Mantenimiento de camas		30,00	30,00	30,30	30,60	30,91	31,22
TOTAL DE GASTO DE MANT		230,00	230,00	232,30	234,62	236,97	239,34

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”
ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 15 GASTOS DE ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVOS DIFERIDOS		
DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTO DE ORGANIZACIÓN		\$ 455,00
Aprobación de Constitución	\$ 300,00	
Registro Ministerio de Turismo	\$ 40,00	
Registro de Marca	\$ 50,00	
Cuerpo de Bomberos	\$ 20,00	
Patente Municipal	\$ 40,00	
Certificado de salud	\$ 5,00	
GASTOS ADECUACION LOCAL	\$ 250,00	\$ 250,00
GASTOS PUESTA EN MARCHA		\$ 680,00
Seguros	\$ 100,00	
Imprevistos	\$ 100,00	
Garantía Local Comercial	\$ 480,00	
TOTAL DE INVERSION ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 1.385,00

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”
ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 16 INGRESOS POR ALOJAMIENTO

INGRESOS		ALOJAMIENTO				
DETALLE	P.V.P	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Matrimoniales	25,00	7350,00	11012,50	16506,25	24746,88	37107,81
Triples	30,00	5040,00	7545,00	11302,50	16938,75	25393,13
Dobles	20,00	3120,00	4670,00	6995,00	10482,50	15713,75
Sencillas	10,00	1510,00	2260,00	3385,00	5072,50	7603,75
TOTAL		17020,00	25487,50	38188,75	57240,63	85818,44

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 17 INGRESOS POR ALIMENTOS & BEBIDAS

INGRESOS			ALIMNETOS & BEBIDAS				
DETALLE	COSTO	P.V.P	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Desayuno 1	\$ 2,33	\$ 3,50	\$ 8.223,74	\$ 12.333,86	18499,04	27746,81	\$ 41.618,46
Desayuno 2	\$ 2,33	\$ 3,50	\$ 7.538,72	\$ 11.306,33	16957,74	25434,86	\$ 38.150,55
Almuerzos	\$ 2,00	\$ 3,00	\$ 10.803,00	\$ 16.203,00	24303,00	36453,00	\$ 54.678,00
Ceviche de camarón	\$ 4,66	\$ 6,99	\$ 4.368,75	\$ 6.549,63	9820,95	14727,93	\$ 22.088,40
Ceviche de pescado	\$ 4,00	\$ 6,00	\$ 3.030,00	\$ 4.542,00	6810,00	10212,00	\$ 15.315,00
Ceviche de concha	\$ 5,33	\$ 8,00	\$ 2.502,44	\$ 3.749,66	5620,49	8426,73	\$ 12.636,10
Ceviche mixto	\$ 5,33	\$ 8,00	\$ 2.502,44	\$ 3.749,66	5620,49	8426,73	\$ 12.636,10
Arroz con camarón	\$ 4,66	\$ 6,99	\$ 2.858,91	\$ 4.284,87	6423,81	9632,22	\$ 14.444,84
Arroz marinero	\$ 5,67	\$ 8,51	\$ 2.798,15	\$ 4.192,97	6285,20	9423,54	\$ 14.131,06
Arroz con pescado apanado	\$ 2,66	\$ 3,99	\$ 1.695,75	\$ 2.541,63	3810,45	5713,68	\$ 8.568,53
Arroz con camarón apanado	\$ 4,66	\$ 6,99	\$ 2.691,15	\$ 4.033,23	6046,35	9066,03	\$ 13.595,55
Pollo/Carne apanado	\$ 2,66	\$ 3,99	\$ 1.855,35	\$ 2.781,03	4169,55	6252,33	\$ 9.376,50
Camarones al ajillo	\$ 5,33	\$ 8,00	\$ 2.630,36	\$ 3.941,54	5908,31	8858,46	\$ 13.283,69
Tortilla de camarón	\$ 4,66	\$ 6,99	\$ 3.138,51	\$ 4.704,27	7052,91	10575,87	\$ 15.860,31
Chicharrón de pescado	\$ 4,66	\$ 6,99	\$ 3.138,51	\$ 4.704,27	7052,91	10575,87	\$ 15.860,31
Filete de camotillo frito	\$ 3,00	\$ 4,50	\$ 2.452,50	\$ 3.676,50	5512,50	8266,50	\$ 12.397,50
TOTAL			\$ 62.228,25	\$ 93.294,42	\$ 139.893,68	\$ 209.792,56	\$ 314.640,88

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 18 COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

COSTO		ALIMENTOS & BEBIDAS				
DETALLE	COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Desayuno 1	\$ 2,59	\$ 6.094,27	\$ 9.140,11	\$ 13.708,87	\$ 20.562,01	\$ 30.841,72
Desayuno 2	\$ 2,59	\$ 5.586,63	\$ 8.378,65	\$ 12.566,68	\$ 18.848,73	\$ 28.271,79
Almuerzos	\$ 2,22	\$ 7.994,22	\$ 11.990,22	\$ 17.984,22	\$ 26.975,22	\$ 40.461,72
Ceviche de camarón	\$ 5,18	\$ 3.237,50	\$ 4.853,66	\$ 7.277,90	\$ 10.914,26	\$ 16.368,80
Ceviche de pescado	\$ 4,44	\$ 2.242,20	\$ 3.361,08	\$ 5.039,40	\$ 7.556,88	\$ 11.333,10
Ceviche de concha	\$ 5,92	\$ 1.852,96	\$ 2.776,48	\$ 4.161,76	\$ 6.239,68	\$ 9.356,56
Ceviche mixto	\$ 5,92	\$ 1.852,96	\$ 2.776,48	\$ 4.161,76	\$ 6.239,68	\$ 9.356,56
Arroz con camarón	\$ 5,18	\$ 2.118,62	\$ 3.175,34	\$ 4.760,42	\$ 7.138,04	\$ 10.704,47
Arroz marinero	\$ 6,30	\$ 2.072,70	\$ 3.105,90	\$ 4.655,70	\$ 6.980,40	\$ 10.467,45
Arroz con pescado apanado	\$ 2,96	\$ 1.258,00	\$ 1.885,52	\$ 2.826,80	\$ 4.238,72	\$ 6.356,60
Arroz con camarón apanado	\$ 5,18	\$ 1.994,30	\$ 2.988,86	\$ 4.480,70	\$ 6.718,46	\$ 10.075,10
Pollo/Carne apanado	\$ 2,96	\$ 1.376,40	\$ 2.063,12	\$ 3.093,20	\$ 4.638,32	\$ 6.956,00
Camarones al ajillo	\$ 5,92	\$ 1.947,68	\$ 2.918,56	\$ 4.374,88	\$ 6.559,36	\$ 9.836,08
Tortilla de camarón	\$ 5,18	\$ 2.325,82	\$ 3.486,14	\$ 5.226,62	\$ 7.837,34	\$ 11.753,42
Chicharrón de pescado	\$ 5,18	\$ 2.325,82	\$ 3.486,14	\$ 5.226,62	\$ 7.837,34	\$ 11.753,42
Filete de camotillo frito	\$ 3,33	\$ 1.814,85	\$ 2.720,61	\$ 4.079,25	\$ 6.117,21	\$ 9.174,15
TOTAL		\$ 46.094,93	\$ 69.106,87	\$ 103.624,78	\$ 155.401,65	\$ 233.066,94

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 19 CAPITAL DE TRABAJO

PRIMER AÑO	
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO	
CAPITAL DE TRABAJO	ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$25.073,84
GASTOS POR SERVICIO	\$1.800,00
GASTO DE PUBLICIDAD	\$307,50
GASTO DE SUMINISTRO DE LIMPIEZA	\$3.300,00
GASTO DE CAPACITACION	\$350,00
GASTOS DE UNIFORMES	\$80,00
GASTO DE MANTENIMIENTO	\$230,00
GASTO DE SABANAS/MANT	\$890,00
GASTO DE CONSTITUCION	\$1.385,00
TOTAL	\$33.416,34
CAPITAL TRABAJO PARA TRES MESES	\$8.354,09

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”
ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 20 TABLA DE AMORTIZACIÓN

INVERSIÓN INICIAL	
INVERSION DE ACTIVOS DIFERIDOS	\$1.385,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$8.354,09
INVERSION DE ACTIVOS FIJOS	\$55.481,82
OBRAS FÍSICAS	\$18.164,25
INVERSIÓN TOTAL	\$83.385,16

TOTAL	\$83.385,16
CAPITAL PROPIO	\$105.000,00
DEUDA	-\$21.614,84
TASA	11,00%
Tiempo	5

Periodo	Pago	Interés	Amortización	Capital vivo
0				(21.614,84)
1	(5.848)	(2.378)	(3.471)	(18.144)
2	(5.848)	(1.996)	(3.852)	(14.292)
3	(5.848)	(1.572)	(4.276)	(10.015)
4	(5.848)	(1.102)	(4.747)	(5.269)
5	(5.848)	(580)	(5.269)	-

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería “Estrella de Mar”

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

CUADRO N° 21 FLUJO DE EFECTIVO

HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR						
FLUJO DE EFECTIVO						
EXPRESADO EN DOLARES						
FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE ALOJAMIENTO		17020,00	25487,50	38188,75	57240,63	85818,44
INGRESOS DE ALIMNETOS & BEBIDAS		62228,25	93294,42	139893,675	209792,5575	314640,8813
Venta activo		0	0	723	0	0
Total ingresos		79248,25	118781,92	178805,43	267033,18	400459,32
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
COSTO A ALIMENTOS & BEBIDAS		46094,93	69106,87	103624,78	155401,645	233066,9425
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION		46094,93	69106,87	103624,78	155401,645	233066,9425
(=) UTILIDAD BRUTA		33153,32	49675,05	75180,65	111631,54	167392,38
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos		25679,84	26533,40	27415,66	28327,59	29270,21
Gastos de Servicios		1800,00	1818,00	1836,18	1854,54	1873,09
Gastos de Publicidad		307,50	248,15	248,81	249,47	250,14
Gastos de suministro de limpieza		3300,00	3333,00	3366,33	3399,99	3433,99
Gasto de capacitación		350,00	353,50	357,04	360,61	364,21
Gasto de uniformes		80,00	80,80	81,61	82,42	83,25
Gasto de mantenimiento		230,00	232,30	234,62	236,97	239,34
Gastos de Mantelería y Sabana		890,00	0,00	907,89	0,00	926,14

Depreciación (de activos fijos)		2444,47	2444,47	2444,47	2444,47	2444,47
valor en libros						
total gastos operacionales		35081,81	35043,62	36892,60	36956,07	38884,84
(=) Utilidad Operacional		-1928,49	14631,43	38288,04	74675,47	128507,54
GASTOS NO OPERACIONALES						
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)		-2377,632765	-1995,855536	-	-1101,695088	-579,5647145
				1572,082812		
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		-2377,632765	-1995,855536	-	-1101,695088	-579,5647145
				1572,082812		
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS		449,14	16627,29	39860,13	75777,16	129087,11
(-) 15% Participación de Trabajadores		67,37103972	2494,093087	5979,01894	11366,5744	19363,06584
(=) Utilidad antes de Impuestos		381,77	14133,19	33881,11	64410,59	109724,04
(-) 22% Impuesto a la Renta		83,98922952	3109,302715	7453,843612	14170,32942	24139,28875
(=) UTILIDAD NETA		297,78	11023,89	26427,26	50240,26	85584,75
(+) Depreciación (de activos fijos)		2444,47	2444,47	2444,47	2444,47	2444,47
(-) Inversión	(75.031,07)					
(+) Préstamo	(21.614,84)					
(-) Capital de trabajo	(8.354,09)					
(-) Amortización deuda		3470,702081	3852,47931	4276,252035	4746,639758	5268,770132
(+) Recuperación Capital de Trabajo.						(8.354,09)
(+) Valor de Desecho						18427,86097
(=) Flujo Neto Efectivo	(105.000,00)	6.212,95	17.320,84	33.147,99	57.431,37	103.371,77

FUENTE: Estudio Financiero Hospedería "Estrella de Mar"

ELABORADO POR: Marjorie Pozo Láinez (2015)

GRÁFICO N° 28 UNIFORME DE PERSONAL



CAMISETA POLO BLANCA CON EL LOGOTIPO

Elaborador por: Marjorie Pozo Láinez



CAMISAS POLO EN CON EL LOGOTIPO PARA FINES DE SEMANA

Elaborador por: Marjorie Pozo Láinez

ANEXO N° 15 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

GRÁFICO N° 29 PUBLICIDAD

CLEOFÉ TOMALÁ
Celular: 0994610908
LIBERTADOR BOLIVAR

**Hospedería
"ESTRELLA DE MAR"**

Servicios que ofrece:

- ❖ Alojamiento
- ❖ Cafetería
- ❖ Atención personalizada
- ❖ Cabañas frente al mar
- ❖ Hamacas
- ❖ wife

DONDE INICIA LA VERDADERA SATISFACCIÓN DEL DESCANSO FAMILIAR

Hospedería Estrella de mar

The advertisement features a central photograph of a three-story building with a thatched roof and wooden balconies. To the left, there are two smaller photos showing the interior of a room with bunk beds and a bed. The text is arranged around these images, including contact information, a list of services, and a slogan. The logo for 'Hospedería Estrella de mar' is also present.

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

GRÁFICO N° 30 SOUVENIRS



AGENDA DE MADERA CON ESFEROGRÁFICOS

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez



ESFEROGRÁFICOS

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

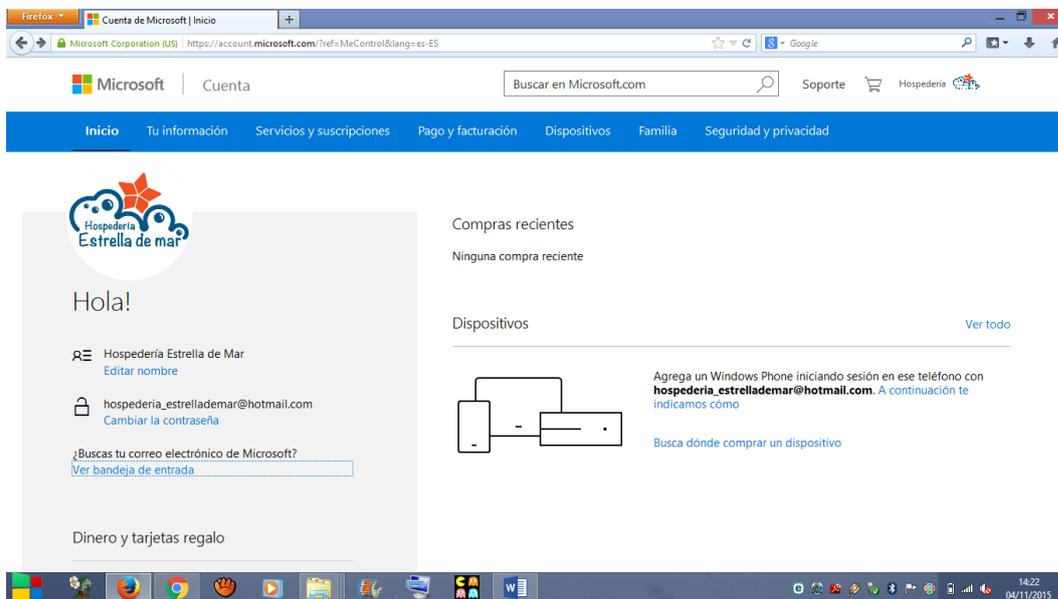


LLAVEROS DE MADERA

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

ANEXO N° 16 REDES SOCIALES

GRÁFICO N° 31 CORREO ELECTRÓNICO



VISTA GRAFICA DEL CORREO ELECTRÓNICO DE LA HOSPEDERÍA ESTRELLA DE MAR

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

GRÁFICO N° 32 FACEBOOK



VISTA DE PÁGINA DEL FACEBOOK

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

CUADRO N° 14 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
¿El plan de negocio mejorara la gestión empresarial de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar?	PLAN DE NEGOCIO	El plan de negocio es un documento que expresa la naturaleza del negocio (servicios), mercado meta, entorno competitivo, estrategias de entrada y consideraciones financieras.	Naturaleza del negocio	Producto	1.- ¿Considera Ud. que los productos que brinda la Hospedería “Estrella de Mar” son los adecuados?	Observación directa
				Servicio	2.- ¿Los servicios que se brinda están acordes a su gusto o preferencias?	Entrevistas
			Mercado	Oferta	3.- ¿Al momento de escoger un servicio cuales son los aspectos relevantes que considera?	Observación directa
				Demanda	4.- ¿Qué tipos de servicio considera Ud. básicos para una hospedería?	Entrevistas
			Entorno competitivo	Estrategias	5.- Se han elaborado estrategias para competir con las hospederías e instituciones que brindan servicios y productos similares en la comunidad Libertador Bolívar	Encuestas a turistas y miembros de la hospedería
				Competencia	Considera Ud. que Libertador Bolívar cuenta con los servicios necesarios para hospedarse	
			Finanzas	Rentabilidad	Considera Ud. Contar con el presupuesto para invertir en bienes para brindar un servicio adecuado.	Encuestas a turistas y miembros de la hospedería

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

CUADRO N° 15 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
¿El plan de negocio mejorara la gestión empresarial de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar?	Gestión Empresarial	La gestión empresarial es un proceso que comprende de las fases: Planeación, Organización, Dirección y Control para lograr efectividad y logro eficiente de los objetivos organizacionales.	Planeación	Misión	1.- ¿Considera Ud. que la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar posee una misión institucional que identifique al personal?	Observación directa Entrevistas Encuestas a turistas y miembros de la hospedería
				Visión	2.- ¿La Hospedería Comunitaria Estrella de Mar cuenta con una visión institucional para su gestión empresarial?	
				Objetivos	3.- ¿Existen objetivos institucionales en la gestión de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar?	
			Organización	Estructura Organizacional	4.- ¿Considera Ud. que la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar cuenta con una estructura organizacional definida?	Observación directa
				Talento Humano	5.- ¿La Hospedería Comunitaria Estrella de Mar cuenta con el Talento Humano adecuado para brindar los productos y servicios institucionales?	
			Dirección	Liderazgo	6.- ¿El Administrador de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar ejerce el liderazgo de manera adecuada?	
				Motivación	7.- ¿El Administrador realiza un rol motivador sobre el talento humano de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar?	
			Control	Evaluación del desempeño	8.- ¿Se realizan Evaluaciones del desempeño al personal de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar?	Encuestas a turistas y miembros de la hospedería
				Retroalimentación del desempeño	9.- ¿Se realizan evaluación de desempeño al talento humano de la Hospedería Comunitaria Estrella de Mar?	

Fuente: Observación Directa
Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

GRÁFICO N° 33 FOTOGRAFÍA DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

ENCUESTAS A HUÉSPEDES



ENCUESTA A HUÉSPED EN LA PLAYA DE LIBERTADOR BOLÍVAR

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

ENTREVISTA A ADMINISTRADOR



ENTREVISTA AL ADMINISTRADOS DE LA HOSPEDERÍAS ESTRELLA DE MAR – CLEOFÉ TOMALÁ

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

ENTREVISTA A AUTORIDADES LOCALES



ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA COMUNA ATRAVESADO – SR. LUIS CORONADO

Elaborado por: Marjorie Pozo Láinez

3.23 ABREVIATURAS

CE.- Constitución del Ecuador.

COOTAD.- Código orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización.

ESPOL.- Escuela Politécnica del Litoral.

INEC.- Instituto nacional de estadísticas y censos.

PLANDETUR.- Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador hasta el 2020.

SEMPLADES.- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

UPSE.- Universidad Estatal Península de Santa Elena.