



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL HOSTAL FAMILIAR  
EL GALEÓN DEL CANTÓN PLAYAS  
PROVINCIA DEL GUAYAS,  
AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA:** KARINA MARIBEL CHIQUITO NIETO

**TUTOR:** ING. WASHINGTON PERERO VERA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL.

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL HOSTAL FAMILIAR  
EL GALEÓN DEL CANTÓN PLAYAS  
PROVINCIA DEL GUAYAS,  
AÑO 2015”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTORA: KARINA MARIBEL CHIQUITO NIETO**

**TUTOR: ING. WASHINGTON PERERO VERA, MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, Agosto del 2014

### **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación “**PLAN DE NEGOCIO PARA EL HOSTAL FAMILIAR EL GALEÓN DEL CANTÓN PLAYAS PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015**” elaborado por la Sra. **KARINA MARIBEL CHIQUITO NIETO**, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración Pública, 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 académico y científico, razón por la cual la Apruebo en todas sus partes..

Atentamente

.....  
Ing. Washington Perero Vera, MSc.  
**TUTOR**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo de Titulación o Graduación, **“PLAN DE NEGOCIO PARA EL HOSTAL FAMILIAR EL GALEÓN DEL CANTÓN PLAYAS PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”** elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este 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, 09 de Diciembre del 2014.

**Atentamente**

.....  
Karina Maribel Chiquito Nieto.  
**C.C. 092068240-8**

## **DEDICATORIA**

Le dedico al Todopoderoso, porque es grande y majestuoso, nos da todos los beneficios, nos alienta cada día, para salir adelante.

Nos da la fuerza cada día para desenvolvernos en nuestros trabajos, en nuestros estudios, en nuestra actividades diarias, por eso y por mucho más, necesito que él esté presente en nuestra vida.

A mi esposo que apoya en mis estudios, en nuestro hogar, que siempre está a mi lado dándome fuerzas para salir adelante, a mis hijas que son mi orgullo, por ellos, quise que vean en mí, un ejemplo de superación, para cuando ellos sean jóvenes, tengan esa dedicación de seguir estudiando y ser profesional.

**Karina**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por concederme un día más de vida.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por abrirme sus puertas, también a los profesores por compartir sus conocimientos para convertirme en una profesional.

A mi esposo por su cariño, comprensión y constante estímulo.

A mis hijas por su paciencia y por enseñarme a enfrentar los obstáculos con alegría.

A mí segunda mamá en todos los momentos importantes.

A mis padres y hermanas por brindarme un hogar cálido y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr los objetivos.

**Karina**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
DECANA DE FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

---

Econ. Félix Tigrero González, MSc.  
DIRECTOR DE ESCUELA  
INGENIERIA COMERCIAL

---

Ing. Washington Perero Vera, MSc.  
PROFESOR-TUTOR

---

Econ. Hugo Alvares Plua, MSc.  
PROFESOR DE ÁREA

---

Ab. Joe Espinoza Ayala.  
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA EL HOSTAL FAMILIAR  
EL GALEÓN DEL CANTÓN PLAYAS  
PROVINCIA DEL GUAYAS,  
AÑO 2015”**

**Autora:** Sra. Karina Maribel Chiquito Nieto  
**Tutor:** Ing. Washington Perero Vera, MSc.

**RESUMEN**

En el sumario de elaboración de esta tesis, se describen los procesos con respecto a la creación del Plan de Negocios para el hostel familiar el Galeón ubicado en el cantón Playas. El trabajo se lo realizó bajo la modalidad de proyecto realizable que tiene el propósito de utilizar de manera inmediata la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problema, de requerimiento o necesidades existentes. Se aplicó encuestas a las encuestas a los clientes, con proyectos de igual manera se aplicaron entrevistas a los clientes a los directivos y empleados y con esta técnica se consiguió constatar que es lo que el cliente necesita y si la propuesta va a ser rentable, sin restringir de alguna manera las ideas y apreciaciones de los involucrados. La recolección de los datos se la realizó a través de la entrevista y la encuesta bien estructurada con preguntas de la escala de likert con el propósito de obtener los criterios de todos los involucrados, en el caso del cuestionario fue impersonal por cuanto no lleva el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde. Todo está sustentado en los medios de investigación. Se consideraron etapas como la fundamentación teórica de la propuesta en donde se explica científicamente los argumentos que sustentan la investigación, además del estudio correspondiente a la aplicación de los métodos y técnicas que permitieron el levantamiento de la información, y fase en que se diagnostica la situación actual del hostel familiar el Galeón. Esto incluye el logotipo, visión, misión, las políticas del hostel, servicio, diagrama de servicio con el cual son las herramientas apropiadas para esta propuesta. Por último se desarrolla la propuesta del Plan de Negocio que consiste y tiene por objetivo, la descripción del hostel con un diagrama del mercado con su oferta y su demanda, una estructura organizacional con sus funciones y perfiles de puesto para el hostel familiar el Galeón por último pero el más importante está el financiero que nos garantiza la rentabilidad del proyecto para la elaboración del Plan de Negocio del hostel familiar el Galeón, la bibliografía son elementos complementarios que ayuda a tener las referencias de los conceptos de los autores utilizados en el marco contextual.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	ii
<b>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	v
<b>TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	xiv
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xv
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	xvi
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	xvii
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	xviii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>MARCO CONTEXTUAL</b> .....	2
Tema.....	2
Planteamiento del problema.....	2
Situación actual. ....	3
Situaciones futuras. ....	4
Alternativas de solución.....	5
Delimitación del problema.....	6
Formulación del problema. ....	7
Sistematización del problema. ....	7
Evaluación del problema.....	8
Justificación del tema.....	9

Justificación teórica.....	10
Justificación metodológica.....	11
Justificación práctica.....	12
Objetivos.....	13
Objetivo General.....	13
Objetivo Específico.....	13
Hipótesis.....	14
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>17</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>17</b>
1.1 ANTECEDENTES.....	17
1.1.2 Tipos de hostales.....	18
1.2 PLAN DE NEGOCIOS.....	20
1.2.1 Autores de los planes de negocio.....	23
1.2.2 Importancia de los Planes de Negocios.....	24
1.2.3 Modelo de los Planes de Negocios.....	26
1.3 NATURALEZA DEL PROYECTO.....	27
1.3.1 Descripción del negocio.....	27
1.3.2 Ubicación.....	27
1.3.3 Visión y Misión.....	27
1.4 SERVICIO.....	27
1.4.1 Objetivos de los servicios.....	28
1.4.2 Diagrama.....	30
1.5 MERCADO.....	30
1.5.1 Objetivos.....	30
1.6 ORGANIZACIONAL.....	31

1.6.1 Estructura organizacional.....	31
1.6.2 Tipos de Organizaciones.....	32
1.6.3 Desarrollo del personal. ....	32
1.7 FINANCIERO.....	34
1.7.3 Balance general. ....	34
1.7. 4 Razones financieras:.....	35
1.8 CALIDAD DE SERVICIO. ....	45
1.8.1 Calidad. ....	45
1.8.2 Servicio. ....	46
1.9 TALENTO HUMANO. ....	46
1.9.1 Empatía. ....	47
1.9.2 Competencia.....	47
1.10 COMUNICACIÓN. ....	48
1.10.1 Emisor .....	48
1.10.2 Receptor .....	48
1.10.3 Mensaje .....	49
1.11 MARCO LEGAL. ....	49
1.11.1 Ley de turismo.....	51
1.11.2. Normas ISO 9000.....	55
1.11.3 Norma ISO 9001:2008. ....	56
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>57</b>
<b>METODOLOGÍA. ....</b>	<b>57</b>
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	57
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN. ....	58
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN. ....	59

2.3.1 Por el Propósito.....	59
2.3.2 Por el Nivel. ....	59
2.3.3 Por el Lugar.....	59
2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	60
2.4.1 Método Inductivo:.....	60
2.4.2 Método Deductivo:.....	60
2.4.3 Método Analítico: .....	60
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	60
2.5.1 La Entrevista. ....	61
2.5.2 La Encuesta. ....	61
2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN. ....	61
2.6.1 Guía de entrevista.....	61
2.6.2 El Cuestionario.....	62
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	62
2.7.1 Población o Universo.....	62
2.7.2 El Muestreo.....	63
2.7.3 Métodos de muestreo no probabilísticas.....	63
2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	65
2.8.1 Procedimientos.....	65
2.8.2 Procesamiento.....	66
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>68</b>
<b>ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>68</b>
3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	68
3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	73
3.3 CONCLUSIONES.....	83

3.4 RECOMENDACIONES.....	84
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>85</b>
<b>PLAN DE NEGOCIOS PARA EL HOSTAL FAMILIAR EL GALEÓN DEL CANTÓN PLAYAS PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015” .....</b>	<b>85</b>
4.1 PRESENTACIÓN.....	85
4.1.1 Descripción de la empresa. ....	86
4.1.2 Tamaño y ubicación.....	86
4.1.3 Capacidad Instalada. ....	86
4.1.6 Logotipo del hostel el Galeón. ....	88
4.1.8 Visión de la empresa. ....	89
4.1.9 Misión de la empresa. ....	89
4.1.10 Política de la empresa.....	89
4.2 SERVICIO. ....	89
4.2.1 Especificación del servicio.....	90
4.2.2 Diagrama de servicio.....	92
4.3 MERCADO.....	93
4.3.1 Objetivos de mercado.....	93
4.3.2 Investigación de mercado.....	94
4.3.3 Fijación y políticas de precio. ....	96
4.3.3.1 Habitación personal.....	96
4.3.3.2 Habitación familiar.....	97
4.4 ORGANIZACIÓN. ....	98
4.4.1 Estructura organizacional.....	98
4.4.2 Funciones y perfiles de puesto. ....	99
4.5 FINANZAS.....	103

4.5.1 Equipo de computación.....	103
4.5.2 Costo operativo. ....	105
4.5.3Flujo de caja proyectado. ....	105
4.5.4 Pérdidas y ganancias. ....	108
4.6 PLAN DE ACCIÓN.....	109
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>110</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>111</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>112</b>
<b>PÁGINA DE INTERNET.....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>114</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
CUADRO 1 Plan de negocio .....	15
CUADRO 2 Calidad de servicio .....	16
CUADRO 3 Modelo del plan de negocio .....	26
CUADRO 4 Población.....	62
CUADRO 5 Principales clase de muestreo no probabilístico.....	64
CUADRO 6 Muestra.....	65
CUADRO 7 Proyectado para el servicio de hospedaje.....	93
CUADRO 8 Hoteles.....	95
CUADRO 9 Hosterías.....	95
CUADRO 10 Precio de Habitación .....	96
CUADRO 11 Administrador.....	99
CUADRO 12 Secretaria(o) .....	100
CUADRO 13 Camarera .....	100
CUADRO 14 Guardia .....	101
CUADRO 15 Mantenimiento .....	101
CUADRO 16 Mesonero .....	102
CUADRO 17 Cocinero .....	102
CUADRO 18 Inversión Inicial.....	103
CUADRO 19 Equipo de computación.....	104
CUADRO 20 Inversión Total .....	104
CUADRO 21 Costo no operacionales.....	105
CUADRO 22 Flujo de efectivo al mes .....	106
CUADRO 23 Flujo de efectivo al año .....	107
CUADRO 24 Pérdidas y ganancias .....	108
CUADRO 25 Plan de acción.....	109

**ÍNDICE DE TABLAS**

	<b>Pág.</b>
TABLA 1 Servicio del hostel familiar Galeón .....	73
TABLA 2 Precio del hostel familiar Galeón.....	74
TABLA 3 Localización del hostel familiar Galeón .....	75
TABLA 4 Motivos por los que visita el cantón General Villamil Playas.....	76
TABLA 5 Servicios de las instalaciones del hostel galeón.....	77
TABLA 6 Servicios que ofrece el establecimiento al cliente .....	78
TABLA 7 Familiar y amigo que visiten este hostel.....	79
TABLA 8 Tiempo que espera para que lo atiendan en el hostel .....	80
TABLA 9 Servicio adicional que le gustaría tener en el hostel.....	81
TABLA 10 Aspectos que busca al hospedarse en un hostel .....	82

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

	<b>Pág.</b>
GRÁFICO 1 Servicio del hostel familiar Galeón .....	73
GRÁFICO 2 Precio del hostel familiar Galeón .....	74
GRÁFICO 3 Localización del hostel familiar Galeón .....	75
GRÁFICO 4 Motivos por los que visita el cantón General Villamil Playas .....	76
GRÁFICO 5 Servicios de las instalaciones del hostel galeón .....	77
GRÁFICO 6 Servicios que ofrece el establecimiento al cliente .....	78
GRÁFICO 7 Familiar y amigo que visiten este hostel .....	79
GRÁFICO 8 Tiempo que espera para que lo atiendan en el hostel .....	80
GRÁFICO 9 Servicio adicional que le gustaría tener en el hostel.....	81
GRÁFICO 10 Aspectos que busca al hospedarse en un hostel.....	82

**ÍNDICE DE FIGURAS**

	<b>Pág.</b>
FIGURA 1 Ubicación del Hostal El Galeón .....	87
FIGURA 2 Logo del Hostal El Galeón .....	88
FIGURA 3 Proceso del servicio.....	92
FIGURA 4 Habitación personal.....	96
FIGURA 5 Habitación Familiar 4 x 5 metros .....	97
FIGURA 6 Habitación Familiar 7 x 6 metros .....	97
FIGURA 7 Estructura Organizacional .....	98

**ÍNDICE DE ANEXOS**

	<b>Pág.</b>
ANEXO 1 Solicitud para dirigida al hostel familiar el Galeón .....	114
ANEXO 2 Carta Aval .....	115
ANEXO 3 Matriz de consistencia.....	116
ANEXO 4 Encuesta .....	117
ANEXO 5 Entrevista.....	120
ANEXO 6 Fotos Hostel El Galeón .....	121

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la sociedad es más exigente, lo cual implica que los hostales de masivo inviertan en mejorar la calidad de sus servicios.

La presente tesis, está dividida en 4 capítulos, en donde se fundamenta el tema de la investigación, están basados y establecidos de la siguiente manera: como primera estructura se tiene el marco contextual, que abarca la problemática del plan de negocios para el hostel familiar El Galeón.

En el capítulo I, se describe la fundamentación teórica de sus etapas; en la cual el investigador deberá buscar fuentes de autores relacionados con el tema de investigación que den respaldo científico al desarrollo del tema plan de negocios, con los aspectos considerados como relevantes y la fundamentación legal que antecede a la descripción del presente material escrito.

El capítulo II, está enfocado a la recolección de la información para el debido estudio la metodología de investigación, que describe el diseño, técnica e instrumentos además de obtener la información más importante que permita el análisis de los componentes o variables más significativas que influyen en el tema de investigación para la elaboración de un plan de negocio para el hostel.

En el capítulo III, contiene el análisis e interpretación de resultados que se obtienen aplicando las herramientas de investigación, tales como las entrevistas y encuestas realizadas a involucrados especialmente a administrador, empleados y clientes, para de acuerdo a ello realizar la propuesta del plan de negocios.

En el capítulo IV, de la propuesta incluye la descripción de la empresa, logotipo, visión, misión, política, servicio, diagrama de servicio, estructura organizacional, funciones y perfiles de puestos, el estudio financiero es fundamental para determinar la factibilidad del proyecto, para la elaboración del plan de negocio.

## MARCO CONTEXTUAL

### **Tema.**

Efecto de un estudio técnico y financiero en el fortalecimiento del servicio turístico en el hostel familiar “EL GALEÓN”. Plan de negocios para el hostel familiar El Galeón del cantón Playas, provincia del Guayas, año 2014.

### **Planteamiento del problema.**

El hostel familiar El Galeón muestra fallas por la ausencia de un Plan de Negocio en el cual la empresa se debería enfocar para el cumplimiento de sus metas, el desconocimiento por parte de los propios empleados de la misión, que persigue la organización lo que trae como consecuencia es que cada empleado realice su trabajo de manera rutinaria sin tener una guía que rijan las actividades que se deben realizar para cumplir con la misión y los objetivos de la empresa.

Por ende el análisis se enfocará en estos escenarios, con disposición de gerencia estratégicamente, teniendo así la particularidad de manejar los escenarios dentro del hostel familiar El Galeón.

Por lo coincidente el hostel familiar El Galeón tiene algunas anomalías.

- ✚ Poco personal en el hostel.
- ✚ Carencia de comunicación.
- ✚ En el hostel se requiere de un manual de procedimiento.
- ✚ Desconocimiento del servicio al cliente.
- ✚ Lineamiento en la toma de decisiones administrativa.

✚ Nivel bajo de capacitación al personal en atención al cliente.

Estos servicios se pueden ver afectados por la falta de concientización de los directivos al no implementar herramientas administrativas, el nivel bajo académico y capacitación del personal en lo referente a servicio y atención al cliente, las escasas propuestas para el desarrollo turístico por el desinterés al servicio del cliente, la no implementación de adecuadas estrategias.

Una vez analizado el estado actual de la organización se presenta en esta sección, los aspectos que fueron considerados como los de mayor nivel de criticidad, es decir, aquellos que están generando de alguna forma situaciones no deseadas y que influyen de manera directa en el desempeño del sistema; tomando en consideración los puntos de vistas de los diferentes miembros.

### **Situación actual.**

El hostel familiar no posee una misión-visión, que le permita establecer los perfiles y evolución futura de la organización. Además son limitado objetivos estratégicos que examinen a un mejor rendimiento.

Así mismo, se presenta la falta de estrategias frente a posibles situaciones internas y externas que afectan el servicio brindado a los clientes. Se considera que la responsabilidad social tiene como fundamento el compromiso con el desarrollo sostenible, tanto de la empresa misma como de su entorno.

Para continuar creciendo de manera exitosa que busca maximizar los beneficios del negocio aporta a la comunidad, clientes y el medio ambiente; y minimizar el impacto adverso que pudieran causar inconveniente en estas operaciones. Inicialmente, deberá realizarse un estudio pormenorizado de la demanda probable, no sólo de la propia hostel.

Este efecto puede en ocasiones afectar la acogida turística asimismo, en muchos casos, deberá tenerse en cuenta la demanda que posee el cantón Playas de la zona o de otros lugares, y personas que están de paso.

En el hostel familiar El Galeónes posible e indispensable que se empleen las acciones para generar valor económico y social de manera simultánea, se considera que sólo así es factible operar hoy y crecer mañana en armonía con la comunidad y grupos de interés.

El esquema de sostenibilidad se basa en los siguientes pilares: misión, visión, valores y cultura, que conforman un riesgo de corto y a largo plazo, que permite identificar y tomar acciones para minimizar su impacto.

### **Situaciones futuras.**

En un entorno de constante cambio y al no contar con una visión clara no podrá elaborar objetivos acertadamente que permitan a los dueños y el personal lograr mejores beneficios.

Además, si se mantiene como hasta ahora desaprovechará nuevas oportunidades que le brinda el entorno, y no explorará al máximo sus fortalezas y todos los recursos con los que cuenta, por eso es necesario analizar y comprender el ambiente, la competencia, al cliente y al sector.

A su vez le impedirá contar con estrategias de gerenciamiento, por lo que tendría dificultades para planificar, organizar, coordinar, y tomar decisiones correctas, lo que la induciría a limitar su crecimiento organizacional.

Debido a la carencia que existe en la empresa de políticas empresariales le dificultará el alcance de objetivos deseados, así como también la orientación que necesitan los directivos para elaborar planes concretos de acción.

En la empresa es imposible resolver los problemas que posee la empresa, además no le permite aprovechar una oportunidad, o superar una amenaza o debilidad.

Desarrollar un plan negocio que conlleve a los empleados del hostel que se identifiquen con la empresa y no se sientan que no forman parte ella sin tener la debida participación abierta al alcance de sus propósitos, el máximo líder debe prestar mucha atención y confianza para que el compromiso y responsabilidad laboral sea de todos los que conforman la organización, de tal manera que se pueda alcanzar el objetivo principal de dicha compañía.

### **Alternativas de solución.**

Una metodología para el manejo del entorno, que permite a las operaciones identificar, analizar, examinar y definir programas de acción sobre los temas clave de riesgo vinculado a la sostenibilidad.

Un enfoque operativo, basado en cuatro ejes de responsabilidad social, que se mantiene enfocado y alineado en los temas relacionados con el negocio que se anhela implementar en este mundo competitivo.

Lineamientos y procesos claros que facilitan el trabajo de manera sencilla y sistemática.

Mediante el plan de negocio que se implementara en la empresa, se estructuraría mediante áreas las cuales cumplirían funciones específicas; y para que funcione

correctamente la empresa se planea trabajar con mayor cantidad de trabajadores de la organización.

Si la demanda aumentará se incrementarán los turnos de trabajo así como la magnitud de las instalaciones de las cuales se disponen. Si la empresa aumentara su infraestructura en un parqueadero tendría que aumentar su personal calificada, en servicio de calidad.

Además poseerá elementos que le permitirán ser más competitivos, ampliar sus horizontes en el mercado, estimular la demanda de los clientes que ofrece y mejorar en gran manera sus métodos de trabajo actuales y así tomar las decisiones correctas, en el tiempo preciso, manteniendo un direccionamiento claro; involucrados de esta manera a todos los miembros de la misma, creando en ellos un compromiso para el establecimiento de objetivo y metas que les faciliten en el plan.

### **Delimitación del problema.**

Determinar la factibilidad de realizar un plan de negocio en el hostel para el fortalecimiento del servicio turístico ubicada en el cantón Playas.

### **Aspecto.**

El plan de negocios es una herramienta que muestra en este caso, las actividades a realizar en beneficio del crecimiento empresarial en el servicio turístico. Elaborar un plan de negocio para mejorar el servicio en el hostel.

El esquema surge de la aplicación de unas técnicas general que se debatió y aceptó en su momento y de una primera definición de metas, objetivos para que se cumplan a futuro.

Al mismo tiempo que no les permite realizar una planificación acorde a la actividad que tienen, lo cual representa una barrera para desarrollarse como una institución sólida, con un crecimiento y una estabilidad económica y laboral, que procure disponer de una administración con capacidades y aptitudes, que aporten al desarrollo de su labor productiva.

### **Área.**

La ubicación es el Barrio Ecuador perteneciente a General Villamil del cantón Playas un factor de gran notabilidad por lo tanto es necesario realizar el plan de negocio.

### **Campo.**

La escasa inversión para la economía turística que recibe este sector y también los bajos niveles de inversión realizadas por los propios gobiernos sea poco estable, por tanto, existe el compromiso de todos, en especial de quienes gobiernan, propiciar las condiciones mínimas de seguridad para que la inversión empiece a fluir.

Está dirigido para diseñar un estudio técnico y financiero en el fortalecimiento del servicio turístico.

### **Formulación del problema.**

¿Qué efecto tiene el estudio técnico financiero en el fortalecimiento del servicio turístico en el hostel familiar El Galeón del cantón Playas, provincia del Guayas?

### **Sistematización del problema.**

- ✚ ¿Qué recursos y talento humano se requiere para mejorar la empresa?
- ✚ ¿Cuáles son los problemas que tiene la empresa en sus instalaciones?

- ✚ ¿Es necesario realizar un plan de negocio?
- ✚ ¿Cuál será la incidencia que causara el plan de negocio?
- ✚ ¿Cuál es la demanda insatisfecha al momento del servicio en el hostel?

### **Evaluación del problema.**

#### **Evidente.**

En esta etapa se procedió a analizar los Factores internos y externos claves del hostel, con la finalidad de generar un conjunto de estrategias factibles a través de un análisis.

Es importante destacar que el desarrollo de esta etapa depende de la información derivada de los factores, ya que consiste en ajustar las oportunidades y amenazas externas con las fuerzas y debilidades internas.

Una vez que se han analizados y estudiados los datos Internos, se establecen las actuaciones y los planes a seguir.

Estas actuaciones y planes de acción ayudan a surgir: “hacerlo mejor” (dirigir los esfuerzos hacia donde se han identificado las fallas); adaptar los métodos de la competencia a los otros hoteles para así aprovechar los conocimientos de otras empresas; adelantar a la competencia y cambiar las reglas de nuestros clientes.

#### **Factible.**

El recursos e insumos, ya sean administrativos y económicos se espera que el proyecto tenga impacto en el corto y mediano plazo, para comenzar a visualizar la posibilidad de generar condiciones de competitividad para el desarrollo de destinos procedente a partir de estrategias competitivas.

### **Relevante.**

El diseño de la investigación que adopta el investigador para responder el problema planteado, el presente estudio se trata de una investigación aplicada para comprender y resolver algunas situaciones, necesidad o problema en un contexto determinado, donde se requiere trabajar en el ambiente natural en el que conviven las personas y las fuentes consultadas, la estrategias a tomarse la de una investigación de campo para así ver las mejores opciones para aplicar al Plan de Negocio.

### **Justificación del tema.**

La importancia de los turistas se encuentra en un lugar donde puedan tener una placentera estadía para así disfrutar de las bondades que muestran los paisajes que rodean al cantón y su variada gastronomía como por ejemplo los platos elaborado con mariscos, helados de crema y frutas que pueden ser acompañados de tradicionales cosas finas como rosquetes, elaborados a base de harina de maíz, complementan su banquete gastronómico en esta rica y productiva región de nuestro país.

Para identificar la demanda y las preferencias de los consumidores se considera las encuestas de mercado; entrevistas y todas las herramientas necesarias, las mismas quedarán la información correspondiente para determinar las características de todos los productos requeridos.

Mediante esto se identificará los principales costos que determina la rentabilidad financiera del proyecto, aplicando los conocimientos y técnicas adquiridas, para un proyecto que podría beneficiar a una sociedad.

Por lo tanto, un plan de negocios permitirá evaluar la viabilidad del proyecto a realizar, medir sus fuerzas y debilidades, así como atraer nuevos inversionistas y facilitar la obtención de préstamos u otra clase de financiamiento para la ejecución de la propuesta.

Además de beneficiar principalmente a la sociedad, tanto empresario como empleados del mismo, ya que podrá crear nuevos empleos que mejorarán su economía y bienestar social, ofreciendo también otra opción para los turistas nacionales y extranjeros que se hospeda en la ciudad, dándole a conocer las extensas playas y puedan comprar producto para así generar más ingreso.

### **Justificación teórica.**

(Castellanos, 2010)Se refiere:

“Los estudios técnicos en hotelería expresada en la conformación de redes de negocios o clúster localizados de empresas en una industria específica, ha sido estudiada por numerosos autores en el mundo desarrollado. Para Latinoamérica y para las PYMES representa una ventaja importante frente a los retos de productividad y competitividad y a oportunidades en nichos de mercado”.

Con la elaboración del plan de negocios se pretende fomentar el servicio turístico en el cantón Playas como iniciar y estructurar negocios para potencializar el turismo rural, como alternativa para encontrar nuevos mercados turísticos.

Por otro lado es una opción para la diversificación de los trabajos que se labora en este cantón, con lo cual se beneficia no solo a los propietarios de estos emprendimientos, sino también a otros pobladores rurales, que por este medio tendrán nuevas fuentes de empleo e ingresos.

Una razón adicional para permanecer en los espacios rurales dando mayor valor agregado a sus servicios, conservando las costumbres autóctonas a fin de que produzcan los resultados esperados de manera sostenible, respetando la naturaleza, la historia y la cultura en el medio en que se desarrolla mejorando sus condiciones de vida.

Este trabajo investigativo permitirá ampliar el conocimiento, contribuyendo con el aporte profesional para solucionar las diferentes problemáticas que se presentan en el ámbito turístico, en este caso particular, brindar importancia única para el desarrollo turístico en este sector; este proyecto se argumenta desde el punto de vista económica, ya que ayudara al desarrollo económico y turístico, con mayor información para los visitantes e inclusive para los habitantes del cantón Playas.

Rosales R. Se refiere

“La situación problemática planteada en la que a la vez se enmarca el problema específico que se quiere solucionar en el proyecto, es el escenario de las condiciones o el fin último que deberá guiar y justificar la existencia del proyecto”. pág. # 76

### **Justificación metodológica.**

Según autor (Bernal, 2006) Indica.

“El propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente. Todo proyecto valioso demanda una minuciosa planificación. La planeación y desarrollo del presente estudio permite diseñar planes estratégicos para implantar centros de comercialización para un mejor posicionamiento en el mercado” pág. # 103

Como hostel es un punto turístico a nivel local, con la finalidad de promover el turismo de Playas y dar a conocer las bondades que ofrece el hostel y promueven a la conservación del medio ambiente y a la sana diversión, entre aquellos

visitantes que desean tener un contacto más directo con la naturaleza en un clima cálido, confortable y acogedor como es la Hostal Galeón.

(Weinberger Villarán, 2009) Indica:

“Por lo general, las empresas en marcha van aumentando sus unidades de negocios con la finalidad de crecer y ser más rentables. Sin embargo, un crecimiento no planificado ni controlado podría causar el fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda la empresa”. Pág. # 40

Una de las finalidades de este proyecto es saber cuánto capital se necesita para la inversión, con qué capital se va a respaldar, así como determinar en cuanto tiempo se podrá recuperar dicha inversión y saber la rentabilidad de él.

### **Justificación práctica.**

(Bernal, 2006), manifiesta sobre la investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirán a resolverlo” pág. #103.

Que el estudio de un plan de negocio este proyecto así también va a generar expectativa en la competencia directa en este caso de las hosterías que se encuentran cerca de la ciudad.

(Galán, 2010)Se refiere

“La justificación práctica del problema expone las razones acerca de la utilidad y aplicabilidad de los resultados del estudio y de la importancia objetiva de analizar los hechos que los constituyen y de la posibilidad de llegar a conclusiones lógicas de su solución y cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o proponer estrategias que cuando se aplican contribuyen a resolverlo”.

La justificación práctica del problema expone las razones acerca de los beneficios de los resultados del estudio y de la importancia objetiva de analizar los hechos que los constituyen y de la posibilidad de llegar a conclusiones lógicas de su solución y cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o proponer estrategias que cuando se aplican contribuyen a resolverlo.

Con la presente propuesta se logrará llegar a nuevos sectores, mediante el sector turístico, mejorando las condiciones de vida del cantón General Villamil Playas sea a corto, mediano o largo plazo, además se considera como beneficiarios a los clientes.

Además un plan de negocios permitirá evaluar la viabilidad del proyecto a realizar, asimismo de beneficiar principalmente a la sociedad, tanto empresario como empleados del mismo ya que se podrá crear nuevos empleos para mejorar su calidad de vida.

## **Objetivos.**

### **Objetivo General.**

Diseñar un plan de negocios que permita contrarrestar las debilidades para la formación de una estructura estable y competitiva del Hostal familiar El Galeón del cantón Playas provincia del Guayas.

### **Objetivo Específico.**

- ✚ Afirmar teóricamente los criterios del plan de negocio en función del enfoque y objetivos.

- ✚ Diagnosticar la situación actual del hostel Galeón, a través de la aplicación de herramientas de investigación oportunas y adecuadas.
- ✚ Estructurar el enfoque necesario que deberá tener el proyecto para un correcto cumplimiento en el servicio turístico.
- ✚ Determinar la viabilidad financiera del proyecto para el plan de negocio en el hostel El Galeón del cantón Playas en el año 2014.

### **Hipótesis.**

Con el plan de negocio se mejorará el servicio turístico en el hostel familiar El Galeón del cantón Playas Provincia del Guayas.

### **Operacionalización de la Variables.**

#### **Variable Independiente.**

Plan de negocio.

#### **Variable Dependiente.**

Calidad de servicio.

CUADRO 1 Plan de negocio

Hipótesis	Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Con el Plan de negocio se mejorará el servicio turístico en el hostel familiar El Galeón del cantón Playas Provincia del Guayas.	Plan de negocio	Es un estudio de mercado mediante la descripción de la empresa por medio de un estudio organizacional y financiero que se pretende realizar con el proyecto.	Naturaleza del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción de la Empresa</li> <li>• Tipos de empresas</li> <li>• Ubicación</li> <li>• Visión y misión</li> </ul>	¿Cómo considera usted la localización del hostel familiar Galeón?	Encuestas
			Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos</li> <li>• Especificación del servicio</li> <li>• Diagrama</li> </ul>	¿De qué manera se dará a conocer el servicio?	
			mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivo de mercado</li> <li>• investigación de mercado</li> <li>• fijación y políticas de precio</li> </ul>	¿Está usted de acuerdo con el precio del hostel familiar Galeón?	
			Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura organizacional</li> <li>• Desarrollo del personal</li> <li>• Administración de sueldo y salarios</li> </ul>	¿Cuál es la misión y visión de su empresa? ¿Considera que la toma de decisiones por parte de usted dentro del trabajo, es importante para mejorar su desempeño?	
Financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balance general</li> <li>• Flujo de efectivo</li> </ul> Razones financiera					

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

CUADRO 2 Calidad de servicio

Hipótesis	Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Con el Plan de negocio se mejorará el servicio turístico en el hostel familiar El Galeón del cantón Playas Provincia del Guayas.	Calidad de servicio	Es un conjunto de directrices que orienta la acción fundamental de la empresa, contando con el talento humano competente capaz de comunicar los servicios ofrecidos hacia los clientes.	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empatía</li> <li>• Competencia</li> <li>• Imagen institucional</li> </ul>	<p>¿Qué servicio adicional le gustaría tener en el hostel?</p> <p>¿A qué mercado conviene distribuir el servicio?</p>	<p>Guion de entrevistas</p> <p>Questionario</p>
			Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisor</li> <li>• Receptor</li> <li>• Mensaje</li> </ul>	¿Cree usted que el personal de servicio que labora en el hostel, está preparado para brindar una atención de calidad?	
			Cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cliente interno</li> <li>• Cliente externo</li> </ul>	¿Cómo calificaría el servicio del hostel familiar Galeón?	

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO.

#### 1.1 ANTECEDENTES.

Esto permitirá dar cuenta de los cambios que se fueron produciendo en la misma no sólo a nivel infraestructura sino también en cuanto a quienes son denominados huéspedes, pero sin dejar de lado aquello que es, indudablemente, fundamental para que exista el servicio y la calidad, por lo cual dependerá el éxito de un hostel.

Desde sus comienzos hasta el día de hoy no se ofrece al huésped lo mismo que se les brindaba años atrás y tampoco tiene el huésped las mismas características que aquellos viajeros que buscaban un lugar donde pasar la noche.

(Foster, 1994)Indica “Las industrias actuales de hospedaje y restaurantes son el resultado de la evolución social y cultural de muchos siglos.”Pág. #. 1

Los primeros en necesitar un lugar donde hospedarse fueron los comerciantes, ellos tenían la necesidad de encontrar un lugar donde no solo pudieran dormir, sino alimentar.

La información que proporcionan los libros acerca de los primeros establecimientos de hospedaje demuestra que el servicio que se brindaba a los viajeros fue cambiando a través de los siglos y que esto tuvo que ver con la situación socioeconómica.

El aumento y disminución de las actividades comerciales influyó en el éxito

determinados espacios y también lo hicieron la aparición de ciertos movimientos de la época como los grupos de cristianos, la proliferación de instituciones monásticas y diversos acontecimientos históricos que tuvieron lugar en la historia de la humanidad.

En el presente trabajo se hace una confrontación entre la hotelería tradicional y las nuevas modalidades de alojamiento y por lo tanto resulta importante dar a conocer donde tuvo origen la hotelería tradicional y por qué fue necesaria la creación de estos hospedajes para los viajeros.

Remontarse a las primeras concepciones de alojamiento sirve para evidenciar el cambio constante que se genera en la industria de la hospitalidad y como su evolución se debe a las necesidades de las personas.

Más allá de las características físicas de los establecimientos, es el servicio el que se fue adecuando al hombre y por lo tanto comprender el servicio de hospedaje que ofrecían los pobladores de la antigüedad sirve como punto de partida para entender el funcionamiento de la industria en la actualidad.

### **1.1.2 Tipos de hostales.**

**Hostales:** Señala que: “Son Hostales aquellos establecimientos que, con las instalaciones y servicios exigidos como mínimo en esta sección a sus respectivas categorías, faciliten al público tanto el servicio de alojamiento como el de comidas, con sujeción o no al régimen de pensión completa, a la elección del cliente, y con excepción de los hostales-residencias”.

Cuándo las pensiones tengan más de 20 plazas de alojamiento y un mínimo de 10 habitaciones, podrán denominarse Hostales.

Pensiones “Aquellos establecimientos que no reúnan las condiciones del grupo hoteles serán clasificados en el grupo pensiones y estarán divididos en dos categorías, identificadas por estrellas”.

Son Pensiones aquellos establecimientos comprendidos por sus instalaciones y servicios es esta Sección que, no disponiendo de más de doce habitaciones, faciliten hospedaje, habitualmente, en régimen de pensión completa. Estos establecimientos quedan autorizados para exigir a sus clientes que se sometan a dicho régimen.

Casas de huéspedes. Esta denominación, “Los alojamientos, con o sin servicio de comedor, que ofrezcan elementales servicios, sin alcanzar los niveles necesarios para ser clasificados con estrellas, pero posean las mínimas exigencias, serán determinadas casa de huéspedes”.

Casa rural. “Casadotada de todas las instalaciones propias de una vivienda, destinada a alojamiento mediante precio, que ocupa la totalidad de un edificio o una parte del mismo con salida propia a un elemento común o a la vía pública, constando a lo sumo de planta baja, primera y ático”. A su vez establece dos formas de alojamiento: casa rural de alquiler y casa rural de alojamiento compartido.

Es así como en el cantón Playas, Provincia del Guayas, con su gente amable y trabajadora se dedica a actividades del comercio, sabiendo sobresalir con su labor ardua día a día. Los factores que influyen en la percepción de los turistas, sobre el Ecuador, son variados aunque se podría explicar este fenómeno en relación al atractivo rural y natural de sus costas y zonas interiores, determinado por su extensa biodiversidad, su paisaje. En Ecuador predomina lo natural, es fuente de grandes recursos y poseedor de una infinita biodiversidad en fauna y flora.

## **1.2 PLAN DE NEGOCIOS.**

Cabe destacar que todo plan es diferente, dependiendo de las ideas o productos y, por ello, al analizar varios modelos, unos contengan ciertos puntos que difieren de otros o coincidir con todos, esto es de acuerdo a lo que se desea conseguir con el plan.

Es la puntualización de las ideas del emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un proyecto. También es la guía básica que permitirá plasmar las ideas y a contestar las preguntas que todo proceso de creación del plan de negocio.

### **Tipos de planes de negocios.**

Los planes de negocios sirven, para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa.

En algunos casos, es posible desarrollar un mini plan de negocios, con la finalidad de profundizar luego en su análisis, siempre y cuando logre despertar la curiosidad y el interés de un inversionista.

El análisis de un mini plan de negocios, o más específicamente de una oportunidad de negocios, se estructura de la siguiente manera:

- ✚ Concepto o idea de la empresa o negocio.
- ✚ Modelo de la empresa o negocio.
- ✚ Perfil del mercado objetivo: tamaño del mercado potencial y mercado objetivo, estrategia de mercado.

- ✚ Información del entorno que pudiera influir en el modelo de negocio y desempeño de la organización.
- ✚ Disponibilidad y acceso a recursos naturales o físicos.
- ✚ Disponibilidad y acceso a recursos humanos calificados.
- ✚ Tecnología que se empleará para el desarrollo de productos o servicios.
- ✚ Redes empresariales.
- ✚ Recursos financieros.
- ✚ Análisis de la oportunidad.
- ✚ Cronograma para la puesta en marcha de la idea de negocio.

### **Plan de negocios para empresa en marcha.**

Por lo general, las empresas en marcha van aumentando sus unidades de negocios con la finalidad de crecer y ser más rentables. Sin embargo, un crecimiento no planificado ni controlado podría causar el fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda la empresa.

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.

Es muy común encontrar que a las nuevas unidades de negocios no se les asigne costos de seguridad o administrativos, pues consideran que dichos costos ya son cubiertos por la empresa que ya está en marcha.

El plan de negocio para una empresa en marcha deberá mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa y además podrá demostrar la capacidad gerencial del grupo empresarial, cosa que una nueva empresa no está en capacidad de hacer.

### **Plan de negocios para nuevas empresas.**

Para las nuevas empresas, el desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas.

Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la empresa.

### **Plan de negocios para inversionistas.**

El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. Por ello, es importante que el documento incorpore toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y sobretodo, datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta.

### **Plan de negocios para administradores.**

El plan de negocios para los administradores debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa.

Este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa. Mientras que el plan de negocios para los inversionistas no supera las 30 páginas, el plan de negocios operativo suele tener una extensión de 50 a 100 páginas, dependiendo de la complejidad del negocio.

Cualquiera sea la estructura o tipo de plan, este debe incluir toda la información y documentación que los interesados requieran para tomar sus decisiones. Dado que las necesidades son distintas, una alternativa podría ser incluir toda la información dividida en secciones, para que cada uno de los grupos de interés lea la parte que le interese.

Para facilitar la lectura podrá utilizar títulos claros, seguidos de resúmenes concisos y finalmente información detallada en anexos que ayuden a profundizar en el análisis de cada sección. Con un plan de negocios dividido en secciones, el lector podrá escoger y se detendrá a leer lo que sea de su mayor interés.

### **1.2.1 Autores de los planes de negocio.**

Un plan de negocio ayuda a definir el propósito de su negocio, a planificar los recursos prioritarios y necesidades para llevar a la práctica el plan, es fundamental para la búsqueda de financiamiento y permite evaluar las oportunidades de negocio.

(Baldelli, 2009) Indica

“Es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio dado y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los mismos; también menciona que “Es un documento único que reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha”. Pág. # 15.

Un plan de negocio es un documento que resume los objetivos operacionales y financieros de una empresa que se va a crear o que está en funcionamiento y que contiene los planes detallados y los presupuestos que muestran cuales son los objetivos que se persigue y es considerado un documento interno.

(Weinberger Villarán, 2009), Indica

“Para empresas en marcha, es necesario y útil desarrollar un plan de negocios que permita evaluar la probabilidad de éxito de una nueva aventura empresarial y reducir la incertidumbre y el riesgo que cualquier actividad no planificada tiene. En él, se podrá analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa.” pág. # 30

El plan de negocios es vital para la operación del día a día de los negocios, sin embargo no precisamente sirven para solicitar préstamos o inversiones, se necesitan los planes para optimizar el crecimiento y desarrollo de las empresas, sean estas grandes, medianas o pequeñas, de acuerdo a los planes y prioridades planteados.

Debido a que contiene proyecciones financieras, las previsiones sobre el rendimiento de su negocio y un plan de negocios, es una herramienta útil para la planificación empresarial y para cualquier persona que desea iniciar un negocio, es un primer paso vital.

### **1.2.2 Importancia de los Planes de Negocios.**

Un plan de negocio es importante, no solo para los gerentes sino también para todas las empresas en general y en especial de las nuevas iniciativas empresariales, radica en que es la carta de navegación de la firma, que guíara su rumbo desde el puesto de salida hasta el de llegada.

(Bancomext, 2003), Indica.

“La importancia de un plan de negocio radica en la oportuna y adecuada elaboración del plan, lo que facilita al empresario la detención de los riesgos y le ayuda así a evitar invertir en recursos en negocios cuya rentabilidad no resulte atractiva más, de igual forma, le

brinda todos los elementos necesarios para simplificar la toma de decisiones”

La importancia del plan se debe a la información que este documento proporciona también es necesario mencionar que existe una diversidad de elementos importantes que hacen parte de un Plan de Negocios, debido a que se describe la actividad empresarial.

(Velasco, 2007), Indica:

“En él se consignan las estrategias más importantes en aspectos claves como el mercado y las finanzas. Además, es una herramienta imprescindible para encontrar el capital necesario”. Pág. # 13 -14. Para el plan se debe considerar las necesidades, objetivas y alcances para lo cual hay que tener en cuenta que las condiciones de los mercados cambian rápidamente.

De acuerdo a (Flores, 2007), los planes de negocios tienen su importancia debido a que:

- ✚ Brinda la posibilidad de explicar, proyectar y evaluar los supuestos de base del negocio.
- ✚ Permite reducir los riesgos del proyecto, tomar decisiones con más información y de mejor calidad.
- ✚ Establece un plan estratégico para la empresa y una serie de metas que permiten evaluar el desarrollo del plan estratégico.
- ✚ Permite conocer en detalle todas las facetas del negocio.
- ✚ Evalúa el estado actual y futuro de la empresa y del entorno.
- ✚ Establece objetivos y metas de corto y largo plazo.
- ✚ Define los requerimientos de todo tipo, en un panorama de tiempo establecido y las formas de consecución de ellos

### 1.2.3 Modelo de los Planes de Negocios.

El modelo de negocio de una organización tiene en cuenta las realidades que determinan la rentabilidad de la empresa: volumen e ingresos, costes y rentabilidad, y capitalización.

CUADRO 3 Modelo del plan de negocio

<b>PLAN DE NEGOCIO PARA EMPRESA EN MARCHA (GERENTE)</b>	<b>PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA NUEVA EMPRESA (INVERSIONISTA O GERENTE)</b>
Resumen ejecutivo	Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa: Historia de la empresa Análisis de la empresa Productos y servicios ofrecidos Estados financieros Equipo gerencial	Formulación de idea de negocio Análisis de la oportunidad. Presentación del modelo de negocios.
	Análisis del entorno
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.	Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda.
Planeamiento Estratégico Análisis FODA Estrategias de crecimiento y expansión Alianzas estratégicas	Planeamiento Estratégico Análisis FODA Visión Misión Objetivos Estratégicos Estrategia genérica Fuentes de ventajas competitivas Alianzas Estratégica
Estrategias de Marketing y ventas	Plan de marketing
Análisis de la infraestructura	Plan de operaciones
Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa.	Diseño de la estructura y plan de recursos humanos.
Modelo financiero	Proyección de los estados financieros
Evaluación Financiera	Evaluación Financiera
Conclusiones y Recomendaciones	Conclusiones y Recomendaciones
Anexos	Anexos

Fuente: Karen Weinberger Villarán Modelos de Estructura de planes de negocios.  
Elaborado: Karina Chiquito Nieto

### **1.3 NATURALEZA DEL PROYECTO.**

#### **1.3.1 Descripción del negocio.**

Adalberto Chiavenato “La empresa es una organización social que utiliza una gran variedad de recurso para alcanzar determinados objetivos”

Empresa es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social

#### **1.3.2 Ubicación.**

El Hostal Familiar El Galeón está ubicado en el barrio Jardines de Villamil entre la segunda s/n y calle séptima a 5 minutos del cantón General Villamil Playas.

En sus inicios el hostel El Galeón no se creó con la finalidad de ser una empresa hotelera, más bien se creó como un lugar esparcimiento familiar.

#### **1.3.3 Visión y Misión.**

La misión del hostel familiar el Galeón es “Brindar una experiencia vacacional única, que haga a nuestros huéspedes disfrutar del contacto con la naturaleza y diversas actividades, que creen una estancia inolvidable”.

La visión del hostel familiar el Galeón es “Ser reconocido como una de los lugares de turismo alternativo ideal para divertirse y descansar.

### **1.4SERVICIO.**

(Stanton, Michael, & Walker, 2004) Define al servicio “Como actividades identificables e intangibles que son el objetivo principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”

El servicio es una actividad, hecho o desempeño, destinada a satisfacer una necesidad, aplicada a una persona u objeto, la cual es valorada por una persona o grupo de personas, que perciben en esto beneficios para ellos.

(Klotler, Bloom, & Hayes, 2004)“Indica que un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intragable y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”.

El servicio es un acto por el cual el prestador realiza un trabajo al beneficiario expresado de forma intangible, resultante de un proceso de comunicación e interacción entre ambos donde participan tanto personal en contacto como soportes físicos para satisfacer las necesidades.

#### **1.4.1 Objetivos de los servicios**

Grau, Correy Rojas (1999)

Los objetivos son la guía del estudio; expresan de manera muy sintética que se pretende con la investigación y guardan relación directa con las actividades, comenzando con un verbo en infinitivo o señalando una intención de cambio o afectación de algún aspecto de interés en particular.

#### **Características de servicio.**

Según (Grande Esteban, 2007), considera que los servicios poseen las siguientes características:

#### **Intangibilidad.**

Significa que los servicios no se pueden ver, saborear, sentir ni oler antes de comprarlo. Por ejemplo, las personas que se someten a una cirugía plástica no

pueden ver el resultado antes de la compra, o los pasajeros de una línea aérea sólo tienen un boleto y la promesa que serán llevados a su destino en forma segura.

### **Inseparabilidad.**

Significa que la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros.

### **Variabilidad.**

Significa que la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan. Por ejemplo, algunas tiendas departamentales tienen la reputación de proporcionar un servicio mejor que otros.

A pesar de esto, dentro de una tienda determinada, un empleado de mostrador puede ser jovial y eficiente mientras que otro que está a poca distancia puede ser desagradable y lento, esto trae como consecuencia, que la calidad de servicio de un solo empleado de la tienda, varíe de acuerdo a su energía y a su estado de ánimo en el momento en que atiende al cliente.

### **Carácter perecedero.**

Significa que los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior. Por ejemplo, en un concierto no se pueden guardar lugares para el concierto de otra fecha, ya que estas plazas se perderían y el servicio no prestado se pierde en su totalidad.

### **Ausencia de propiedad.**

Los compradores de un servicio adquieren un derecho, pero no la propiedad del soporte tangible del servicio, es decir, el consumidor paga por un servicio más no por la propiedad.

## **1.4.2 Diagrama**

## **1.5 MERCADO.**

En el estudio de mercado se da a la tarea de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico, asimismo de efectuar un análisis de la empresa productora, que permitirá conocer las tendencias, los competidores y clientes.

(Baca Urbina, 2001), Indica:

“El estudio de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. La cuantificación de la oferta y la demanda se puede obtener de informaciones secundarias.” pág. # 7

Es la transacción económica, de un lugar donde concurren demandantes y ofertantes y la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el servicio que se piensa dar dentro de un lugar definido, con el precio apropiado en el mercado.

### **1.5.1Objetivos.**

(Fischer & Espejo, 2004), Indica:

“Partiendo de la premisa que un objetivo es un resultado deseado y que responde a la pregunta: ¿Qué queremos lograr en un "x" periodo de tiempo?, resulta lógico asumir que la mercadotecnia tiene objetivos que debe lograr para la empresa que la pone en práctica y para la sociedad en general.” pág. # 17.

Se caracteriza por tamaño, ubicación, predisposición a satisfacer sus necesidades. Lograr este objetivo es muy importante porque ayuda, además de lograr una buena reputación ante los ojos de clientes, proveedores, socios, inversores,

competidores, etc., porque se transmite una imagen de que algo se está haciendo bien como para lograr que una buena parte del mercado esté adquiriendo.

## **1.6 ORGANIZACIONAL.**

(Newstrom & Keith, 2002), Indica:

“Es el estudio y la aplicación de conocimientos relativos a la manera en que las personas actúan dentro de las organizaciones. Se trata de una herramienta humana para beneficio de las personas y se aplica de un modo de personas en general a la conducta toda clase de organizaciones” pág. #11

Es la coordinación de una serie de parte o elemento dispuestos en un cierto orden y con determinada relación entre ellos. La organización es la suma total de los modos en que ésta divide su trabajo en distintas tareas y los mecanismos a través de los cuales consigue la coordinación entre ellas. Se trata de un modelo relativamente estable de la organización que no puede identificarse totalmente con ella.

### **1.6.1 Estructura organizacional.**

(Chiavenato, 2006), Indica:

“Las organizaciones son extremadamente heterogéneas y diversas, cuyo tamaño, características, estructuras y objetivos son diferentes. Esta situación, da lugar a una amplia variedad de tipos de organizaciones que los administradores y empresarios deben conocer para que tengan un panorama amplio al momento de estructurar o reestructurar una organización.” pág. #2 y 160 al 172

Por lo tanto la estructura organizacional de la empresa u organización permite la asignación de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales.

### **1.6.2 Tipos de Organizaciones.**

Como se mencionó anteriormente, las organizaciones son extremadamente heterogéneas y diversas, por tanto, dan lugar a una amplia variedad de tipos de organizaciones.

Sin embargo, y luego de revisar literatura especializada en administración y negocios, considero que los principales tipos de organizaciones clasificados según sus objetivos, estructura y características principales, se dividen en: 1) Organizaciones según sus fines, 2) organizaciones según su formalidad y 3) organizaciones según su grado de centralización.

Organizaciones Según Sus Fines.- Es decir, según el principal motivo que tienen para realizar sus actividades. Estas se dividen en: Organizaciones con fines de lucro: Llamadas empresas, tienen como uno de sus principales fines (si no es el único) generar una determinada ganancia o utilidad para su(s) propietario(s) y/o accionistas.

### **1.6.3 Desarrollo del personal.**

Elementos básicos de la estructura organizacional.

Los elementos que se deben tener en la estructura organizacional vienen dados por variables:

- ✚ Atendiendo las disposiciones normativas.
- ✚ Redefiniendo los objetivos y las estrategias institucionales.
- ✚ A la reagrupación de unidades respetando áreas funcionales.
- ✚ Reduciendo personal conforme a la siguiente secuencia:

- ✚ Congelando puestos o plazas vacantes.
- ✚ Liquidación de personal de áreas adjetivas o de apoyo.
- ✚ Liquidación de personal de áreas sustantivas (siguiendo los niveles jerárquicos en forma ascendente, esto es, personal secretarial, analista, jefes de oficina, jefes de departamento, etc.)
- ✚ Redistribuyendo y o re direccionando funciones.
- ✚ Diseñando y aplicando cuestionarios a través de entrevistas dirigidas en cada área para captar información sobre:
  - ✚ Funciones por área.
  - ✚ Procedimientos.
  - ✚ Cargas de trabajo.
  - ✚ Soporte tecnológico.
  - ✚ Relaciones con el entorno.
  - ✚ Replanteando territorios o áreas de trabajo.
  - ✚ Revisando el tipo y presentación de productos y ó servicios que se ofrecen.
  - ✚ Estableciendo condiciones de operación viables y oportunas.
  - ✚ Replanteando relaciones de trabajo con organizaciones que brindan insumos, servicios o pautas de acción.
  - ✚ Racionalizando recursos de trabajo (materiales y tecnológicos).
  - ✚ Reduciendo la cadena escalar de autoridad.
  - ✚ Capacitando a los mandos superiores y medios para asimilar el cambio.
  - ✚ Desincorporando áreas.
  - ✚ Promoviendo la creación de fuentes de trabajo suplementarias.

## **1.7 FINANCIERO.**

El término finanzas proviene del latín «finis» que significa acabar o terminar. Es un término cuyas implicaciones afecta tanto a individuos como a empresas, organizaciones y Estados porque tiene que ver con la obtención y uso o gestión del dinero.

Por ello, e indistintamente la profesión u ocupación que tengamos, resulta necesario conocer qué es, qué significa o simplemente cuál es la definición del término finanzas, debido a que todos, de una forma u otra, percibimos dinero, lo gastamos, pedimos prestado y algunos además invierten y corren riesgos.

### **1.7.1 Definición de Finanzas, Según Diversos Autores:**

(Andrade, 2005), Indica:

“Área de actividad económica en la cual el dinero es la base de las diversas realizaciones, sean éstas inversiones en bolsa, en inmuebles, empresas industriales, en construcción, desarrollo agrario, área de la economía en la que se estudia el funcionamiento de los mercados de capitales y la oferta y precio de los activos financieros". Pág. #293

Las finanzas son las actividades relacionadas para el intercambio de distintos bienes de capital entre individuos, empresas, o Estados y con la incertidumbre y el riesgo que estas actividades conllevan.

### **1.7.3 Balance general.**

Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial. Pasivo, significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros. Capital, significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

La igualdad fundamental del balance:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

Significa, por tanto, que todo lo que tiene de valor la empresa (activo fijo, diferido y capital de trabajo) le pertenece a alguien. Este alguien pueden ser terceros (tales como instituciones bancarias o de crédito), y lo que no debe, entonces, es propiedad de los dueños o accionistas.

Cuando una empresa tiene en operación determinado tiempo de funcionar, la diversificación de sus operaciones monetarias es demasiado amplia. Puede tener inversiones en varias empresas por medio de la compra de acciones; poseer bienes raíces, como terrenos o edificios; comprar ciertas marcas, patentes o crédito comercial, etc.

Respecto al pasivo es posible tener cierto número de deudas a corto plazo, principalmente con proveedores, o a mediano y largo plazo, sobre todo con instituciones de crédito.

En el rubro de capital, pueden variar año con año tanto las utilidades distribuidas y las retenidas, o cargarse en diferentes porcentajes con pérdidas de años anteriores, entre otras situaciones posibles.

#### **1.7.4 Razones financieras:**

Uno de los instrumentos más usados para realizar análisis financiero de entidades es el uso de las razones financieras, ya que estas pueden medir en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa. Estas presentan una perspectiva amplia

de la situación financiera, puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

Las razones financieras, son comparables con las de la competencia y llevan al análisis y reflexión del funcionamiento de las empresas frente a sus rivales.

### **Razones de liquidez.**

La liquidez de una organización es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

Razón Corriente: Este índice indica la cantidad de recursos que tiene la empresa para cancelar deudas de corto plazo. Su fórmula es:

$$\text{Razón corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = 10\%$$

Se obtiene dividiendo los activos circulantes sobre los pasivos circulantes. Los activos circulantes incluyen efectivo, acciones vendibles, cuentas por cobrar e inventarios.

Prueba Ácida: Esta prueba es semejante al índice de solvencia, pero dentro del activo circulante no se tiene en cuenta el inventario de productos, ya que este es el activo con menor liquidez.

$$\text{Ácido} = \frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo corriente}} \Rightarrow 1$$

Pasivo circulante

Criterios de análisis

Valor óptimo: ~1 (cerca de 1).

Si  $RA < 1$ , la empresa podría suspender sus pagos u obligaciones con terceros por tener activos líquidos (circulantes) insuficientes.

Si  $RA > 1$ , indica la posibilidad de que la empresa posea exceso de liquidez, cayendo en una pérdida de rentabilidad.

**Razón de efectivo:**

Razón que relaciona las inversiones financieras temporales que una empresa puede convertir en efectivo en 1 o 2 días, el cual excluye aquellas cuentas bancarias que no sean de libre disposición por estar afectas a garantía.

$$RE = \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo circulante}}$$

Pasivo circulante

Fórmula

$$RE = Ef / Pc$$

Criterio de análisis Valor óptimo = 0.3. Por cada unidad monetaria que se adeuda, se tienen 0.3 unidades monetarias de efectivo en 2 o 3 días.

**Razones de endeudamiento:**

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

$$\text{Deuda total} = \frac{\text{Pasivo circulante} + \text{pasivo a largo plazo.}}{\text{Patrimonio neto}}$$

Fórmula

$$\text{RE} = (\text{PC} + \text{PLP}) / \text{PN}$$

Criterio de análisis "Óptimo":  $0.4 < \text{RE} < 0.6$ . Si  $> 0.6$  significa que la empresa está perdiendo autonomía financiera frente a terceros. Si  $< 0.4$  puede que la empresa tenga un exceso de capitales propios es recomendable tener una cierta proporción de deudas.

Índice de Endeudamiento: Indica que el capital operativo de la empresa es financiado por terceras personas o acreedores.

$$\text{Índice endeudamiento externo} = \frac{\text{Pasivo} * 100\%}{\text{Activo total}} = 60 \%$$

Índice de Propiedad: Indica que el capital con que opera la organización han sido financiada por los accionistas.

$$\text{Índice de propiedad} = \frac{\text{Patrimonio} * 100\%}{\text{Activo total}}$$

### **Razones de rentabilidad.**

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.

Margen neto: Determina el porcentaje que queda en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos.

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} = 5 \text{ y } 10 \%$$

Se calcula dividiendo el ingreso neto después de impuestos entre las ventas.

Rendimiento sobre la inversión: Determina la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles. Se obtiene dividiendo la utilidad neta libre de impuestos entre los activos totales.

$$\text{Rendimiento sobre la inversión} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Activo totales}} = X$$

Rendimiento sobre el Capital Contable: Esta razón muestra cual ha sido la ganancia que ha obtenido la empresa, frente a la inversión que fue requerida para lograrla.

El fin de una empresa es la obtención del máximo rendimiento del capital invertido.

Se debe controlar en lo mejor posible los elementos que ejerzan influencia sobre la meta de la empresa.

$$\text{Rendimiento sobre Capital Contable} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}} = 10 \%$$

Mientras mayor sea el rendimiento obtenido, la política administrativa adoptada por la empresa nos llevará a una situación financiera solvente y estable.

Aquí es necesario hacer una comparación de la utilidad contra nuestras ventas, para precisar si el resultado es normal.

**Razón pasivo-capital (RPC):**

Indica la relación entre los fondos a largo plazo que suministran los acreedores y los que aportan los dueños de las empresas.

**Razón pasivo a capitalización total (RPCT):**

Tiene el mismo objetivo de la razón anterior, pero también sirve para calcular el porcentaje de los fondos a largo plazo que suministran los acreedores, incluyendo las deudas de largo plazo como el capital contable.

$$\text{RPCT} = \frac{\text{Deuda a largo plazo}}{\text{Capitalización total}}$$

**Razón de cobertura total (CT):**

Esta razón incluye todos los tipos de obligaciones, tanto los fijos como los temporales, determina la capacidad de la empresa para cubrir todos sus cargos financieros.

$$\text{CT} = \frac{\text{Utilidades antes de pagos de arrendamientos, intereses e impuestos}}{\text{Intereses + abonos al pasivo principal + pago de arrendamientos}}$$

### **Razones del grupo de solvencia.**

Índice de Solvencia Circulante: Esta razón es la que mide la capacidad de la empresa cuando esta solicita un crédito a corto plazo, es decir, mide la habilidad para cubrir sus deudas y obligaciones a corto plazo.

$$\text{Índice de Solvencia} = \frac{\text{Utilidad circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

En esta razón se exigía una relación anteriormente de 2 a 1; actualmente, debido a la utilización excesiva del dinero y considerando la situación económica del país en general esta puede ser menor, considerando también el giro de la empresa para poder de esta manera dar una buena interpretación.

### **Índice de Solvencia Inmediata o Prueba del Ácido.**

Esta razón mide la capacidad de la empresa respecto a sus deudas a corto plazo y/o a su habilidad de pagar sus deudas y obligaciones cuando esas vencen, con base a sus cuentas y documentos para cobrar a corto plazo.

$$\text{Índice de Solvencia Inmediata} = \frac{\text{Activo circulante} (-) \text{ Inventarios}}{\text{Pasivo circulante}}$$

En esa razón se exigía una proporción de 1.5 a 1 por lo mencionado en la razón anterior.

### **Razones del grupo estabilidad.**

Estabilidad Financiera o Apalancamiento Financiero.

Este grupo de razones tiene como finalidad conocer la proporción que existe en el origen de la inversión de la empresa, con relación al capital propio y ajeno.

Origen del capital = Pasivo total

Capital contable

Origen del capital a corto plazo= Pasivo circulante

Capital contable

Origen del capital a largo plazo = Pasivo fijo

Capital contable

En estas razones se considera una proporción de 1 a 1, ya que si el capital ajeno fuera mayor al propio, se corre el riesgo de que la empresa pase a manos de sus acreedores (3ras. Personas), ya que al tener estos una mayor inversión no se podrían cubrir sus deudas de tal manera que la empresa pasaría a ser de ellos.

### **Índice de inversión de capital.**

Estas razones muestran la relación que guardan los bienes estables con el capital propio que es una inversión permanente más el capital ajeno a largo plazo; la finalidad es que muestre la posibilidad que tiene la empresa de adquirir nuevos activos fijos.

Índice de inversión de capital= Activo fijo

Capital contable

La proporción adecuada de esta razón dependerá del tipo de empresa que se sé analizando, y el tiempo que esta lleve establecida operando normalmente.

### **Índice del Valor Contable de Capital.**

Esta razón nos muestra la parte excedente que la entidad ha generado con el patrimonio de sus propietarios. Este excedente está compuesto por las utilidades,

sus reservas de capital y superávit, es recomendable investigar si se han distribuido utilidades para poder llegar a una interpretación más exacta.

$$\text{Índice del valor contable de capital} = \frac{\text{Capital contable}}{\text{Capital social pagado}}$$

Con resultado en esta razón inferior a uno significa pérdida de capital social pagado, si sucede así la empresa deberá ser motivo de análisis profundo.

### **Razones de grupo de actividad.**

Índice de Rotación de Cuentas por Cobrar

Esta razón financiera nos permite conocer el grado de eficiencia en el cobro de las cuentas, así como la efectividad política en el otorgamiento de créditos.

Para ello es necesario tomar solo las ventas a crédito deduciendo de ellas las devoluciones, rebajas, bonificaciones y descuentos para poderlas comparar con el promedio de los saldos mensuales de los clientes para conocer el número de veces que este promedio se desplaza, es decir, ese índice nos indica la eficiencia del departamento de cobranzas.

$$\text{Índice de Rotación de Cuentas por Cobrar} = \frac{\text{Ventas Netas a Crédito}}{\text{Doctos y Cuentas x Cobrar a Clientes}}$$

$$\text{Plazo de Cobro en Cuentas por Cobrar} = \frac{360 \text{ Días}}{\text{Índice de Rotación de Cuentas x Cobrar}}$$

Para saber si el resultado obtenido es satisfactorio, es necesario conocer la actividad de la empresa; sin embargo, mientras mayor sea el índice de rotación, mejor será la política administrativa, ya que esta razón nos muestra las veces que se recupera la inversión.

Y entre menor sea el plazo de cobro, indica un ciclo económico mejor para la empresa ya que nos muestra el plazo de cobrar en días promedio de nuestras cuentas.

### **Índice de Rotación de Cuentas por Pagar.**

Esta razón financiera nos permite conocer el grado de eficiencia de las cuentas por pagar de la empresa y mide la frecuencia con que se pagan dichas cuentas.

Formulas:

Índice de Rotación de Cuentas x pagar =  $\frac{\text{Compras Netas a Crédito}}{\text{Doctos y Cuentas x pagar a Proveed.}}$

Plazo de Pago =  $\frac{360 \text{ Días}}{\text{Índice de Rotación de Cuentas por Pagar}}$

En estas razones es importante que el plazo de cobro sea mayor al plazo de pago, ya que de ser así la empresa se encontraría en una situación financiera favorable.

Índice de Rotación de Inventarios.

Estas razones financieras nos ayudan para medir la eficiencia en nuestras ventas, por medio del desplazamiento de nuestros inventarios; así mismo nos ayuda a conocer el número de días promedio necesarios para vender dichos inventarios;

de igual manera nos ayuda a conocer indirectamente si la política administrativa ha sido acertada.

Formulas:

Índice de Rotación de Inventarios =  $\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventarios}}$

Índice de Ventas =  $\frac{360 \text{ Días}}{\text{Índice de Rotación de Inventarios}}$

Entre mayor sea el índice obtenido, mejor será la política administrativa seguida, y entre menor sea el plazo de venta significará que la recuperación de nuestro efectivo es óptimo. Sin embargo es necesario tener presente el giro de la empresa y sus políticas establecidas.

## **1.8 CALIDAD DE SERVICIO.**

### **1.8.1 Calidad.**

(Bernillon & Cerutti, 2000).

“Hacer bien su trabajo desde el principio y, por lo tanto sin defecto, reducir a los costos inútiles: demasiado stock es un ejemplo de costo inútil, preventiva: es entre otras cosas evitar averías, responder a las necesidades de los clientes, por ejemplo respetando las demoras, administrar óptimamente.”

Como se observa, las definiciones más antiguas consideran la calidad referida al producto y dependiente de sus atributos, las más modernas consideran que la calidad no es solamente atribuible al producto, sino a una entidad.

## **.8.2 Servicio.**

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1994), indica “Calidad Percibida es el juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad de una entidad en su conjunto, es una forma de actitud, semejante pero no equivalente a satisfacción y resultante de la comparación entre expectativas y percepciones.”

Calidad objetiva y calidad percibida: el siguiente concepto distingue entre calidad mecánica y humanística. La primera tiene que ver con aspectos objetivos. La segunda, la humanística o percibida, se refiere a la respuesta subjetiva de las personas con respecto a los objetivos y es, por ello, un fenómeno totalmente relativo que define entre los juicios de valor.

## **1.9 TALENTO HUMANO.**

(Lledo, 2011).

“El talento humano tienen un enfoque de aplicación y práctica de las actividades más importantes dentro de la organización o empresas siendo la gestión del talento humano un pilar fundamental para el desarrollo exitoso de los procesos, pues al final las personas son las responsables de ejecutar las actividades los proyectos.”

(Balza, 2010), indica “El conjunto de saberes y aceres de los individuos y grupos de trabajo en las organizaciones, pero también a sus actitudes, habilidades, convicciones, aptitudes, valores, motivaciones y expectativas respecto al sistema individuo, organización, trabajo y sociedad.”

El talento humano es la base principal de toda empresa u organización, En la actualidad todas las empresas invierten en su recurso humano para adquirir

nuevos conocimientos, habilidades y destrezas para alcanzar resultados y obtener beneficio exitoso de la institución.

### **1.9.1 Empatía.**

Gustavo Páez. Indica

“Empatía es la capacidad de poder experimentar la realidad subjetiva de otro individuo sin perder de perspectiva tu propio marco de la realidad, con la finalidad de poder guiar al otro a que pueda experimentar sus sentimientos de una forma completa e inmediata”.

La empatía constituye la capacidad que tiene el ser humano para conectarse a otras personas y responder todas sus inquietudes. Las personas empáticas tienen las siguientes cualidades, inteligentes, sensibles, observadores, buen oyentes, sociables y afectivas.

### **1.9.2 Competencia.**

Martha Alles: Indica

“La competencia es una característica de la personalidad devenida en comportamientos que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Las competencias son cualidades que permanecen subyacentes al interior del individuo, el cual solo se hace visible en sus conductas laborales”.

### **1.9.3 Imagen corporativa.**

Paul Capriotti. Indica "Por medio de la Imagen Corporativa, la organización existe para los públicos".

Esto se refiere a ocupar un espacio en la mente de las personas. La imagen corporativa es la parte fundamental de la empresa tienen a su disposición para

hacer comprender a sus públicos quiénes son, a qué se dedican y en qué se diferencian de la competencia.

## **1.10 COMUNICACIÓN.**

Hervás

“El proceso a través del cual una persona o personas transmiten a otra u otras, y por cualquier procedimiento, mensajes de contenido diverso, utilizando intencionadamente signos dotados de sentido para ambas partes, y por el que se establece una relación que produce unos efectos”.

### **1.10.1 Emisor**

Hervás, el emisor. Indica " el que emite el mensaje", mientras que el receptor es el destinatario del mensaje"

Es la persona que transmite el mensaje que tiene la función de codificador, es decir el emisor debe tener capacidad de organizar el mensaje de tal manera que el receptor lo pueda decodificar.

En tal sentido, el emisor debe operar solo con un mismo sistema se constituye en un canal de información.

### **1.10.2 Receptor**

Además del lenguaje, el emisor debe estar en le capacidad de poner su mensaje en un canal que sea del acceso del receptor, y observador. Sin estas dos características (lenguaje común y canal de comunicación) no existe un emisor.

### **1.10.3 Mensaje**

Hernández Mendo y Garay consideran el mensaje como “la expresión escrita, verbal o no-verbal de una idea, un sentimiento o una emoción relativa a un referente real o abstracto (presente o ausente), utilizando, para ello, un código común para las personas que participan en el acto comunicativo”

La comunicación es el proceso mediante el cual dos personas establecen una conexión para transmitir, intercambiar o compartir ideas.

### **1.11 MARCO LEGAL.**

#### **Constitución de la república del Ecuador.**

En la Constitución de la República del Ecuador, en el título I sobre los elementos constitutivos, en el capítulo I en su art. 3, en el literal 5 dice que se debe planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir y el literal 6 del mismo capítulo: el de promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

En el Título II de Derechos en el Capítulo Sexto en su art. 66 indica en sus literales 2, 15, 16, 17, 26 y 27, los derechos a una vida digna, como también al de acceder a trabajo libremente, que implica una libre contratación, derecho a la propiedad según las políticas públicas vigentes y el estar en un ambiente sano.

En el art. 276 del régimen de desarrollo tendrá el siguiente objetivo descrito en el literal 2: Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del

desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

En el Título VI del Régimen de Desarrollo, el Capítulo tercero en el art. 281, en el literal 1 menciona: impulsar la producción de las pequeñas y medianas unidades de producción, y el literal 5 se refiere a los mecanismos de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras.

El Capítulo cuarto de Soberanía económica, Sección primera, en el art. 283 indica: El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine.

El Art. 284. Sobre la política económica en el objetivo 7 que dice sobre mantener la estabilidad económica, y el objetivo 8 que es propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

El Capítulo cuarto de soberanía económica en su Sección segunda que refiere a la Política fiscal, tiene como objetivos establecido en el art. 285, descritos en los literales 1, 2 y 3 que habla del financiamiento de servicios, redistribución del ingreso por medio de transferencias y en la generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía.

El Art. 320. En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente y el art. 328: La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia.

El Capítulo sexto de Trabajo y producción en el art. 334 indica: El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le

corresponderá de acuerdo al literal 1 que dice: Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.

El Capítulo sexto de Trabajo y producción en la sección quinta Intercambios económicos y comercio justo el art. 335 dice: El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

### **Ley de economía popular y solidaria.**

En la presente Ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, comercialización y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas.

#### **1.11.1 Ley de turismo.**

##### **Capítulo i generalidades.**

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **Capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen.**

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del alojamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley.

En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- b. Dar publicidad a su categoría.
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- d. Que las anotaciones del libro de reclamaciones, autenticadas por un notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de licencias de funcionamiento, salvo en el caso de las licencias ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

### **1.11.2. Normas ISO 9000.**

Las Normas ISO 9000 son un conjunto de normas y directrices internacionales, editadas y revisadas periódicamente por la Organización Internacional de Normalización (ISO), sobre el aseguramiento de la calidad de los procesos.

Las Normas ISO 9000, componen una familia que marca la directrices para implementar un sistema de calidad en las diferentes empresas que da las pautas para garantizar una gestión controlada que sea rentable a la vez, de forma que las empresas sean más sólidas y competitivas.

Si al aplicar la norma se cumplen estos objetivos, los empresarios podrán: asegurar el futuro de la empresa, obtener mejores beneficios, tener organizaciones más rentables, asegurar el crecimiento, aumentar el empleo y con ello contribuir a la estabilidad del mercado.

Las normas ISO 9000 son una guía para que los empresarios y directivos para que gestionen sus organizaciones de una forma que asegure tener un buen control sobre los puntos clave del negocio.

Si la empresa se gestiona bien se desarrolla de una manera eficiente con el fin de crear empleos, garantizar su futuro en el mercado y potenciar al país, razones vitales de toda estrategia política.

### **1.11.3 Norma ISO 9001:2008.**

La ISO 9001:2008 es la base del sistema de gestión de la calidad ya que es una norma internacional y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA.**

#### **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

El diseño del plan de negocios se desarrolló con una investigación cuantitativa que necesitaba de la recolección de información sobre el problema, ésta se obtuvo durante la búsqueda, mediante lo cual se dieron las estrategias básicas, con esto se obtuvo la cantidad de personas que van a intervenir en el proceso de la investigación y determinar el nivel de beneficio que se logrará con la propuesta de un modelo operativo viable que dará solución a los problemas, para satisfacer necesidades del hostel.

Al momento de realizar las reuniones se lo hizo en lugar de trabajo de los miembros del hostel, logrando con ello que se efectúe una reunión colectiva y se pueda establecer una comunicación fluida.

Indicando a los involucrados que el propósito de la investigación era determinar cuales es la opinión que tienen de la manera que están trabajando y mejorar.

El diseño del estudio cualitativo es el que mejor se adaptó a la investigación debido a que permite tener un contacto directo con los involucrados quienes son la fuente directa para la recolección de datos.

Por lo tanto se realizó una identificación del problema que existe, considerando para ello que los resultados que se lograron se determinaron las causas que están limitando el desarrollo de ellos mismos.

## **2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

Existe una diversidad de modalidades que se emplean en una investigación, por lo tanto se debe analizar para realizar una elección y que se ajuste a las necesidades considerando la investigación de campo, porque permitió la participación directa del investigador en el lugar de los hechos.

En esta modalidad de la investigación predominó, el análisis, la interpretación, las opiniones, las conclusiones y recomendaciones de los autores.

(Fernández Espinoza, 2007), Indica.

“Se puede decir que un proyecto de inversión es una propuesta que surge como resultado del estudio que la sustentan y que están conformadas por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr cierto objetivo. El propósito del proyecto es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas.” (pág. # 15)

Es aquella que mide de manera más bien independiente los conceptos o variables a los que se refiere, aunque desde luego pueden entregar las mediciones de cada una de dichas variables para decir como es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés, su objeto no es indicar como se relacionan las variables, sino en medirla con mayor precisión posible.

El proyecto es mejorar el hostel Galeón mediante los estudios realizados tiene como propósito el desarrollo de competencias que permitan la participación activa en procesos de investigación que generen nuevos conocimientos o procesos tecnológicos.

Es preciso tener en cuenta el tipo de investigación a realizar ya que existen muchas estrategias para su procedimiento metodológico.

Esto se refiere al tipo de estudio que se llevará a cabo con la finalidad de recoger los fundamentos necesarios de la investigación. Por tal razón, la actual investigación, se enfocó dentro de la modalidad de plan de negocios.

## **2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **2.3.1 Por el Propósito.**

Para establecer las fases del proceso de investigación.

#### **Investigación Aplicada.**

Explorando situación actual del hostel familiar El Galeón la aplicación de nuevas tecnologías en el proceso y para obtener una mejora, se concluye que es necesario la aplicación del plan de negocios para el resultado de los objetivos.

### **2.3.2 Por el Nivel.**

#### **Investigación Descriptiva.**

Permite agrupar a los hoteleros del sector conocerla actividad de ellos para encaminar el proceso de la investigación.

### **2.3.3 Por el Lugar.**

Se utiliza la investigación documental porque se apoyó en documento.

**Investigación Bibliográfica.** Por las consultas en libros, por el uso de artículos, revistas e información de los archivos.

**Investigación De Campo.** Haciendo uso de cuestionario, encuestas y las observaciones que produjeron información.

## **2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **2.4.1 Método Inductivo:**

Se dio la descripción y registro de la información que se hizo a través de la observación directa y los procedimientos interpretativos, como el conocimiento directo de la actividad y también se percibió la experiencia que tienen.

### **2.4.2 Método Deductivo:**

Para el estudio realizado en el hostel El Galeón, es un método de investigación porque este método va de lo general a lo particular de tal forma que se puede decir que el método deductivo parte de los datos generales aceptados como valederos.

Para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir, parte de verdades previamente establecidas como principios generales para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

### **2.4.3 Método Analítico:**

Es aquel método de investigación que consiste en la separación de un todo, es decir descomponerlo en sus partes o elementos con el objetivo de poder observar las causas y efectos puesto que es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objetivo que se está estudiando de tal forma poder establecer nuevas teorías.

## **2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.**

En el desarrollo de la investigación se emplearon técnicas, considerando las fuentes primarias y las fuentes secundarias como libros, revistas, documentos escritos, que fueron parte primordial y facilitaron la investigación, durante este proceso se consideraron las siguientes:

### **2.5.1 La Entrevista.**

Para la recolección de información se elaboró un guion de preguntas muy bien estructurado con el afán de conocer de qué manera está elaborado el hostal familiar el Galeón, como se considera que este método es más eficaz que el cuestionario ya que permite obtener una información más completa.

A través de ellas el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite, si hay interpretación errónea de las preguntas, permite aclarar situaciones asegurando una mejor respuesta.

También podemos decir que la entrevista está relacionada directamente, es por ello que se puede contar con una apreciación similar con voces de información que no se transmite con un solo sentido, si no en ambos por lo tanto una entrevista es una conversación entre el investigador.

### **2.5.2 La Encuesta.**

Esta técnica de recolección de información se aplicó mediante un formulario que permitió conocer opiniones y valoraciones que poseen el Personal Operativo y Cliente.

## **2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **2.6.1 Guía de entrevista.**

Se la realizó mediante una charla los competidores es decir a las personas que administran los hoteles existentes en el cantón, para recolectar información que será útil en el análisis de procesos para identificar información para la elaboración de planes de mejora y procesos de análisis de problemas.

## 2.6.2 El Cuestionario.

En el cual se realizó turistas que visitan el hostel Galeón, para saber cuáles son sus preferencias.

Para recoger información acerca del desarrollo turístico se aplicó la técnica de la encuesta y por lo tanto se diseñó un instrumento con preguntas y aplicación de la escala de Likert.

## 2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

### 2.7.1 Población o Universo.

Tomás J. (2009) Indica.

“Un conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de ser identificados”. Pág. #21.

El total de la población a considerar en este trabajo de titulación, hace referencia a los clientes potenciales. En la población de 158 personas, que corresponde a 1 directivo, 1 administrador, 2 operarios, 4 proveedores, 150 clientes fijos del hostel el Galeón.

CUADRO 4 Población

Administrativo	1
Recepcionista	1
Operativos	2
Clientes	150
Total	154

Fuente: Población  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

### **2.7.2 El Muestreo.**

Esteban Ildefonso (2009), indica. “Que la muestra es una parte de las unidades que forman la población y del marco. A partir de la muestra se pueden inferir o estimar las características de la población. Pág. # 254,256

El tipo de muestra:

Se denomina muestreo al procedimiento mediante el cual se obtiene una muestra. La muestra debe ser representativa de la población que se desea estudiar y reflejar la característica. Existen varias clases de muestreo que se pueden resumir en dos grandes grupos muestreo probabilística y no probabilística. El método de selección fue por muestreo no probabilístico, de tipo intencional o por conveniencia.

### **2.7.3 Métodos de muestreo no probabilísticas.**

En él, las unidades muestrales no se seleccionan al azar, sino que son elegidas por las personas. Los diversos tipos de muestreo no probabilístico tiene las siguientes características comunes.

La selección de la muestra no es aleatoria, sino que se basa, en parte, en el juicio del entrevistador o del responsable de la investigación.

No se basa en ninguna de la probabilidad y, por lo tanto, no es posible calcular la precisión o acotar el error cometido.

No es posible, calcular estos errores ni la confianza de las estimaciones que, además, no siempre se reducen aumentando el tamaño de la muestra.

En el muestreo no probabilístico los costos y la dificultad del diseño son más reducidas (al no ser necesario, disponer de un marco). Este muestreo puede dar buenos resultados, pero también aparece el riesgo de proporcionar una información errónea. Existan varios procedimientos de muestreo no probabilístico.

CUADRO 5 Principales clase de muestreo no probabilístico

Clase de muestreo	Características	Ejemplo	Utilidad
Conveniencia. Las muestras se seleccionan según un criterio de accesibilidad o comodidad	Comodidad en la selección de la muestra. Rapidez Economía	Encuestas	Diseño inicial de investigación Investigaciones exploratorias Formulación de escala Calculo de varianzas para la afijación en el muestreo. Aleatoria estratificado.

Autor: Esteban Ildelfonso Fundamento y técnica de investigación comercial  
Elaborado: Karina Chiquito Nieto

Considerando lo poca accesibilidad de la muestra debido a la ubicación geográfico de la comunidad y de los pocos datos que de ellos se encuentra y buscando obtener un número representativos de casos, la muestra quedo de 101 pobladores.

Tomando en cuenta el muestreo no probabilístico para el cálculo de la muestra se estableció encuestar a toda la población, por las características propias de la investigación y la dispersión de los datos, la misma que bajo la consideración del autor se ha establecido.

CUADRO 6 Muestra

Muestra	
Administrativo	1
Recepcionista	1
Operativos	2
Clientes	150
TOTAL	154

Autor: Muestra

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

## 2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

### 2.8.1 Procedimientos.

A continuación explicaremos el procedimiento mediante el cual realizaremos la investigación:

-  Concepción de la idea.
-  Buscar información para el tema de tesis.
-  Mediante la técnica de la observación determinar el problema.
-  Dialogo con el gerente de la empresa para dar a conocer la propuesta.
-  Observación del objeto de estudio.
-  Aprobación del tema de tesis por el consejo académico.

- ✚ Designación del tutor.
- ✚ Determinación de las variables del objeto de estudio.
- ✚ Búsqueda de la información sobre el tema de investigación de diferentes libros.
- ✚ Determinar los objetivos.
- ✚ Revisión bibliográfica para la elaboración del marco teórico.
- ✚ Aplicación de encuestas a los gerentes, subgerentes, administradores, dueños de microempresas; así como también al personal que labora en dichas organizaciones.
- ✚ Recolección de la investigación directa.

### **2.8.2 Procesamiento.**

- ✚ Análisis e interpretación estadística de los resultados.
- ✚ Elaboración de gráficos.
- ✚ Obtención de las conclusiones y recomendaciones.
- ✚ Clasificación de la información para clientes internos y externos.
- ✚ Tabulación de los datos obtenidos.
- ✚ Análisis de los datos.
- ✚ Elaboración de la propuesta.
- ✚ Correcciones sobre la propuesta planteada.
- ✚ Presentación del borrador al profesor tutor.
- ✚ Correcciones del lenguaje realizadas por el gramatólogo.
- ✚ Presentación del proyecto de tesis al especialista del tema.

✚ Elaboración del informe final.

✚ Presentación de la tesis de grado al consejo académico.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.**

#### **3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.**

##### **1. ¿Cuál es la misión y visión de la empresa?**

La opinión otorgada por los involucrados, considera que las ventajas de una misión, será muy importante principalmente porque es la labor o actividad hacia los clientes quien va dirigido y con el distintivo de mejorar su servicio hotelero. La visión define las metas que se proyecta a conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador.

La mayoría de los entrevistados del hostel Galeón, manifestaron que el hostel no posee una misión y visión. Con esta información se logra de manera efectiva manejar un lenguaje único que permite llegar a los clientes y empleados, que compartirán ideas y objetivos a la organización, mediante lo cual permitirá mejorar una imagen de seriedad y respeto tanto al interior como al exterior de la empresa.

##### **2. ¿Qué estrategias implementa para competir en el negocio?**

Un grupo de entrevistados considera sumamente importante las estrategias para la función de la misma.

Es una parte fundamental en el buen desempeño de una empresa, ya que los mercados son cada vez más competitivos y exigentes, embarcarse en programa

e iniciativas que les produzcan resultados y mejoramiento, y las estrategias son parte de este enfoque que están adoptando la empresas para poder sobrevivir a los cambios que se producen en nuestro medio.

La importancia de implementar un plan de negocio se basa a la función de la competencia con la implementación del plan se debe contar con el apoyo de los dueños de la empresa y la disponibilidad del personal para ejecutar los planes que la misma incluye con el fin de lograr los objetivos que persigue la empresa.

### **3. ¿Con cuánto personal cuenta para realizar las actividades de su hostel?**

Es considerable capacitar al personal, sin embargo solo se cuenta con los necesarios en nuestro hostel.

Es necesario expresar que los programas de capacitación deberán realizarse a medida, de acuerdo a las necesidades del hostel, no son las empresas quienes tienen que adaptarse a estos, sino todo lo contrario.

Los procesos para conservar la calidad del personal de estar de manera minuciosa y con responsabilidad, involucrando al personal selecto encargado de las áreas respectivas ya que de este paso depende fortalecer

### **4. ¿Cuenta con programas de capacitación para su personal?**

Es necesario expresar que los programas de capacitación deberán realizarse a medida, de acuerdo a las necesidades del hostel, no son las empresas quienes tienen que adaptarse a estos, sino todo lo contrario.

Este trabajo se centrará en el análisis de la evaluación de los resultados, los

programas de capacitación, explorando las formas existentes para evaluarlo. Sería algo muy productivo para el personal.

Para llevar a cabo la capacitación al personal darse a través de entidades bancarias que proporcionen los recursos necesarios para ser realidad su ejecución, puesto que el por deficiencia de este factor no opera de manera inmediata.

Este proyecto de desarrollo integral será el eje fundamental para estabilizar la condición socioeconómica del cantón Playas.

#### **5. ¿Crear un plan de negocio sería favorable para el hostel?**

La respuesta de la mayor parte de los involucrados fue positiva, puesto que al hostel, contando con una estructura de esta magnitud estaría gozando de múltiples beneficios, alcanzando un estatus de vida óptimo alineado al deseado buen vivir que todos merecemos

Para llevar a cabo el plan de negocio debe de tener la aceptación del propietario del hostel proporcionen los recursos necesarios para ser realidad su ejecución, puesto que el sector del turismo por deficiencia de este factor no opera de manera inmediata. Este proyecto de desarrollo integral será el eje fundamental para estabilizar la condición socioeconómica del Cantón Playas.

#### **6. ¿Cómo se incentiva personal para ofrecer y mejorar el servicio?**

El personal cuando esta incentivado reducir errores, defectos y mejorar el servicio al crear una ventaja competitiva en el personal, logrando alcanzar los estándares de calidad establecidos por los clientes.

Conforme más negocios compiten en servicio, el éxito en estos mercados demanda ciclos de introducción del producto y de los servicios cada vez más breves y una más rápida respuesta a los clientes.

Los procesos para conservar la calidad del personal se los hará de manera minuciosa y con responsabilidad, involucrando al personal selecto encargado de las áreas respectivas ya que de este paso depende fortalecer la publicidad de la empresa que ofrece al turistas con normas de calidad adecuadas para que su consumo sea con seguridad sin inconveniente alguno, considerando que mientras exista un servicio excelente habrá mayor demanda.

**7. ¿Considera que la toma de decisiones por parte de usted dentro del trabajo, es importante para mejorar su desempeño?**

La importancia del análisis de la información de la toma de decisiones en un hostel depende de nuestro propietario el desarrollo y mejoramiento de los niveles de vida del servicio, en este sentido se estudia a la administración de la empresa, con la finalidad de tomar decisiones.

La carencia de la toma de decisiones por parte de los propietarios son factores que repercuten en el servicio brindará oportunidades de confianza a sus colaboradores, de tal forma que estaría contribuyendo a una mejor confianza con ellos.

**8. ¿Cuenta con un manual de operación?**

El manual de procedimientos es el que controla, una gran importancia en la actualidad ya que contiene la información necesaria para llevar a cabo de manera precisa y secuencial, las tareas y actividades operativas que son asignadas a cada una de las unidades administrativas.

De la misma forma, determina la responsabilidad e identifica los mecanismos básicos para la instrumentación y el adecuado desarrollo, con el propósito de analizar los procedimientos que realicen las distintas unidades administrativas de la empresa, señalando lo que se pretende obtener con la ejecución de los mismos.

En nuestros encuestados se ha dado cuenta de los cambios que por excepción se planteen a través de la suscripción de anexos, deberán dictaminarse en la Comisión de Regulación y Seguimiento, debiendo cumplir con la normatividad del Programa.

#### **9. ¿Quién es la persona encargada de la toma de decisiones?**

Por lo general se toma las decisiones como la selección entre alternativas. Esta manera de considerar la toma de decisiones es bastante simplista, porque la toma de decisiones es un proceso en lugar de un simple acto de escoger entre diferentes alternativas.

El administrador es la persona facultada para las toma de decisiones comienza con la identificación del problema, los pasos para seleccionar una alternativa que pueda resolver el problema, y concluyen con la evaluación de la eficacia de la decisión.

#### **10 ¿Hacia que segmento turístico (nacional o extranjero), van dirigidos sus servicios?**

El segmento va dirigido al turista de todos los lugares en donde se encuentren, ya que los empresarios vienen a descansar a la playa por su clima por la tranquilidad de cantón General Villamil Playas.

### 3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

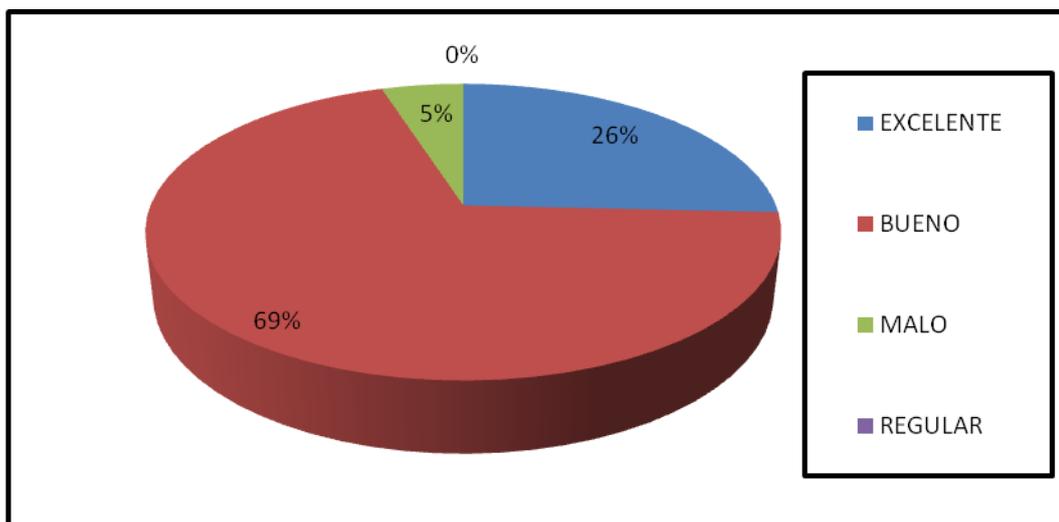
#### 1¿Cómo calificaría el servicio del hostel familiar galeón?

TABLA 1 Servicio del hostel familiar Galeón

Item	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
<b>1</b>	Excelente	40	26%
	Bueno	106	69%
	Malo	8	5%
	Regular	0	0%
	Total	154	100%

Fuente: Servicio del hostel familiar Galeón  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 1 Servicio del hostel familiar Galeón



Fuente: Servicio del hostel familiar Galeón  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

La siguiente interpelación es para determinar la calificación del servicio del hostel El Galeón. De los clientes encuestados la mayor parte consideran que es bueno, otras parte nos supieron manifestar que es excelente y muy pocos consideran que es malo. El servicio es bueno, por lo tanto el hostel familiar El Galeón debe mejorar su servicio de hospedaje a los clientes para así obtener una excelencia en sus servicios.

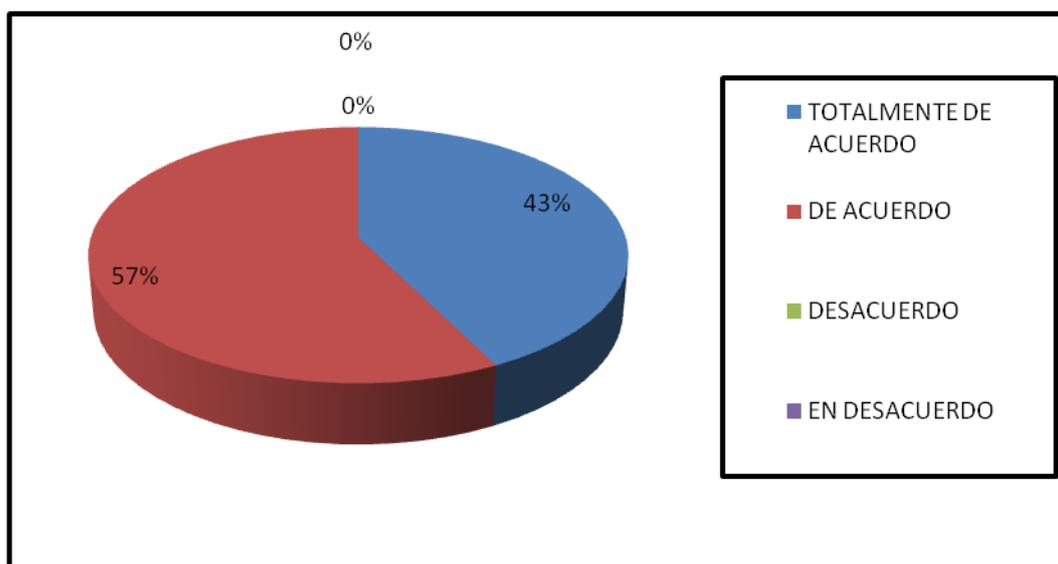
## 2 ¿Está usted de acuerdo con el precio del hostel familiar galeón?

TABLA 2 Precio del hostel familiar Galeón

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
2	Totalmente de acuerdo	66	43 %
	De acuerdo	88	57 %
	Desacuerdo	0	0 %
	En desacuerdo	0	0 %
	Total	154	100 %

Fuente: Precio del hostel familiar Galeón  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 2 Precio del hostel familiar Galeón



Fuente: Precio del hostel familiar Galeón  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

Esta pregunta permite conocer el precio del hostel que corresponde a las tarifas de los servicios. Los clientes está de acuerdo con el precio del servicio del hostel, y la mayoría está totalmente de acuerdo con el precio del hostel. Por lo tanto se debe mejorar el precio del hostel para que así los huéspedes estén total mente de acuerdo con el precio del hostel.

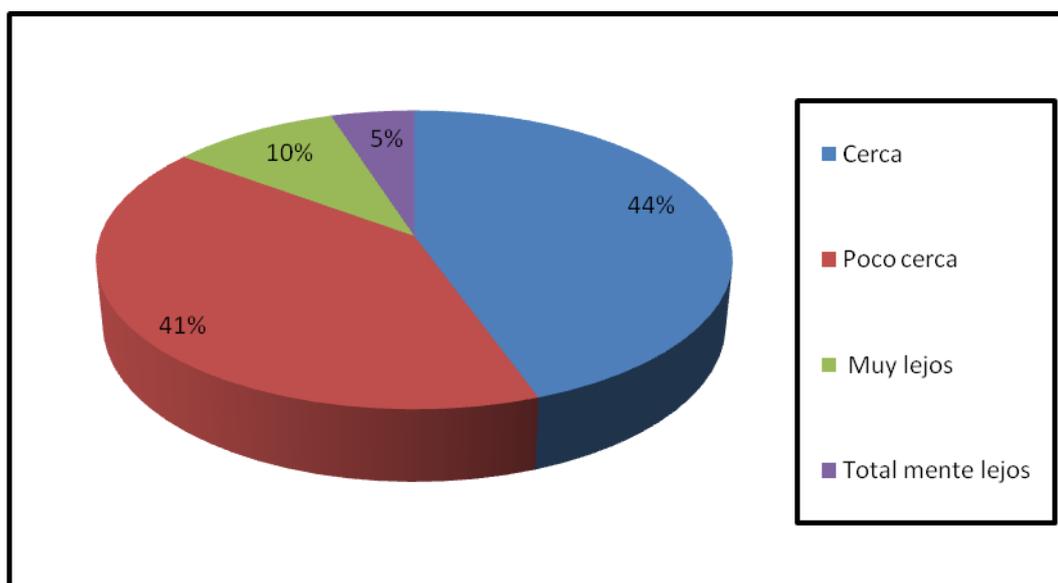
### 3 ¿Cómo considera usted la localización del hostel familiar Galeón?

TABLA 3 Localización del hostel familiar Galeón

Item	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
<b>3</b>	Cerca	69	45%
	Poco cerca	62	41%
	Muy lejos	15	10%
	Total mente lejos	8	5%
	Total	154	100%

Fuente: Localización del hostel familiar Galeón  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 3 Localización del hostel familiar Galeón



Fuente: Localización del hostel familiar Galeón  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

Esta pregunta permite conocer la satisfacción del cliente con respecto a la ubicación del hostel. La mayoría de los clientes consideran que está cerca la ubicación, y hay algunos clientes que califican poco cerca. Por lo tanto es favorable la localización del hostel familiar el Galeón.

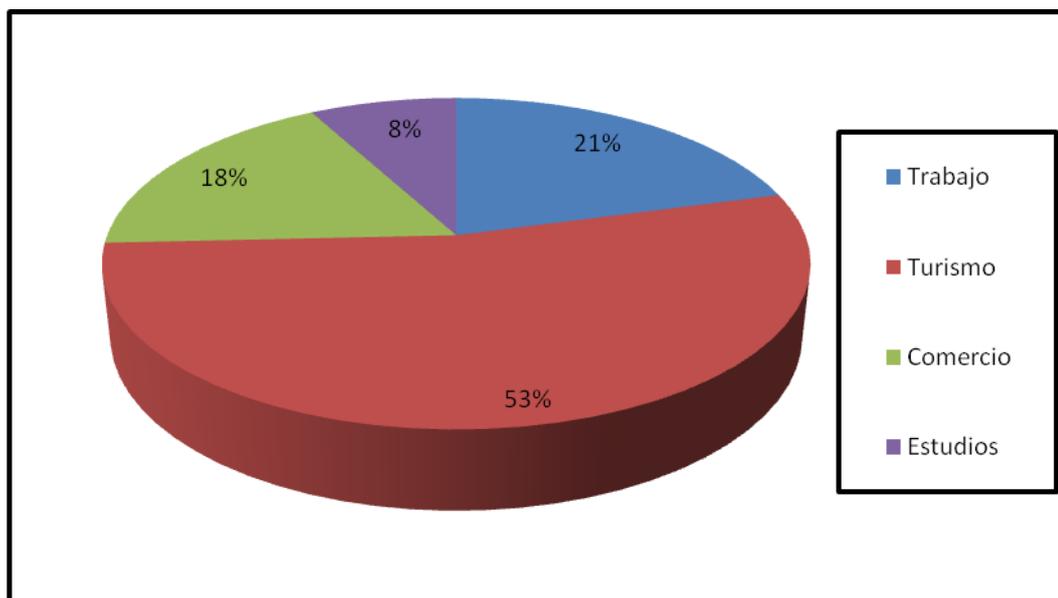
#### 4 ¿Cuáles son los motivos por los que visita el cantón general Villamil Playas?

TABLA 4 Motivos por los que visita el cantón General Villamil Playas

Item	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
<b>4</b>	Trabajo	32	21%
	Turismo	82	53%
	Comercio	28	18%
	Estudios	12	8%
	Total	154	100%

Fuente: Motivos por los que visita el cantón General Villamil Playas  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 4 Motivos por los que visita el cantón General Villamil Playas



Fuente: Motivos por los que visita el cantón General Villamil Playas  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

La mayor parte que visitan al cantón Playas lo hacen por turismo por tener el segundo mejor clima, el cantón que posee industria y empresas que brinda empleo y realizar el comercio y por estudio tener infraestructura (escuela, colegio, universidad).

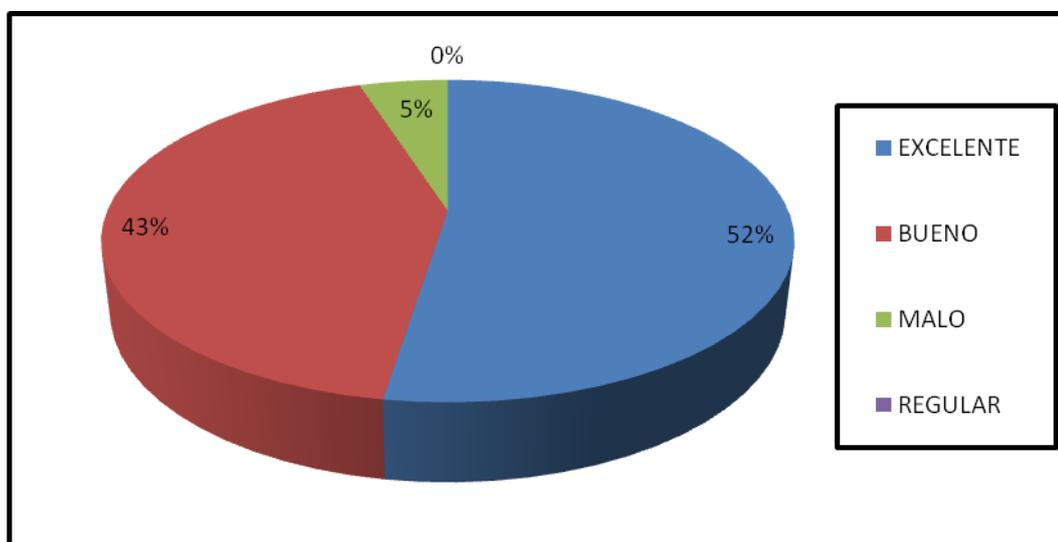
**5 ¿Cómo califica usted los servicios que ofrece el establecimiento con respecto a calidad de las instalaciones?**

TABLA 5 Servicios de las instalaciones del hostel galeón

Item	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
<b>5</b>	Excelente	80	52%
	Bueno	66	43%
	Malo	8	5%
	Regular	0	0%
	Total	154	100%

Fuente: Servicios de las instalaciones del hostel galeón  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 5 Servicios de las instalaciones del hostel galeón



Fuente: Servicios de las instalaciones del hostel galeón  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

Esta pregunta permite conocer el servicio de las instalaciones del hostel, que sean apropiadas al cliente. El cliente nos contestó que es excelente, otra parte lo consideran que buena y la minoría lo consideran malo. Las instalaciones del hostel cumplen todas las normas necesarias para el alojamiento de los clientes.

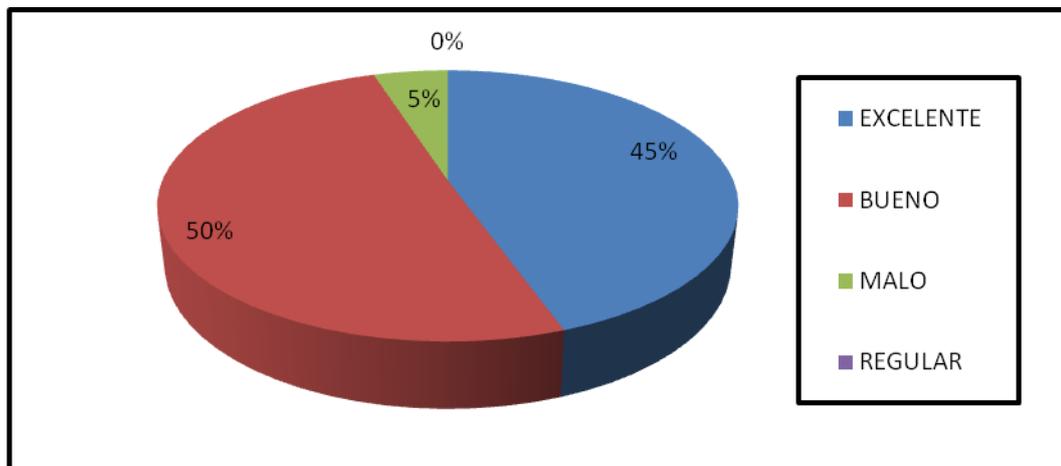
**6. ¿Cómo califica usted los servicios que ofrece el establecimiento con respecto a servicio al cliente?**

TABLA 6 Servicios que ofrece el establecimiento al cliente

Item	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
<b>6</b>	Excelente	69	45%
	Bueno	78	50%
	Malo	7	5%
	Regular	0	0%
	Total	154	100%

Fuente: Servicios que ofrece el establecimiento al cliente  
Elaborado por Karina Chiquito

GRÁFICO 6 Servicios que ofrece el establecimiento al cliente



Fuente: Servicios que ofrece el establecimiento al cliente  
Elaborado por Karina Chiquito

Mediante esta propuesta se permite conocer si el personal recibe con un saludo de bienvenida a los clientes por lo que se encuentra de la siguiente manera: los clientes consideran buena, otra parte de los clientes consideran excelente y una minoría de clientes consideran que es malo. Por lo cual se debe considerar este porcentaje ya que un saludo es importante para el hotel ya que es la imagen del establecimiento.

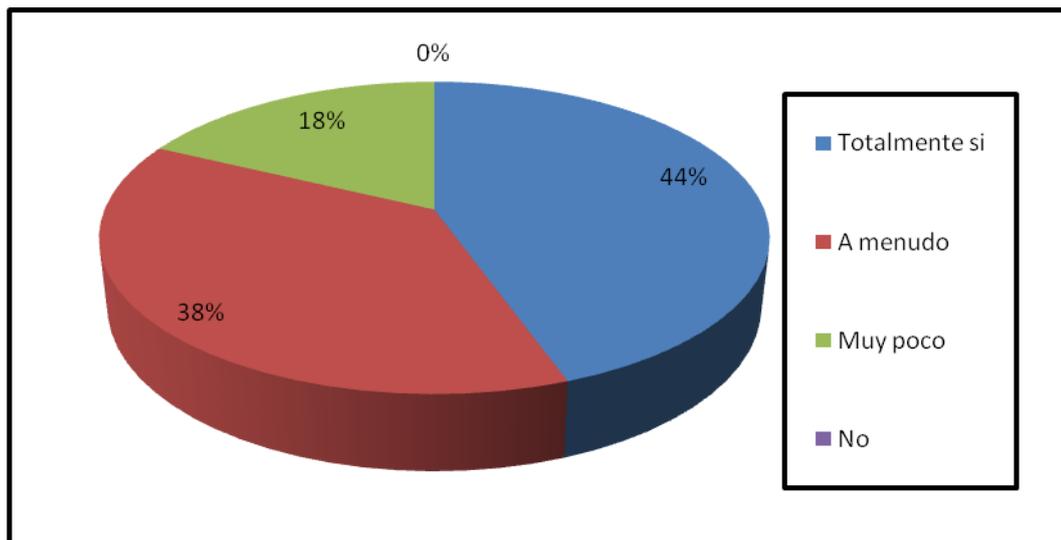
## 7. ¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos que visiten este hostel?

TABLA 7 Familiar y amigo que visiten este hostel

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
<b>7</b>	Totalmente si	69	45%
	A menudo	58	38%
	Muy poco	27	18%
	No	0	0%
	Total	154	100%

Fuente: Familiar y amigo que visiten este hostel  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 7 Familiar y amigo que visiten este hostel



Fuente: Familiar y amigo que visiten este hostel  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

Nos permite conocer si el cliente recomendaría a sus familiares y amigos que visiten este hostel. De los datos obtenidos como respuesta a esta pregunta se puede que están totalmente de acuerdo que lo recomendaría a sus familiares y amigos, otra lo recomiendan a menudo y la menoría muy poco lo recomienda. Los clientes se sienten cómodos con las instalaciones y por esta razón hacen difusión para que visiten el hostel El Galeón.

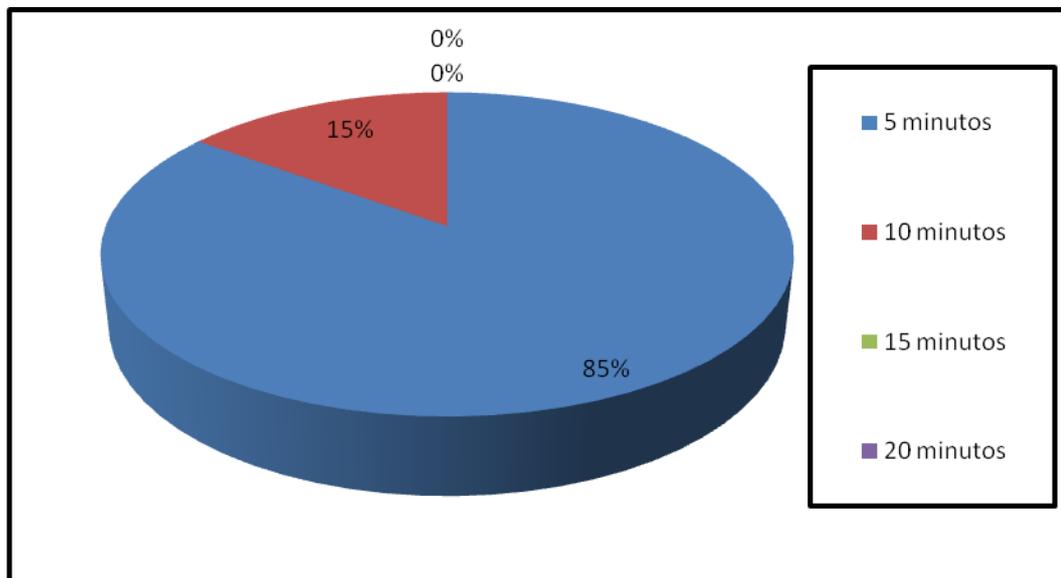
## 8 ¿Cuánto tiempo tiene que esperar para que lo atiendan en el hostel?

TABLA 8Tiempo que espera para que lo atiendan en el hostel

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
8	5 minutos	132	85%
	10 minutos	22	15%
	15 minutos	0	0%
	20 minutos	0	0%
	Total		154

Fuente: Tiempo que espera para que lo atiendan en el hostel  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 8Tiempo que espera para que lo atiendan en el hostel



Fuente: Tiempo que espera para que lo atiendan en el hostel  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

Este enunciado permite saber cuánto debe esperar el cliente para que lo atiendan en el hostel. La mayor parte de los clientes son atendidos en 5 minutos, y la otra parte de los clientes son atendidos en 10 minutos y los demás porcentajes no

están considerados. El Hostal familiar El Galeón brinda una atención a sus clientes de una manera rápida y eficaz.

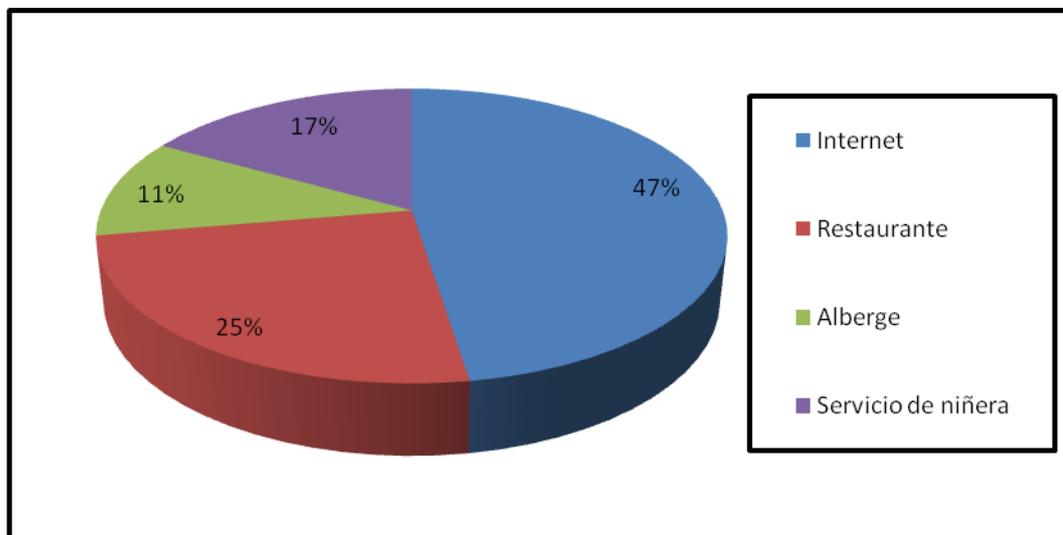
**9 ¿Qué servicio adicional le gustaría tener en el hostal?**

TABLA 9 Servicio adicional que le gustaría tener en el hostal

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
9	Internet	74	48%
	Restaurante	39	25%
	Alberge	15	11%
	Servicio de niñera	26	17%
	Total	154	100%

Fuente: Servicio adicional que le gustaría tener en el hostal  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 9 Servicio adicional que le gustaría tener en el hostal



Fuente: Servicio adicional que le gustaría tener en el hostal  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

Esta pregunta permite conocer qué servicio adicional le gustaría tener el cliente en el hostal. De los datos obtenidos a esta pregunta es que al cliente les gustaría utilizar internet, y otra parte del cliente utilizaría el restaurante, el de servicio de

niñera y la memoria de cliente el albergue. Es necesario instalar el sistema de internet en el hostel.

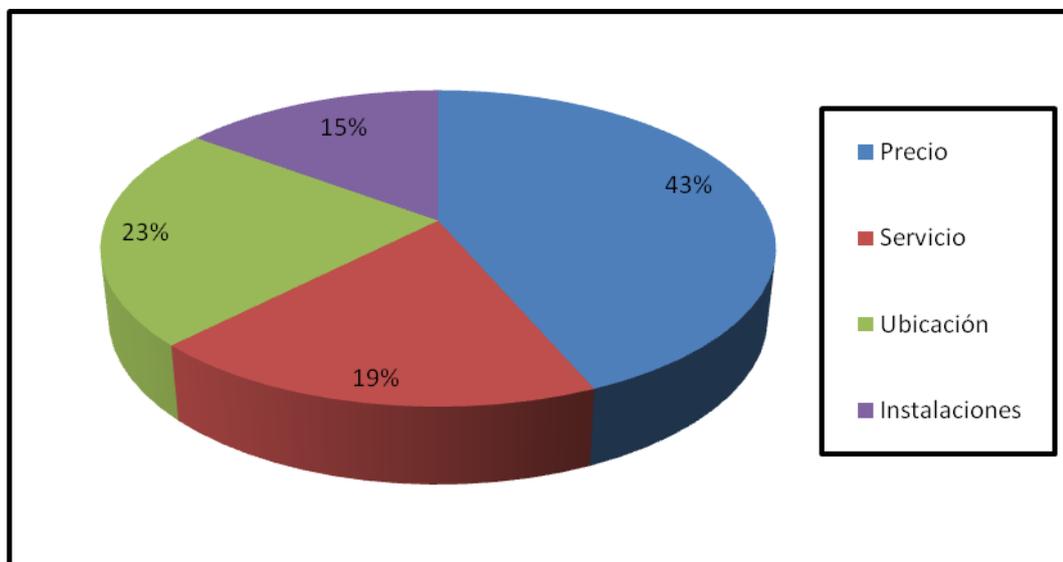
**10 ¿Cuáles serían los aspectos que busca al hospedarse en un hostel?**

TABLA 10 Aspectos que busca al hospedarse en un hostel

Ítem	Valoración	Frecuencia	Porcentaje
<b>10</b>	Precio	70	44%
	Servicio	33	19%
	Ubicación	27	23%
	Instalaciones	24	15%
	<b>TOTAL</b>	154	100%

Fuente: Aspectos que busca al hospedarse en un hostel  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

GRÁFICO 10 Aspectos que busca al hospedarse en un hostel



Fuente: Aspectos que busca al hospedarse en un hostel  
Elaborado por Karina Chiquito Nieto

Esta pregunta permite conocer al cliente los aspectos que busca al hospedarse en un hostel. Con un porcentaje de los clientes consideran el precio, nos dijeron

que la ubicación del hostel, otra parte de los clientes el servicio y la menor parte Como se puede observar en el cuadro del cliente la instalación.

### **3.3 CONCLUSIONES.**

- ✚ El hostel familiar el Galeón del cantón Playas realizó sus encuestas a los posibles clientes y las entrevistas a sus directivos obteniendo los resultados deseados en cuanto a la situación actual de la empresa.
  
- ✚ En el caso de las entrevistas realizadas al personal administrativo y de operaciones fue de gran aporte porque se pudo comprobar el grado de compromiso que existe entre los empleados y la administración.
  
- ✚ También se puede comprobar la carencia de una misión y visión definida por parte del hostel el cual es vital importancia que ya no se encuentre establecidas, por parte de la administración.
  
- ✚ Con respecto a servicio que brinda el establecimiento se puede constatar que se mantiene en un estándar de bueno en lo que se refiere a: calidad de las instalaciones.
  
- ✚ Se debe considerar la calidad y el precio con las que se ofertan a los clientes ya que en las encuesta se determina que están de acuerdo.

### **3.4 RECOMENDACIONES.**

- ✚ Se establezca curso de acción apropiados realizadas por los directivos de la empresa del hostel familiar el Galeón del cantón Playas para que de esta se mejore las acciones efectuadas tengan un alto grado de efectividad.
- ✚ Brindar charlas al personal administrativo y al operativo con el fin de brindar calidad y servicio al cliente.
- ✚ Es importante que se defina la visión y misión del hostel ya que sus empleados ni sus funciones conocen cual es la definida.
- ✚ Se sugiere implementar un mejor servicio a sus empleados, que sepan a dónde quiere llegar la empresa y los valores bajo los cuales trabajar, con lo cual se comprometan en alcanzar los objetivos planteados por el establecimiento.
- ✚ Cubrir la demanda de manera efectiva en el mercado de los hostales y que lo diferencia de los demás es su servicio de manera permanente ganando fidelidad de parte de sus clientes.

## **CAPÍTULO IV**

### **PLAN DE NEGOCIOS PARA EL HOSTAL FAMILIAR EL GALEÓN DEL CANTÓN PLAYAS PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”**

#### **4.1 PRESENTACIÓN.**

Un hostel excelente es aquel que logra resultados sobresalientes y los mantiene en el tiempo. Existen hostales que han sufrido un rápido crecimiento porque supieron identificar su oportunidad en el mercado, y luego desaparecieron rápidamente por no saber sostener en el tiempo su modelo de empresa, y no conseguir desenvolverse con éxito a los crecientes niveles de compatibilidad y el continuo movimiento de las necesidades de los clientes.

La realización del plan de negocios busca encaminar las acciones administrativas, técnicas, económica y financieras del hostel familiar el Galeón y pensando en la necesidad de las personas que se propone la idea de ampliar la actividad turística que se desarrolla en el balneario General Villamil Playas, donde se encuentra el hostel familiar el Galeón se puede ofrecer servicios de calidad a los clientes nacionales o extranjeros que visiten este encantador paraíso turístico de la provincia del Guayas.

La propuesta mejorará las condiciones laborales de la empresa y tiene como fin, generar empleos directos e indirectos, mejorando la calidad de vida de las personas que se dedican a esta actividad turística dentro del balneario de General Villamil Playas.

#### **4.1.1 Descripción de la empresa.**

El hostel familiar el Galeón del cantón Playas, provincia del Guayas, está creada para satisfacer las necesidades del turista más exigente. La empresa no solo brinda el servicio de hospedaje, sino también recrea miento juegos de pin pon, piscina.

Este acogedor alojamiento con un estilo y diseño único consta de once (11) dormitorios dobles, (teniendo la opción de elegir entre camas individuales o de matrimonio) con ambientes diferentes, todas las habitaciones equipadas con baño completo, secador de cabello, televisión LCD, etc.

Dispone de un amplio salón-comedor con pantalla de TV. y cocina para uso común. Con 2 años de creación, el hostel familiar el Galeón ha crecido con sus integrantes y consiguiendo espacio en el mercado competitivo local y regional; actualmente cuenta con clientes que en su mayoría son de Guayaquil.

Estos tienen un bajo valor, además, acostumbran a trabajar para pocos clientes, lo que anula prácticamente la capacidad de negociación económica.

#### **4.1.2 Tamaño y ubicación.**

Para determinar el tamaño óptimo y garantizar las actividades operativas de manera correcta y eficiente, el hostel familiar el Galeón estará diseñado a la capacidad instalada de 100 personas que pueden visitar las instalaciones, cuenta con un espacio físico en donde estarán las habitaciones, los juegos recreativos, piscina y un parqueadero para mayor seguridad para los clientes.

#### **4.1.3 Capacidad Instalada.**

El proyecto tiene una capacidad instalada que contempla en primera instancia a

un grupo de familias, las que darán alojamiento a los clientes o turistas que visiten el barrio Jardines de Villamil, las instalaciones permiten alojar a 100 personas; la misma cantidad podrá hacer uso del servicio que hay en el hostel.

#### **4.1.4 Capacidad utilizada.**

Considerando que las actividades no serán al 100% de la capacidad instalada, por lo cual se adoptará la política de porcentajes progresivos que permitan corregir problemas propiciados en los primeros años de vida útil del proyecto.

Tomando como referencia lo antes descrito, el proyecto podría iniciar trabajando con un 70% de la capacidad instalada, incrementando anualmente el 6% hasta alcanzar la capacidad máxima instalada.

#### **4.1.5 Localización del proyecto.**

FIGURA 1 Ubicación del Hostal El Galeón



Fuente: www.google.com  
Elaborado: Karina Chiquito Nieto

Este lugar es el indicado para establecer este tipo de proyectos debido a factores tales como ubicación y seguridad, factores por los cuales nos inclinamos hacia este lugar.

El proyecto estará ubicado en el cantón General Villamil Playas, en el Barrio Jardines de Villamil. El hostel familiar el Galeón tiene la finalidad de satisfacer las necesidades y gustos que tiene la sociedad, está dirigida a la población económicamente activa.

#### **4.1.6 Logotipo del hostel el Galeón.**

FIGURA 2 Logo del Hostel El Galeón



Fuente: Hostel El Galeón  
Elaborado: Karina Chiquito Nieto

#### **4.1.7 Eslogan para el hostel familia el galeón.**

La experiencia de vivir una tranquilidad placentera

El eslogan es la frase representativa que tiene el hostel familiar El Galeón

#### **4.1.8 Visión de la empresa.**

La visión del hostel familiar el Galeón es “Ser reconocido como una de los lugares de turismo alternativo ideal para divertirse y descansar.

#### **4.1.9 Misión de la empresa.**

La misión del hostel familiar el Galeón es “Brindar una experiencia vacacional única, que haga a nuestros huéspedes disfrutar del contacto con la naturaleza y diversas actividades, que creen una estancia inolvidable”.

#### **4.1.10 Política de la empresa.**

- ✚ Cumplir con el horario de entrada y salida.
- ✚ Imagen y limpieza de los puestos de trabajo.
- ✚ Fomentar la comunicación en el ambiente interno y externo.
- ✚ Cuidar la imagen institucional.
- ✚ Controlar estándares de calidad en los servicios.
- ✚ Buena imagen y presencia del cliente interno así como el aseo del establecimiento.
- ✚ Ofrecer ayuda cuando el cliente lo requiera.

#### **4.2 SERVICIO.**

Servicio es el arte de satisfacer a los clientes y superar sus expectativas. El Hostel familiar el Galeón mantendrá una cultura de servicio al cliente como fuente de éxito, pues sólo de la satisfacción de este dependerá el triunfo y ciclo de vida del negocio. Para esto el hostel familiar el Galeón impone un estilo propio que identifica al hostel de la competencia, haciendo uso de todos los recursos de los que dispone y ofreciendo un servicio óptimo donde cada cliente disfrute de un excelente servicio.

De esta forma, se atenderá a cada cliente siempre con una actitud positiva, dentro de un ambiente propicio para cada ocasión o celebración en particular, donde la ambientación constituye el complemento perfecto a la hora de disfrutar de una nueva experiencia.

Adicionalmente, se velará por cumplir en todo momento con lo ofrecido al cliente, buscando que este confíe en el servicio del hostel familiar el Galeón, para esto se darán garantías si se llega a incumplir con algunos de los servicios ofrecidos, haciendo devolución total del dinero al cliente.

#### **4.2.1 Especificación del servicio.**

Si los hostales desean satisfacer a los huéspedes, tienen que invertir para conseguirlo. Como mínimo, tienen que supervisar las preferencias y deseos de los clientes para asegurarles la satisfacción.

En muchos casos, el solo esfuerzo de esa supervisión parece mejorar la satisfacción de los clientes. Siempre va a haber quejas, pero si alguien está escuchando, mejorarán la confianza y respeto de sus huéspedes.

La formación y la motivación son esenciales para ayudar a los empleados a comprender su papel en el desarrollo de la satisfacción de los clientes. Es preciso que los empleados tengan estos antecedentes para prepararse para su trabajo. El éxito a largo plazo sólo puede garantizarse de esta forma.

A continuación se tomara en cuenta algunos puntos:

- ✚ Hacer que la satisfacción del cliente sea el enfoque principal en el ámbito corporativo.
- ✚ Supervisar las necesidades, deseos y actitudes de los clientes.

- ✚ Encontrar y contratar gente que se preocupe por dar un servicio de calidad.
- ✚ Concentrar los esfuerzos en la formación y la motivación de los proveedores de servicios de cara al público y en su directiva, de modo que sepan cómo, y por qué, prestan servicios.

Las cualidades que necesita tener el personal de servicio serán estrictamente necesarias para que las funciones profesionales se cumplan a cabalidad considerando que no impacta más la categoría del centro sino la profesionalización del personal de trabajo, hacia los huéspedes.

Los huéspedes regresan al hostel no tanto por sus instalaciones, sino por el servicio de su personal.

Las siguientes normas ayudarán a dar un mejor servicio al huésped:

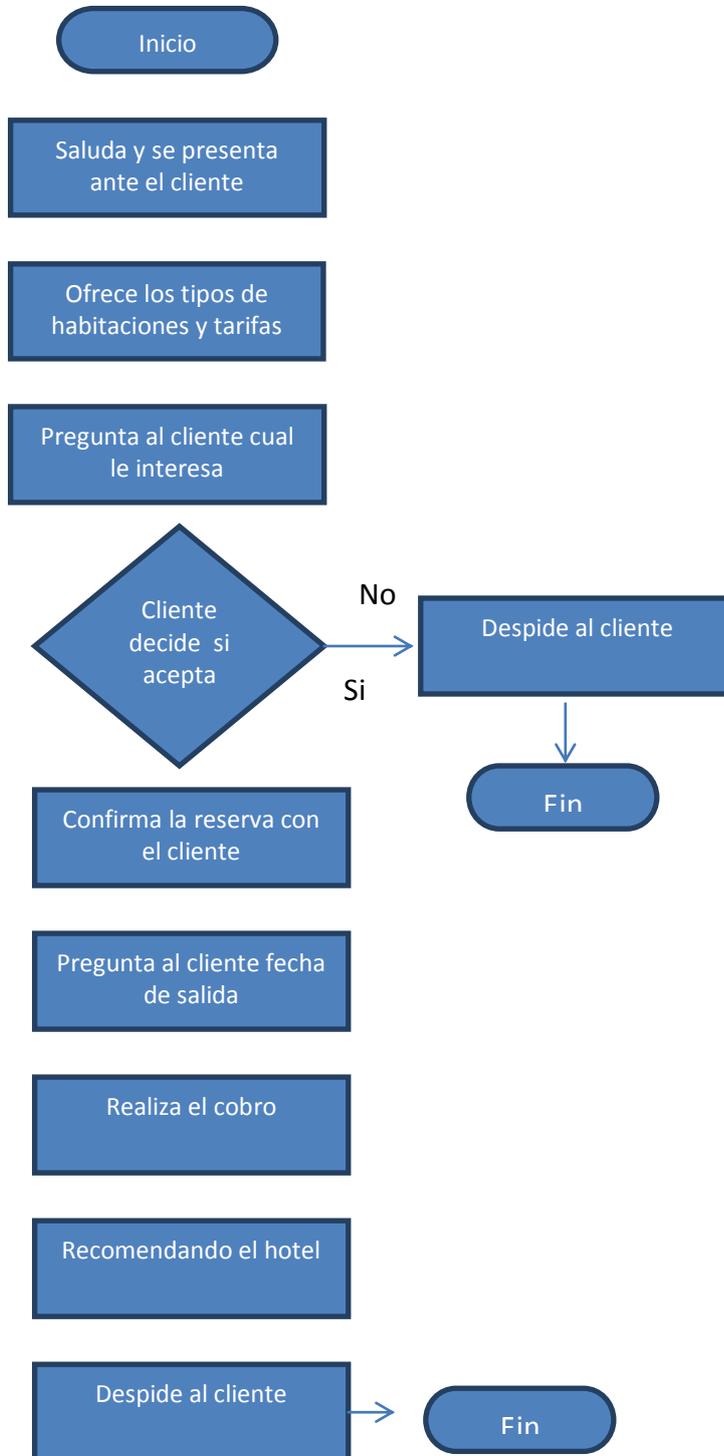
- ✚ Saludar al huésped mirándole a los ojos y sonriendo levemente.
- ✚ Anticiparse a las necesidades de los huéspedes.
- ✚ Escuchar con atención al huésped, no interrumpirlo.
- ✚ Acudir rápido a las solicitudes de los huéspedes, pero sin correr.
- ✚ Siempre ceder el paso a los clientes.
- ✚ Cuando al huésped se le cae algo, recogerlo de inmediato.
- ✚ Ayudar a ancianos o a personas con algún impedimento físico.
- ✚ Promover los servicios y facilidades del hostel.
- ✚ Nunca comer o masticar chicle durante el servicio.
- ✚ Si se observa algún papel tirado, recogerlo inmediatamente.
- ✚ Jamás desatender el puesto o abandonarlo.

El personal de servicio deberá contar con las siguientes cualidades:

- ✚ Aptitudes físicas:
- ✚ Aptitudes intelectuales:
- ✚ Aptitudes profesionales:
- ✚ Aptitudes morales:

#### 4.2.2 Diagrama de servicio.

FIGURA 3 Proceso del servicio.



Autor: Proceso del servicio  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

### 4.3 MERCADO.

#### 4.3.1 Objetivos de mercado.

Establecer un plan de negocio para mejores empleos y mayores ingresos, para el hostel generando valor y crecimiento en servicio.

CUADRO 7 Proyectado para el servicio de hospedaje

HABITACION	2. 1/2	2	1. 1/2	TOTAL DE PERSONAS	valor 2 1/2 plaza	valor 2 plaza	valor 1 1/2 p	T. HABITACION	DIAS	Total a pagar
H1	2	0	1	3	30,00	0,00	10,00	40,00	3	120,00
H2	2	2	0	4	30,00	20,00	0,00	50,00	1	50,00
H3	2		1	3	30,00	0,00	10,00	40,00	1	40,00
H4		2	1	3	0,00	20,00	10,00	30,00	1	30,00
H5	2	2		4	30,00	20,00	0,00	50,00	2	100,00
H6		2	1	3	0,00	20,00	10,00	30,00	2	60,00
H7	2	2	1	5	30,00	20,00	10,00	60,00	1	60,00
H8	2			2	30,00	0,00	0,00	30,00	1	30,00
H9		1	1	2	0,00	10,00	10,00	20,00	1	20,00
H10	1	2	1	4	15,00	20,00	10,00	45,00	1	45,00
H11	2			2	30,00	0,00	0,00	30,00	1	30,00
										585,00

Fuente: El Hostel familiar El Galeón  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

Para escoger de manera correcta el canal de distribución se debe considerar cual será el alcance de la cobertura del mercado, también de qué manera se llevará un control de políticas de precio, promoción y la calidad del servicio.

El análisis de los hoteles muestras similares o complementarios al nuestro en servicio.

La competencia, cuáles son los puntos de venta que utilizan, cuáles son los que mejores resultados les brindan.

Los puntos de venta utilizados por los clientes que pertenezcan al mismo segmento de mercado al cual nos vamos a dirigir. Si se dispone del personal suficiente y capacitado, la capacidad de abastecimiento y los medios adecuados para hacer llegar una comunicación hacia el cliente es posible probar con puntos de venta, para medir la respuesta de cada uno y de acuerdo a ello descartar los que brinden buenos resultados.

#### **4.3.2 Investigación de mercado.**

##### **Demanda.**

MINTUR 11300.000 millones Turistas en Playas 3% (339000)=20% de turistas que se alojan en hoteles en el cantón =67800 Demanda insatisfecha.

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, resulta de restar la demanda global de la oferta total, el valor negativo que se obtiene, representa la demanda insatisfecha en el mercado.

##### **Oferta.**

La oferta es establecida según la cantidad de establecimientos hoteleros que se encuentren ubicados en la localidad, zona o aérea geográfica que ofrezcan servicios similares al hostel EL Galeón y a su capacidad instalada.

Total 56 por lo cual 17 son hosterías de 30 habitación hasta 60,20 hoteles de 30 habitaciones adelante y 17 hostales que son menos de 29 habitación que tienen acceso a todas las área del hotel como es garaje, seguridad, televisor por cable, aire acondicionado, baño privado con agua caliente, bar karaoke, piscina, hamacas y juego.

### CUADRO 8 Hoteles

20 hoteles : de 30 habitaciones en adelante		
Cómoda habitación		
Doble o Triple		
Televisión por cable		
Garaje privado		
Disponibilidad las 24 horas del día		
Seguridad		

Autor: Hoteles  
Elaborador por: Karina Chiquito Nieto

### CUADRO 9 Hosterías

17 hosterías: de 30 habitación hasta 60		
HABITACION	PRECIO	PER SONA
Simple	54,00	1 persona
Doble	85.40	4 persona
Triple	73,2	3 persona
Matrimonial	61,00	2 persona
Suite	115,9	3 persona
Aire acondicionado		
Televisión por cable		
Baño privado con agua caliente		
Bar Karaoke		
Piscina		
Hamaca		
Juegos		
Garaje		
Eventos sociales y empresariales		
Disponibilidad las 24 horas		

Autores Hosterías  
Elaborador por: Karina Chiquito Nieto

### 4.3.3 Fijación y políticas de precio.

El precio está establecido en base a la competencia y a los costos que involucraron la creación del hostel familiar El Galeón teniendo este que ser suficiente para cubrir los costos y tener una utilidad por lo se realizan los costos de las habitaciones establecidos en el cuadro.

Las habitaciones tienen diferentes precios porque hay habitaciones familiares otra de tres personas y de cuatros por eso varían.

CUADRO 10 Precio de Habitación.

CAMAS	VALOR	X PERSONA	VALOR TOTAL
CAMA 2 ½	15,00	2	30,00
CAMA 2 PLAZAS	10,00	2	20,00
CAMA 1½ PLAZA	10,00	1	10,00

Autor. Precio de Habitación  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

#### 4.3.3.1 Habitación personal.

Las habitaciones personales tiene las medidas de 3 x 4 metros y presta una cama de 2 ½ plaza, una cómoda, un televisor de 14 pulgadas, aire acondicionado, y baño privado.

FIGURA 4 Habitación personal

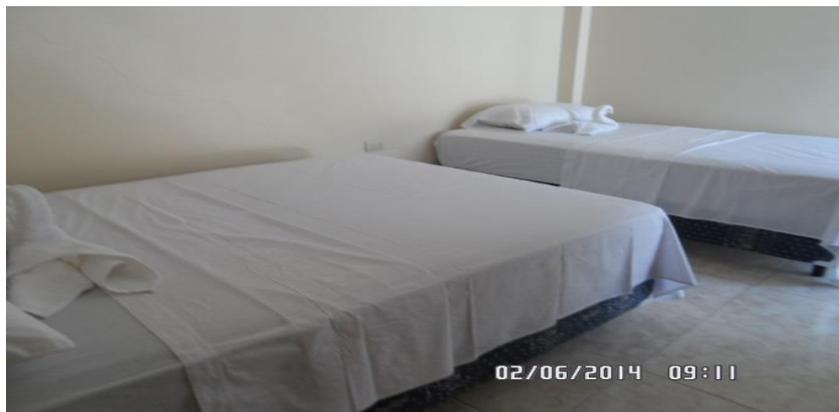


Autor: Habitación personal  
Fuente Karina Chiquito Nieto

#### 4.3.3.2 Habitación familiar.

Las habitaciones familiares tenemos 7 y de las cuales 3 habitaciones las medidas de 4 x 5 metros y presta cama de 2 plaza, una cómoda, un televisor de 14 pulgada, aire acondicionado, y baño privado.

FIGURA 5 Habitación Familiar 4 x 5 metros



Autor: Habitación Familiar  
Fuente Karina Chiquito Nieto

3 habitaciones las medidas de 7 x 6 metros y presta 5 cama de 2 plaza, una cómoda, un televisor de 14 pulgada, aire acondicionado, y baño privado y una habitación de 8 X 8 metros y costa de 7 camas de 2 plaza una cómoda, un televisor de 14 pulgada, aire acondicionado, y baño privado.

FIGURA 6 Habitación Familiar 7 x 6 metros

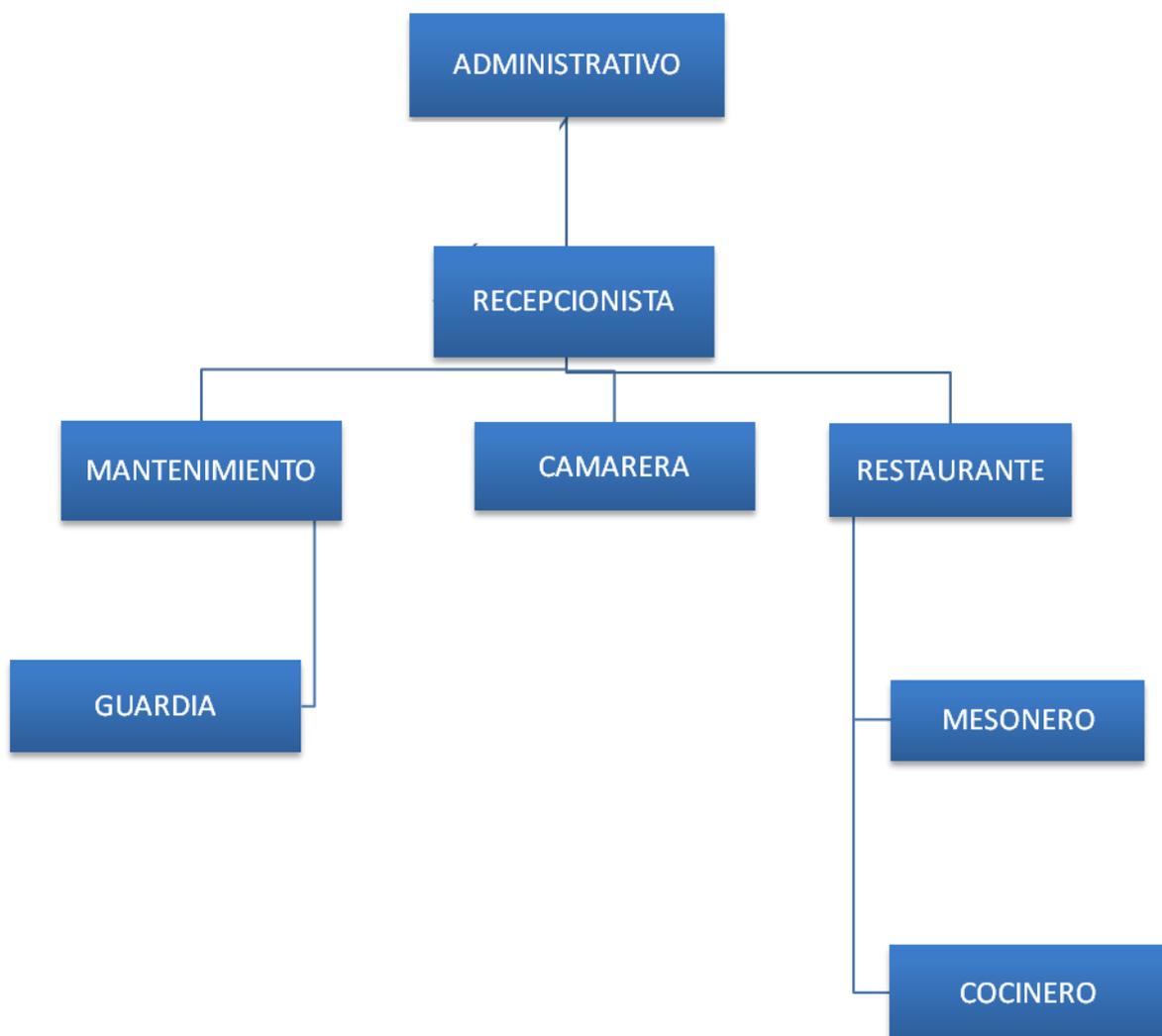


Autor: Habitación Familiar  
Fuente Karina Chiquito Nieto

## 4.4 ORGANIZACIÓN.

### 4.4.1 Estructura organizacional.

FIGURA 7 Estructura Organizacional.



Autor: Estructura Organizacional.  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

#### 4.4.2 Funciones y perfiles de puesto.

Para conocer cuáles son las funciones y los perfiles de quienes forman parte de esta empresa.

CUADRO 11 Administrador.

<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Dirigir y controlar las actividades de todas las áreas de la empresa.</li><li>- Velar por el cumplimiento de las normas establecidas en cada área, las políticas generales para el personal.</li><li>- Coordinar con el personal las reposiciones de inventarios de cada una de las áreas del hotel.</li><li>- Autorizar cortesías y precios especiales a clientes.</li></ul>
<b>PERFIL:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Título profesional:</b> administrador de empresa.</li><li>- <b>Experiencia:</b> 2 a 3 años laborables.</li><li>- <b>Edad:</b> 23- 50</li><li>- <b>Género:</b> Femenino – Masculino.</li><li>- <b>Valores:</b> Responsables</li><li>- Líder</li><li>- Comunicativo</li><li>- Carismático</li><li>- Creativo</li><li>- <b>Horarios:</b> 8h00 – 17h00</li></ul>

Autor: Administrador.  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

CUADRO 12 Secretaria(o)

<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Controlar las reservaciones.</li> <li>- Asegura que toda solicitud de reserva sea contestada el mismo día.</li> <li>- Prepara la lista de personas que llegan al establecimiento.</li> <li>- Recibe a los clientes.</li> <li>- Registra a los clientes.</li> <li>- Emisión de factura al cliente.</li> </ul>
<b>PERFIL:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Edad:</b> 24- 40</li> <li>- <b>Género:</b> Femenino- Masculino.</li> <li>- <b>Título:</b> Universitario.</li> <li>- Dominio del idioma inglés.</li> <li>- Conocimiento de informática, atención al cliente, contabilidad básica.</li> <li>- Facilidad para trabajar en equipo.</li> <li>- <b>Valores:</b></li> <li>- Responsables.</li> <li>- Comunicativo.</li> <li>- Ético y mora.</li> <li>- <b>Experiencias laborales:</b> 2 años laborales.</li> <li>- <b>Horarios:</b> 8h00 – 17h00</li> </ul>

Autor: Secretaria

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

CUADRO 13 Camarera.

<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza de la oficina.</li> <li>- Limpieza de las habitaciones.</li> </ul>
<b>PERFIL:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Edad:</b> Superior a los 18 años de edad.</li> <li>- <b>Estudio:</b> Mínimo que deben tener es secundario.</li> <li>- No necesita hablar inglés.</li> </ul>

Autor: Camarera

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

### CUADRO 14 Guardia

<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Debe ser capaz de tomar decisiones de acuerdo a sus funciones.</li><li>- Debe demostrar serenidad en situaciones de riesgo.</li><li>- Debe establecer y mantener buenas relaciones con los clientes.</li></ul>
<b>PERFIL:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Edad:</b> 30 años en adelante.</li><li>- <b>Género:</b> Femenino y Masculino.</li><li>- <b>Estudio:</b> Certificado de estudio terminados.</li><li>- Carta de no antecedentes penales (máximo 2 meses de su expedición )</li></ul>

Autor: Guardia

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

### CUADRO 15 Mantenimiento.

<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Encargado del buen funcionamiento de la parte de electricidad.</li><li>- Es el que limpia la piscina.</li><li>- El que realiza el diferente mantenimiento en el hotel.</li></ul>
<b>PERFIL:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Tiene que tener una edad superior a los 18 años de edad.</li><li>- El estudio mínimo que debe tener el electricista es secundario.</li><li>- No necesita hablar el inglés.</li></ul>

Autor: Mantenimiento

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

### CUADRO 16 Mesonero.

<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Servir a la mesa los diferentes platos al cliente.</li><li>- Atender al cliente con amabilidad y paciencia.</li><li>- Realizar el montaje de mesa.</li><li>- Verificar que los platos al momento de servir sean los correctos.</li><li>- Ayudar con la limpieza del negocio.</li><li>- Ayudar al cliente en cualquier pedido.</li></ul>
<b>PERFIL:</b>
Requisito: <ul style="list-style-type: none"><li>- Edad: 22 a 50.</li><li>- Género: masculino o femenino.</li><li>- Título: bachiller.</li><li>- Experiencia laboral: mínimo un año.</li><li>- Horario: 8:00 a 17:00.</li></ul>

Autor: Mesonero

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

### CUADRO 17 Cocinero.

<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Responsable del adecuado funcionamiento de la cocina.</li><li>- Diariamente levantamiento de los artículos de consumo inmediato, llenando la forma respectiva.</li><li>- Elaborar los presupuestos de gastos de la cocina.</li><li>- Supervisar la calidad de alimentos que llegan a la cocina.</li></ul>
<b>PERFIL:</b>
Requisito:Edad: 22 a 50. <ul style="list-style-type: none"><li>- Género: masculino o femenino.</li><li>- Título: bachiller.</li><li>- Experiencia laboral: mínimo un año.</li><li>- Horario: 8:00 a 17:00.</li></ul>

Autor: Cocinero

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

## 4.5 FINANZAS.

Se denomina inversión inicial a la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha el plan de negocios o plan de empresa.

Generalmente cuando se realiza un plan de negocios para buscar fuentes de financiamiento como es el caso del hostel familiar el Galeón se debe realizar en primer lugar un plan financiero que comienza con la estimación de la inversión inicial.

La inversión total del proyecto incluye: activos fijos, para lo cual se tomó en cuenta los valores correspondientes a obra civil, equipos, mobiliarios y otros activos, así también se suman los gastos pre-operacionales y el capital de trabajo, obteniendo una inversión total de \$.49.000,00

CUADRO 18 Inversión Inicial.

COSTOS INFRAESTRUCTURA	
	Valor
Edificio Construcción	\$ 30.000,00
Terreno	\$ 19.000,00
TOTAL USD	\$ 49.000,00

Autor: Inversión Inicial

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

### 4.5.1 Equipo de computación.

Se detalla lo que se implementará en el área administrativa es la computadora en el hostel familiar El galeón para el uso de los huéspedes es el split los televisores para su mejor estadía en el hostel.

CUADRO 19 Equipo de computación.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
			Valor
Computadora	1		\$ 500,00
Costo	\$ 500,00		
			\$ 500,00
			\$ 5.940,00
11 Split	\$ 400,00	\$ 4.400,00	
11 Televisores	\$ 140,00	\$ 1.540,00	
<b>TOTAL USD</b>			<b>\$ 6.440,00</b>

Autor: Equipo de computación  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

En el cuadro que se antepone se demuestra el total de capital de trabajo a utilizarse en el plan de negocios propuesto. Del cual el 65 % por ciento que es \$36036,00 va a ser financiado por el BNF (Banco Nacional de Fomento) y la diferencia que es un valor de \$19404,00 lo va a asumir el Gerente propietario del hostel.

CUADRO 20 Inversión Total

INVERSION INICIAL TOTAL		
Infraestructura	\$ 49.000,00	
Equipos de computación	\$ 6.440,00	
<b>Total</b>		<b>\$ 55.440,00</b>

Autor: Inversión Total  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

#### 4.5.2 Costo operativo.

A continuación se presentan los costos que genera el hostel familiar el Galeón lo que representa cuanto le cuesta al negocio brindar el servicio que ofrece como parte principal los sueldos y salarios de los empleados incluidos el incremento correspondiente por año, los gastos por energía eléctrica, agua potable, teléfono, internet, Tv cable, insumo de limpieza.

CUADRO 21 Costo no operacionales

COSTOS NO OPERACIONALES			
Gastos Administrativos			
1	Administrador	450,00	
2	Recepcionista	340,00	
3	Guardia	340,00	
4	Mantenimiento	340,00	
	TOTALES MENSUAL	1470,00	
	TOTAL ANUAL	17640,00	\$ 17.640,00
Servicios Básicos			\$ 1.812,00
Agua		\$ 50,00	
Energía Eléctrica		\$ 35,00	
Teléfono e Internet		\$ 46,00	
Tv cable		\$ 20,00	
Insumos de Limpieza		\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL COSTOS NO OPERACIONALES</b>			<b>\$ 20.652,00</b>

Autor: Costo no operacional

Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

#### 4.5.3 Flujo de caja proyectado.

El flujo de efectivo es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión, y financiación del hostel familiar el Galeón por lo tanto el objetivo del flujo de efectivo es básicamente determinar la capacidad del hostel para generar dinero con el que pueda cumplir las obligaciones y generar dinero. El flujo de caja que antecede permite visualizar que el hostel el "Galeón" recupera la inversión inicial entre el cuarto y quinto año de haberla realizado.

CUADRO 22 Flujo de efectivo al mes.

MESES	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
<b>INGRESOS</b>													
Cientes		\$ 4.1000	\$ 4.250,00	\$ 4.300,00	\$ 3.700,00	\$ 3.450,00	\$ 3.320,00	\$ 3.050,00	\$ 3.980,00	\$ 4.120,00	\$ 4.320,00	\$ 4.427,00	\$ 4.678,00
<b>TOTAL VENTAS</b>		\$ 4.100	\$ 4.250,00	\$ 4.300,00	\$ 3.700,00	\$ 3.450,00	\$ 3.320,00	\$ 3.050,00	\$ 3.980,00	\$ 4.120,00	\$ 4.320,00	\$ 4.427,00	\$ 4.678,00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 4.100	\$ 4.250,00	\$ 4.300,00	\$ 3.700,00	\$ 3.450,00	\$ 3.320,00	\$ 3.050,00	\$ 3.980,00	\$ 4.120,00	\$ 4.320,00	\$ 4.427,00	\$ 4.678,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470	\$ 1470
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 151	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 2.479	\$ 2.629,00	\$ 2.679,00	\$ 2.079,00	\$ 1.829,00	\$ 1.699,00	\$ 1.429,00	\$ 2.359,00	\$ 2.499,00	\$ 2.699,00	\$ 2.806,00	\$ 3.057,00
(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES		\$ 371,85	\$ 394,35	\$ 401,85	\$ 311,85	\$ 274,35	\$ 254,85	\$ 214,35	\$ 353,85	\$ 374,85	\$ 404,85	\$ 420,90	\$ 458,55
(-) IMPUESTOS		\$ 619,75	\$ 657,25	\$ 669,75	\$ 519,75	\$ 457,25	\$ 424,75	\$ 357,25	\$ 589,75	\$ 624,75	\$ 674,75	\$ 701,50	\$ 764,25
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 1487,40	\$ 1.577,40	\$ 1.607,40	\$ 1.247,40	\$ 1.097,40	\$ 1.019,40	\$ 857,40	\$ 1.415,40	\$ 1.499,40	\$ 1.619,40	\$ 1.683,60	\$ 1.834,20
<b>DEPRECIACION</b>		\$ 75	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00
INVERSIÓN INICIAL	\$ 55.440												
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	\$ 55.440	\$ 1.412,40	\$ 1.502,40	\$ 1.532,40	\$ 1.172,40	\$ 1.022,40	\$ 944,40	\$ 782,40	\$ 1.340,40	\$ 1.424,40	\$ 1.544,40	\$ 1.608,60	\$ 1.759,20

Autor: Flujo de efectivo al mes  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

CUADRO 23 Flujo de efectivo al año

MESES	INVERSIÓN INICIAL	2014	2015	2016	2017	2018
<b>INGRESOS</b>						
Clientes	\$ 47.695,00					
<b>TOTAL VENTAS</b>		\$ 47.695,00	\$ 52.464,50	\$ 57.710,95	\$ 63.482,05	\$ 69.830,25
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 47.695,0	\$ 52.464,50	\$ 57.710,95	\$ 63.482,05	\$ 69.830,25
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 17.640,00	\$ 19.404,00	\$ 21.344,40	\$ 23.478,84	\$ 25.826,72
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 1.812,00	\$ 1.993,20	\$ 2.192,52	\$ 2.411,77	\$ 2.652,95
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 28.243,00	\$ 31.067,30	\$ 34.174,03	\$ 37.591,43	\$ 41.350,58
(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES		\$ 4.236,45	\$ 4.660,10	\$ 5.126,10	\$ 5.638,71	\$ 6.202,59
(-) IMPUESTOS		\$ 7.060,75	\$ 7.766,83	\$ 8.543,51	\$ 9.397,86	\$ 10.337,64
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 16.945,80	\$ 18.640,38	\$ 20.504,42	\$ 22.554,86	\$ 24.810,35
<b>DEPRECIACION</b>		\$ 900,00	\$ 1.650,00	\$ 3.300,00	\$ 6.450,00	\$ 12.900,00
INVERSIÓN INICIAL					\$ -	
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	\$ (55.440,00)	\$ 16.045,80	\$ 16.990,38	\$ 17.204,42	\$ 16.104,86	\$ 11.910,35

<b>Van</b>	
\$ 109.922,53	
<b>Tir</b>	13%

Autor: Flujo de efectivo al año  
 Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

#### 4.5.4 Pérdidas y ganancias.

Por medio del estado de Pérdidas y Ganancias se observa los resultados anuales estimados en el proyecto los cuales serán detallados de manera ordenada para de esta manera tener conocimiento de lo ocurrido durante el periodo. Para realizar el Estado de Resultados, es necesario tomar en consideración todos los ingresos del hostel familiar El Galeón, así como los costos y gastos administrativos y de esta manera mediante estos valores determinar si el ejercicio económico del año genera pérdida o ganancias.

CUADRO 24 Pérdidas y ganancias.

AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
<b>INGRESOS</b>	\$ 47.695,00	\$ 52.464,50	\$ 57.710,95	\$ 63.482,05	\$ 69.830,25
(-) GASTOS VARIABLES	\$ 1.470,00	\$ 1.570,00	\$ 1.620,00	\$ 1.734,00	\$ 1.835,00
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 46.225,00	\$ 50.894,50	\$ 56.090,95	\$ 61.748,05	\$ 67.995,25
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$17.640,00	\$ 19.404,00	\$ 21.344,40	\$ 23.478,84	\$ 25.826,72
(-) GASTOS OPERATIVOS	\$ 1.812,00	\$ 2.125,00	\$ 2.343,00	\$ 2.587,00	\$ 2.877,00
(-) DEPRECIACIONES	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
(-) GASTOS	\$ 1.812,00	\$ 1.930,00	\$ 2.164,00	\$ 2.459,00	\$ 2.613,00
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ 24.861,00	\$ 27.335,50	\$ 30.139,55	\$ 33.123,21	\$ 36.578,53
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 3.729,15	\$ 4.100,33	\$ 4.520,93	\$ 4.968,48	\$ 5.486,78
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	\$ 21.131,85	\$ 23.235,18	\$ 25.618,62	\$ 28.154,72	\$ 31.091,75
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 5.282,96	\$ 5.808,79	\$ 6.404,65	\$ 7.038,68	\$ 7.772,94
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	\$ 15.848,89	\$ 17.426,38	\$ 19.213,96	\$ 21.116,04	\$ 23.318,81

Autor: Pérdidas y Ganancias  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

#### 4.6 PLAN DE ACCIÓN.

CUADRO 25 Plan de acción.

Tema: Plan de negocio para el hostel familiar EL Galeón del cantón Playas, Provincia del Guayas año 2015							
Programa	Objetivos	Estrategias	Proyectos	Actividades	Costos	Financiamiento	Coordinador
Programa de mejoramiento para el hostel familiar El Galeón	Determinar la inversión inicial del proyecto del hostel familiar El Galeón.	Mejorar el servicio en los clientes para que tengan una mejor estadía en el hostel.	Infraestructura de un parqueadero de carro  Equipo de computación	Para regenerar y brindar un me servicio hacia los clientes.  Mejorar el desempeño funcional en la parte administrativa.	55,440,00	Propio	Administrador propietario
	Elaborar un análisis de los factores que inciden en la calidad del servicio.	Un diagnostico a los departamentos administrativo y al personal.	Mejorar el servicio de calidad en el hostel familiar El Galeón	Desarrollar actividades de mejoramiento para el personal del hostel familiar El Galeón	2,000,00	Propio	Administrador propietario

Autor: Plan de acción  
Elaborado por: Karina Chiquito Nieto

## CONCLUSIONES.

- ✚ El hostel tiene como propósito brindar el servicio de hospedaje a viajeros nacionales e internacionales, cubriendo las expectativas de los turistas durante su estadía, satisfaciendo sus exigencias a través de un servicio de calidad siempre a la vanguardia tecnológica.
- ✚ El mercado hotelero es dinámico y extenso, así es uno de los servicios que permanecerá en el tiempo, mientras exista cliente que les guste visitar, nuestro balneario.
- ✚ Por lo anterior, es posible concluir que, bajo este escenario, se vio en la necesidad de aumentar y perfeccionar los servicios, a través del mejoramiento de los servicios del hostel familiar El Galeón para ello se elaboró un plan de negocio, que aumentará la eficiencia de los trabajos realizados, traduciéndose esto en una mayor oferta, lo que permitió atraer una porción mayor de la demanda insatisfecha de este mercado.
- ✚ Mediante el estudio financiero, se puede verificar si el proyecto es viable y rentable para su ejecución

## **RECOMENDACIONES.**

- ✚ Trabajar cordialmente en la parte interna y externa del negocio en la que exista un apoyo en las actividades que se propone el plan.
- ✚ Investigar el mercado, ya que es importante saber que están planeando otros dedicados a la misma actividad y saber qué hacer para captar la atención del cliente, para responder de manera rápida y eficiente para los cambios que surjan entre los competidores y el mercado.
- ✚ Efectuar una evaluación periódica de la calidad del personal que labora, en el hostel con la finalidad de mejorar continuamente, para esto se debe disponer de un buzón donde se depositen sugerencia y las opiniones para conocer cuáles son los mejores y poder identificar las fortalezas de la empresa.
- ✚ Al realizar la investigación financiera, se podría decir que el proyecto es factible, viable y rentable, por lo que se recomienda su implementación.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- Andrade, S. (2005). Diccionario de Economía . Andrade.
- Baca Urbina, G. (2001). Evaluación de proyectos. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Baldelli, C. (2009). Como armar un Plan de negocios. Argentina: Come Educativa.
- Balza. (2010). Una herramienta desde el pensamiento complejo y transdisciplinario. Venezuela: APUNESR.
- Bancomext. (2003). Plan de negocios para proyectos de exportación . México.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación para la administración y economía. Leciticia gaina Figueroa: Mexico.
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración. México: Mc. Graw Hill.
- Fernández Espinoza, S. (2007). Los proyectos de inversión. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2004). Mercadotecnia. México: Mc. Graw Hill.
- Flores, J. (2007). Cómo armar un Plan de Negocio. Colombia: ECOE.
- Foster, D. L. (1994). Introducción a la industria de la hospitalidad. Meéxico: Mc. Graw Hill.
- Grau, A. R; Correa, V. C. y Rojas, B. R. (1999) Metodología de la Investigación.
- Iidefonso Grande, E. (2009). Fundamentos y tecnicas de investigación comercial. España: ESIC.
- Newstrom, J., & Keith, D. (2002). Comportamiento humano en el trabajo. México: Mc. Graw Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Alternativas Básculas para Servicio de Medición de Calidad.
- Velasco, F. (2007). Aprender a elaborar un Plan de Negocios. España: Paidós Ibérica.
- Weinberger Villarán, K. (2009). Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Peru: Nathan Associates Inc.

## **PÁGINA DE INTERNET.**

- Bernillon, & Cerutti. (2000). Los sistemas integrados de gestion. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/rvm.htm>
- Castellanos, J. (2010). <http://www.scielo.org.co>. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602010000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602010000100008&script=sci_arttext)
- Galán, M. (2010). Metodología de la investigación Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2010/02/justificacion-y-limitaciones-en-la.html>
- Lledo, P. (2011). Gestión de Talento Humano. Obtenido de <http://gestiondetalentohumano.bligoo.com.co/definicion-de-gth-de-autores#.VCjGq7XN2qk>

**ANEXO1** Solicitud para dirigida al hostel familiar el Galeón

General Villamil, 17 Noviembre del 2013

Ing.

FELIX LEON

GERENTE GENERAL DEL HOSTAL "GALEON"

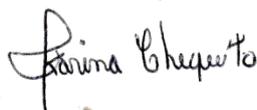
Ciudad.

De mis consideraciones:

Por medio de la presente me dirijo ante usted **Ing. Félix León**, solicitando permiso para la realización de un Plan de Negocio en el Hostal Galeón, el cual sera aplicado en el cantón Playas. Dicho plan es el tema de tesis de incorporación de la estudiante **Chiquito Nieto Karina Maribel** portadora de la cédula de identidad N° 0920682408 facilitándome dicha información de su hostel antes mencionado bajo mi responsabilidad, dando cabida a que en un futuro cercano se pueda hacer uso del mismo.

De antemano se le agradece esperando una pronto respuesta.

**ATT:**



**Sra. Chiquito Nieto Maribel Karina**

**C.I: 0920682408**



## ANEXO 2 Carta Aval



General Villamil, 17 Enero del 2014

Yo Félix León con cedula N°0900373069 , propietario del hostel "GALEON" doy aval a la Sra.: KARINA MARIBEL CHIQUITO NIETO, estudiante del QUINTO AÑO DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA quien está interesada en elaborar un Plan de Negocio para el Hostal Galeón, otorgado confianza en brindar la información precisa y necesaria que faciliten el desarrollo de su tesis de grado.

Previa a la obtención del Título de: INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL.

Las actividades investigativos del estudiante se darán en los plazos estipulado por el programa, previo cumplimiento por parte del estudiante del plan de negocio, pendiente al desarrollo de su tesis de grado.



FELIX LEON LEON

ANEXO 3 Matriz de consistencia

<b>Título</b>	<b>Problema</b>	<b>Tema</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>
Plan de negocio para el hostel familiar EL Galeón del cantón Playas, Provincia del Guayas año 2015.	¿Qué efecto tiene el estudio técnico en el fortalecimiento del servicio turístico en el hostel El Galeón del cantón Playas, Provincia delGuayas.	Efecto de un estudio técnico y financiero en el fortalecimiento del servicio turístico en el hostel familiar “EL GALEON”. Plan de negocios para el hostel familiar El Galeón del cantón Playas, provincia del Guayas, año 2015.	Diseñar un Plan de Negocios que permita contrarrestar las debilidades para laformación de una estructura estable y competitiva del Hostel familiar El Galeón del cantón Playas provincia del Guayas.	Con el Plan de negocio se mejorará el servicio turístico en el hostel familiar El Galeón del cantón Playas Provincia del Guayas.	V.I Plan de negocios  V.D Calidad de turístico del hostel Galeón

Autor: Matriz de consistencia  
Realizado por: Karina Chiquito Nieto

ANEXO 4 Encuesta

**Encuesta aplicada a los clientes.**

**ENCUESTAS**

1 ¿Cómo calificaría el servicio del hostel familiar Galeón?

- Muy bueno
- Bueno
- Poco malo
- Malo
- Pésimo

2 ¿Está usted de acuerdo con el precio del hostel familiar Galeón?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Desacuerdo
- En desacuerdo
- Total mente desacuerdo

3 ¿Cómo considera usted la localización del hostel familiar Galeón?

- Demasiado cerca
- Cerca
- Muy lejos
- Total mente lejos

4 ¿Cuáles son los motivos por los que visita el cantón General Villamil Playas?

- Trabajo
- Turismo
- Comercio
- Estudios
- Otros

5¿Cómo califica usted los servicios que ofrece el establecimiento con respecto a calidad de las instalaciones?

Malo	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Excelente	<input type="checkbox"/>

6¿Cómo califica usted los servicios que ofrece el establecimiento con respecto a servicio al cliente?

Malo	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Excelente	<input type="checkbox"/>

7¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos que visiten este hostel?

Muy debes en cuando	<input type="checkbox"/>
A menudo	<input type="checkbox"/>
Muy poco	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Totalmente no	<input type="checkbox"/>

8¿Cuánto tiempo tiene que esperar para que lo atiendan en el hostel?

5 minutos	<input type="checkbox"/>
10 minutos	<input type="checkbox"/>
15 minutos	<input type="checkbox"/>
20 minutos	<input type="checkbox"/>

9¿Qué servicio adicional le gustaría tener en el hostel?

Internet

Restaurante

Alberge

Servicio de niñera

10¿Cual seria los aspectos que busca al hospedarse en un hostel?

Tarifa

Servicio

Ubicación

Instalaciones

Alimentos

## ANEXO 5 Entrevista.

### Entrevista aplicada a los administradores de servicio turísticos.

#### ENTREVISTA

1. ¿Cuál es la misión y visión de su empresa?
2. ¿Qué estrategias implementa para competir en el negocio?
3. ¿Con cuánto personal cuenta para realizar las actividades de su hostel?
4. ¿Cuenta con programas de capacitación para su personal?
5. ¿Crear un plan de negocio sería favorable para el hostel?
6. ¿Cómo se incentiva personal para ofrecer y mejorar el servicio?
7. ¿Cuenta con algún tipo de distintivo o certificación?
8. ¿Considera que la toma de decisiones por parte de usted dentro del trabajo, es importante para mejorar su desempeño?
9. ¿Pertenece a algún tipo de organización o asociación? ¿A cuál?
10. ¿Hacia que segmento turístico (nacional o extranjero), van dirigidos sus servicios?

## ANEXO 6 Fotos Hostal El Galeón

Entrada del hostel familiar el Galeón y sus habitaciones



Piscina del hostel familiar el Galeón y su salón de eventos

