



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y
Recursos Naturales**

TÓPICO DE GRADUACIÓN

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA POTENCIAR EL HOSTAL OLA BELLA
UBICADO EN LA COMUNA SAN ALEJO, PARROQUIA
CHAROPOTÓ, CANTÓN SUCRE, PROVINCIA DE MANABÍ.”**

Previa a la Obtención del Título de:

Licenciatura en Turismo

Presentada por:

Carla Carolina Ávila Corella

Lorena Lissette López Jiménez

Guayaquil – Ecuador

2014

Agradecimientos.

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mis padres Robert y Carola por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida.

A mi querido esposo Camilo, por ser parte importante en mi vida, haberme apoyado y motivado a lo largo de mi carrera y vida.

A MSc. Cinthy Veintimilla por ser un ejemplo de desarrollo profesional a seguir y por su contribución para la realización de esta tesis.

A mi familia en general por su comprensión, apoyo y credibilidad en mí para la culminación de esta etapa de mi vida, en especial a mis abuelos Carlos y Ángela que son como mis padres.

A mi tía adorada Leticia por aportar con sus conocimientos de ingeniería.

Carla Ávila

Agradecimiento

En todos procesos de la vida siempre hay personas apoyándonos, jamás estamos solos.

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de encontrar mi vocación y permitirme culminar esta meta, a mis padres por su esfuerzo, por su amor, por su comprensión y apoyo permanente a mis tíos por la ayuda que me brindaron, a mi Directora de Tesis MSc. Cinthy Veintimilla por los conocimientos y por el tiempo dedicado a esta tesis, a cada uno de mis catedráticos quienes fueron mi guía académica durante este proceso universitario, a mis amigos y compañeros que aportaron a mi desarrollo personal, a cada una de las personas que directa o indirectamente estuvieron involucradas en el desarrollo de este tema

Lorena López

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en mi convivir diario; a mis padres por ser los guía en el sendero de cada acto que realizo hoy, mañana y siempre; a mi esposo, por ser el incentivo para seguir adelante con este objetivo y finalmente a mis abuelos por creer en mí y apoyarme en todo momento.

Carla Ávila

DEDICATORIA

“Todo mi esfuerzo está fundamentado en la palabra de Dios, a él que es digno de todo honor y toda alabanza, te glorificaré por siempre mi Señor”

A mi único Dios por darme la sabiduría y ser mi fortaleza.

A mis padres que son el motor de mi vida, para seguir adelante y son los únicos que nunca me han fallado.

A mi familia que siempre creyó en mí.

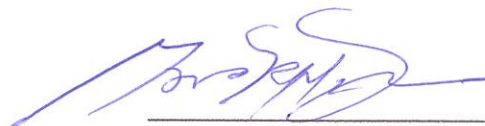
A mis amigos los que siempre estuvieron ahí para darme el apoyo que siempre necesite y que el señor envió para que me incentivaran.

Lorena López

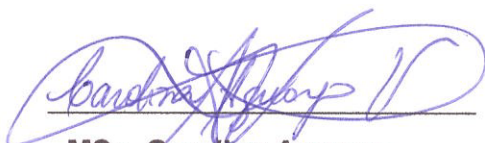
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



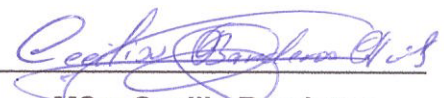
MSc. Cinthy Veintimilla
DIRECTORA DE TESIS



Ing. Marco Velarde
PRESIDENTE



MSc. Carolina Aguayo
EVALUADORA

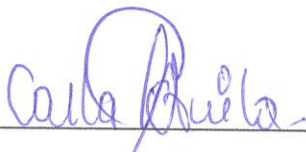


MSc. Cecilia Banderas
EVALUADORA

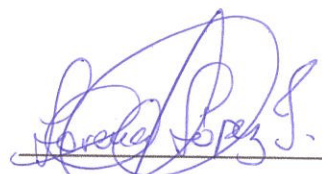
DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**”.

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)



Carla Ávila Corella



Lorena López Jiménez

RESUMEN

El Hostal Ola Bella se encuentra en la provincia de Manabí, cantón Sucre, parroquia Charapotó, en el balneario de la comuna de San Alejo ubicado entre San Jacinto y San Clemente. Tiene una extensión de cerca de 500 metros de playa de arena gris.

El propietario de dicho hostel es el Sr. Samuel Iván Huang Wong; quien adquirió hace varios años un terreno y puso en funcionamiento un laboratorio de larvas de camarón, 5 años más tarde tras presentarse problemas de la mancha blanca tuvo que cerrar el laboratorio, aprovechando la ubicación del terreno y sin conocimiento alguno de negocios turísticos decidió construir el ahora Hostal Ola Bella.

Es por esto que este proyecto nace de la necesidad de su propietario, para potenciar y promocionar turísticamente el hostel, con el fin de que tanto él, como las personas que viven en la comuna salgan beneficiados ya que se generarían plazas de trabajo tanto directo como indirecto, se dinamizaría la economía local por los turistas presentes en la zona.

Esta tesis se divide en 4 capítulos. En el capítulo 1 nos habla sobre la historia y evolución de la hotelería en el tiempo, así como también los conceptos y la importancia de una buena administración en hotelería.

El capítulo 2 nos informa sobre la ubicación de hostel, vías de acceso, medios de transporte que lleva hasta el hostel y antecedentes del negocio.

El capítulo 3 compila información sobre la infraestructura del hostel, los servicios turísticos que actualmente ofrece, permite conocer cuáles son los competidores, sustitutos y servicios complementarios, se enfoca también en el estudio de la demanda del hostel Ola bella, donde se define el número de visitas y, mediante la aplicación de encuestas se determina el perfil del visitante y el nivel de satisfacción del mismo. También permite conocer el tamaño del hostel, el equipamiento que posee y en qué estado se encuentra, la estructura organizacional, gestión de comercialización y estado financiero actual.

En el capítulo 4 constan las propuestas que hacemos en base a los capítulos anteriores para poder potenciar el hostel y pueda haber una mejora tanto en el ámbito financiero, como el operacional.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
--------------------------	----------

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y ASPECTOS GENERALES

1.1 Antecedentes de la industria hotelera.....	3
1.2 Importancia de la administración formal en la hotelería.....	9
1.3 Hotelería en Ecuador.....	12

2. ANTECEDENTES DEL NEGOCIO

2.1. Aspectos geográficos.....	14
2.1.1 Ubicación geográfica.....	14
2.1.2 Accesibilidad.....	16
2.2. Antecedentes del negocio.....	17

3. DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

3.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO

3.1.1 Análisis de la oferta turística.....	19
3.1.2 Análisis de atractivos turísticos.....	20
3.1.3 Análisis de la planta turística.....	21
3.1.3.1 Competidores.....	23
3.1.3.2 Sustitutos.....	24
3.1.3.3 Complementarios.....	24
3.1.4 Análisis de la demanda turística	24

3.1.5 Análisis estratégico del negocio	51
--	----

3.2 EVALUACIÓN TÉCNICA DEL NEGOCIO

3.2.1 Tamaño y localización.....	52
----------------------------------	----

3.2.2 Evaluación de actividades y servicios que se prestan.....	56
---	----

3.2.3 Características de las instalaciones turísticas.....	57
--	----

3.2.4 Descripción del equipamiento actual.....	57
--	----

3.2.5 Evaluación de gestión del recurso humano.....	58
---	----

3.2.5.1 Organigrama y funciones.....	59
--------------------------------------	----

3.2.5.2 Remuneración e incentivos.....	60
--	----

3.3 EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL NEGOCIO

3.3.1 Acciones de comercialización.....	60
---	----

3.3.2 Acciones de promoción.....	60
----------------------------------	----

3.4 ASPECTOS FINANCIEROS

3.4.1 Ingresos.....	61
---------------------	----

3.4.2 Costos.....	61
-------------------	----

3.4.3 Inversiones.....	62
------------------------	----

3.4.4 Estado de pérdidas y ganancias	62
--	----

4. PROPUESTA PARA POTENCIAR EL NEGOCIO

4.1 ACCIONES DE MEJORA Y PLANEACIÓN DE ACTIVIDADES

4.1.1 Misión.....	64
-------------------	----

4.1.2 Visión.....	64
4.1.3 Objetivos.....	65
4.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	65
4.3 ESTRATEGIAS RRHH.....	78
4.4 ESTRATEGIA DE OPERACIONES.....	85
4.5 ESTRATEGIA ECONÓMICA FINANCIERA.....	92
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
ANEXOS	
BIBLIOGRAFÍA	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cooperativas de transportes que pasan por la zona San Alejo...	17
Tabla 2: Descripción de atractivos turísticos en San Alejo.....	21
Tabla 3: Planta turística existente 'Hotelería'	22
Tabla 4: Panta turística existente "Alimentos y bebidas"	23
Tabla 8: Servicios que ofrece el hostel Ola Bella.....	56
Tabla 9: Instalaciones turísticas existentes.....	57
Tabla 11: Áreas y proveedores.....	68

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Sexo.....	29
Gráfico 2: Edad.....	30
Gráfico 3: Lugar de Procedencia.....	31
Gráfico 4: Estado Civil.....	32
Gráfico 5: Ocupación.....	33
Gráfico 6: Número de personas con las que viaja.....	34
Gráfico 7: Cuantos días viene o vino.....	35
Gráfico 8: Con qué frecuencia viene a este destino.....	36
Gráfico 9: Motivo principal de su visita.....	37
Gráfico 10: Factores adicionales que lo influyeron a venir a este destino...	38
Gráfico 11: Como supo del destino.....	39
Gráfico 12: Donde piensa hospedarse.....	40
Gráfico 13: Conoce Ud. el hostel Ola Bella.....	41

Gráfico 14: Ubicación del hostel Ola Bella.....	42
Gráfico 15: Como considera Ud. La calidad del servicio del hostel Ola Bella.....	43
Gráfico 16: Tarifa del hostel Ola Bella.....	44
Gráfico 17: Habitaciones del Hostel Ola Bella.....	45
Gráfico 18: Aspectos que busca al hospedarse.....	46
Gráfico 19: Donde se hospedara.....	47
Gráfico 20: Porque eligió ese hotel.....	48
Gráfico 21: Servicios Adicionales.....	49
Gráfico 22: Cuanto pagaría por el hospedaje.....	50
Gráfico 23: Punto de equilibrio.....	98

INDICE DE PLANOS

Plano 1: Planta baja.....	52
Plano 2: Primer piso.....	54
Plano 3: Segundo piso.....	55
Plano 4: Remodelación planta baja.....	73

INDICE DE MAPAS

Mapa 1: Ubicación hostel Ola Bella.....	15
Mapa 2: Ubicación geográfica comuna San Alejo.....	25

INDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1: Recepción.....	85
Diagrama 2: Check in.....	86
Diagrama 3: Reservaciones.....	88
Diagrama 4: Check out.....	90
Diagrama 5: Servicio al cliente restauración.....	91

INDICE DE LOGOTIPO

Logotipo 1: Imagen corporativa del hostel.....	69
Logotipo 2: Imagen corporativa del restaurante del hostel.....	70

INDICE DE CUADRO

Cuadro 3: Pérdidas y ganancias 2008-2013.....	62
Cuadro 4: Proyección de Ingresos.....	92
Cuadro 5: Proyección de costos.....	93
Cuadro 6: Depreciación.....	94
Cuadro 7: Proyección de depreciación.....	94
Cuadro 8: Inversiones.....	95
Cuadro 9: Amortización.....	95
Cuadro 10: Pérdidas y ganancias.....	96

Cuadro 11: Flujo de caja.....	97
Cuadro 13: Punto de equilibrio.....	98

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las diferentes empresas u organizaciones con fines de lucro utilizan el plan de negocios como una herramienta la cual le permitirá asegurarse que su negocio tenga un sentido tanto operativo como financiero antes de su puesta en marcha.

Cada vez las empresas son más competitivas y el plan de negocios permitirá a los dueños de la empresa identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, brindándole a ésta un ahorro de tiempo y de recursos.

En las pequeñas y medianas empresas, donde las decisiones normalmente están concentradas en pocas personas, la elaboración de un plan de negocios tiene una ventaja de gran importancia y es la de establecer una barrera entre lo que creen los empresarios que se debería hacer para manejar el negocio, y las decisiones que son tomadas sobre una base de información y análisis.

Al analizar la situación del Hostal Ola Bella, salta a la vista la necesidad de crear un plan de negocios que le permita tanto a los dueños como a sus empleados desarrollar las actividades de una mejor manera, perseguir el mismo objetivo común y así dejar que el negocio crezca.

La tesis estará conformada por cuatro capítulos, **capítulo 1** Conceptualización y aspectos generales del Hostal Ola Bella; **capítulo 2** Antecedentes del negocio; **capítulo 3** Diagnóstico del negocio **capítulo 4** Propuestas para potenciar el negocio.

A lo largo del documento se analizarán aspectos de gran importancia como lo son una estructura organizativa adecuada, un plan de marketing eficiente, y una plataforma financiera, que permita al Hostal Ola Bella sobresalir en el mercado competitivo de los hostales/restaurantes de playa.

Al finalizar el análisis de la situación actual del negocio, se presenta una propuesta de plan de negocios para el Hostal Ola Bella, donde las estrategias de marketing, relaciones públicas, de operaciones y económica financiera ayudaran a mejorar la situación actual del hostal.

CAPÍTULO 1

CONCEPTUALIZACIÓN Y ASPECTOS GENERALES

1.1 ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA HOTELERA

Debido a que desde el inicio de la historia ha existido la tendencia de desplazarse de un lugar a otro y no precisamente refiriéndose al nomadismo, simplemente nuestros ancestros, ellos se trasladaban por razones que nosotros ahora no tenemos como lo es la caza, en general para buscar alimentos y debido a esto es como surgieron los primeros lugares de hospedaje.

A lo largo de la historia y de los años, la industria hotelera ha evolucionado extraordinariamente, se han conocido y experimentado diferentes tipos de alojamientos, la curiosidad del ser humano así como la

necesidad, los llevo a desarrollar diversos modelos de hospedaje hasta llegar a lo que ahora conocemos como hotel.

Haremos un breve recorrido por el pasado y podremos conocer los principales hitos que dieron lugar a que la hotelería se desarrollara hasta la actualidad.

CRONOLOGÍA DEL NEGOCIO DE LA HOSTELERÍA HASTA 1900

Información tomada de Badillo José año 2002, Historia de la Hotelería, disponible en http://issuu.com/alexzarzosa/docs/origenes_de_la_hosteleria_clase_nuevo.

EDAD ANTIGUA

- ❖ Los primeros hospedajes se originaron en Grecia, la gente de los pueblos viajaban mucho por causa del comercio, al haber desplazamiento de personas éstas necesitaban de un lugar donde hospedarse.
- ❖ La historia señala que en Monte Oronos en Olimpia, Grecia antigua, fue erguida la primera hospedería con la única finalidad de hospedar visitantes que asistían en determinada época del año a los juegos olímpicos griegos.
- ❖ Otros motivos que también llevaban a las personas a viajar y a procurar hospedaje era el deseo de participar de ceremonias religiosas, así como también en la participación en guerras para nuevas conquistas de tierras.

Tipos de Hospedajes En La Edad Antigua

Camponas: Eran simples tabernas que disponían de agua y comida para los animales y soldado. Se ubicaban a lo largo de todos los caminos del Imperio Romano.

Mansiones: Establecimientos ubicados a lo largo de los caminos del Imperio Romano destinado a recibir civiles de clase alta, registrados por el Gobierno.

Resort: Muy diferentes a los actuales, estos estaban ubicados en las estancias hidrominerales en Grecia, que eran frecuentados por la nobleza.

Tabernas: Sitio de cantina donde había bebida, alimentación y diversión para los militares romanos.

Caravanerías: Establecimientos de hospedaje ubicado a lo largo de los caminos en el Oriente Medio, protegidos por muros, destinado especialmente para comerciantes.

Khans: Hospedajes más sofisticados, localizados en los centros de las ciudades del Oriente Medio, destinada a comerciantes y viajeros de poder adquisitivo más elevado.

EDAD MEDIA

- ❖ Con la oficialización del cristianismo, a partir del año de 331 D.C, cuando el emperador romano Constantino se proclamó protector de la iglesia, los viajes con fines religiosos se intensificaron.
- ❖ Surgió la figura del peregrino, que con su mensaje de paz y amor, conquistaba la simpatía de personas y conseguía hospedaje con mucha facilidad.
- ❖ Aquí fue el inicio de las Posadas para abrigar peregrinos.
- ❖ Las primeras Posadas surgieron en la Edad Media por una necesidad de los viajes constantes de las autoridades eclesiásticas que sentían el desconfort de no tener donde pernoctar y alimentarse.
- ❖ En la ruta entre Mongolia y la China surgieron en esa época de los “*GuestHouses*” y estaciones de correo para facilitar a los mercaderes y viajeros que se aventuraban en largos viajes.
- ❖ En esta época fue creada la Orden de los Caballeros Hospitalarios para organizar el hospedaje en los castillos de nobles feudales, que por haber sido ricos movían el comercio hotelero.
- ❖ En Londres surgieron los primeros hospedajes llamados “Hospedajes de Campo”.
- ❖ Por el año de 1254 en Francia fueron instituidas leyes que reglamentaban los establecimientos y servicios de hospedaje.

- ❖ El surgimiento del Islamismo que competía con el Cristianismo y la necesidad de divulgar esa nueva fe también contribuyó para la masificación de los viajes y la proliferación de hospederías a lo largo de los caminos.
- ❖ El hotelero de la época se preocupaba en ofrecer servicios y hospedaje excelentes. Cuanto mejor fuese la atención mayor crédito recibiría el hotelero, en esa época ser hotelero representaba poder.
- ❖ Por el año 1420 la ley francesa exige el registro oficial de los establecimientos destinados a hospedaje.
- ❖ Fue en esa época que los hoteleros junto con los viajeros importantes, crearon agremiaciones y sociedades privadas que eran regidas por normas exclusivas.
- ❖ En Inglaterra también se crean leyes que regularían los hospedajes pasando el Gobierno a ejercer un riguroso control para su cumplimiento.

EDAD MODERNA

- ❖ El inicio de la Edad Moderna se caracteriza por la caída del Imperio Romano tomado por los turcos en 1453, finalizada en 1789 con la Revolución Francesa.
- ❖ Fue en la Edad Moderna que los viajes de turismo se intensificaron. Surgieron los albergues, posadas que iniciaron a ofrecer alimentación para los viajeros y huéspedes.
- ❖ Los viajes de largos trayectos continuaban siendo hechos a caballo que era el medio de transporte más eficiente en aquellos tiempos.

- ❖ Los hoteleros pertenecían a Asociaciones creadas, tenían credibilidad, reputación y continuaban sirviendo alimentación y hospedando a la clase adinerada, los que no pertenecían a ninguna asociación no tenían credibilidad ni confianza.
- ❖ Con el paso del tiempo las posadas que atendían a las clases adineradas fueron haciéndose populares.
- ❖ A partir de 1650 la expansión de la hotelería europea se solidifica con la evolución de los medios de transporte constituido en la época por carruajes jalados por caballos.
- ❖ Esta expansión se extiende en Europa y América del Norte y es a partir del año de 1700 que se puede apreciar que:
 - En los EEUU, específicamente en el Estado de Massachusetts, la ley obligaba a los pueblos a tener un hospedaje.
 - En América del Norte se crean los primeros “spas” resorts en los estados de Pennsylvania y Virginia (USA).
 - A partir de 1790, la revolución industrial estimuló el desenvolvimiento mundial en todos los segmentos, la hotelería mundial creció y algunas ciudades fueron beneficiadas.
 - La ciudad de Nueva York recibió los primeros hoteles en el centro de la ciudad representado por el City Hotel, inaugurado en 1794, con 73 habitaciones y una tarifa de \$2 dólares por personas por hospedaje incluidas las 3 comidas.

EDAD CONTEMPORANEA

- ❖ Con el progreso y la evolución de la comunicación, fue en Europa donde surgió la llamada “industria hotelera” con características y filosofía de empresa, destinada a explotar comercialmente el hospedaje de los viajeros.
- ❖ Entre 1810 y 1820 la hotelería en el mundo creció. Nuevos hoteles y casas de hospedajes surgieron en diversos países.
- ❖ En Baltimore (EEUU), el “City Hotel” innovó con la iluminación a gas.
- ❖ Lo que realmente caracterizó el punto de partida de la hotelería de lujo que persiste hasta la actualidad fue la construcción en Boston, en 1829, el hotel TremontHouse, hotel de lujo con 8 baños, habitaciones privadas servicio de recepción, botones. El hotel tenía 5 pisos, restaurante con menú a la carta y no tenía ascensor.
- ❖ En el inicio de la Edad Contemporánea (1870), existían en Europa un gran número de buenos hoteles, cocineros de famosos hoteles comenzaron a surgir.
- ❖ El rápido crecimiento de la actividad turística en el mundo se dio a partir de la iniciativa de Thomas Cook de promover en 1841 la primera excursión fletada en tren, con tarifas reducidas, 540 personas entre dos ciudades inglesas, estableciendo el inicio de una actividad que hasta el día de hoy continúa creciendo; el turismo planeado.
- ❖ Thomas Cook, en 1845, creó la primera agencia de viajes y, en el año de 1851 ya había transportado más de 165 mil personas. Para esto tuvo que

preocuparse también del alojamiento para sus clientes y creó el Plan Cook de alojamiento y transporte.

❖ La hotelería americana se destaca por su tamaño y modernidad de sus hoteles y la hotelería europea, más conservadora, evoluciona con hoteles menores atendidos por familias y preservando la atención personalizada.

❖ La década de los 80 fue considerada la década del gran incremento de la hotelería mundial con la diversificación de los diferentes tipos de hoteles.

1.2 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN FORMAL EN LA HOTELERÍA

Información tomada de Martínez, C. C., P. O. Valdivia y S. Y. Cruz año 2007, El plan de negocios; una técnica para la gestión de empresas turísticas, Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos43/plan-de-negocios.shtml>

En toda su historia la administración se desarrolló con lentitud, es a partir del siglo XX que pasa por fases de desarrollo de notable pujanza e innovación.

Las organizaciones desde siempre al igual que la administración surgieron desde el momento en que el hombre sintió la necesidad de agruparse. El término administración comenzó a centrarse más desde que los libros de diferentes filósofos dieron a conocerla en la gran mayoría de sus obras. Además cabe, destacar a los fundadores de los conceptos

mayormente conocidos en la materia Administración quienes fueron, Frederick Winslow Taylor y Henry Fayol.

Independientemente de si la empresa es un hotel, agencia de viajes, rentadora de autos, restaurante, etc., ciertamente se trata de un negocio de personas, no sólo por ofrecer servicios, sino porque requiere de los servicios de la gente para existir. La automatización puede ayudar, pero únicamente los seres humanos pueden proporcionar los servicios necesarios para el bienestar de los clientes.

Todas las empresas turísticas ofrecen diferentes tipos de productos. Los que tienen éxito agregan un ingrediente adicional, el buen servicio, y este será su distinción ante otros establecimientos turísticos. El equipo para un *canopy*, la comida gourmet de un hotel o restaurante, el automóvil del *rent a car* que se alquila, el paquete personalizado que una agencia de viajes ofrece, etc., varía de una empresa a otra y en muchos casos serán muy parecidos, pero el servicio dependerá totalmente de su personal. La conducta humana en una sociedad libre no puede uniformarse; sólo puede ser guiada en un proceso que requiere de supervisión, atención y entrenamiento constante.

Es aquí donde entra en la labor de un buen liderazgo gerencial en una empresa turística.

Las empresas turísticas varían en tamaño, tipo de clientela, carácter, alcance de actividades y servicios que ofrecen. Por eso un buen gerente debe trazar y especificar qué es lo que tiene y ofrece la empresa la cual administra, debe a su vez establecer, comunicar y alcanzar los objetivos de una organización, optimizar los recursos y motivar a las personas que trabajan en ella para actuar en forma conjunta y eficaz, mediante objetivos y valores comunes.

Para una buena labor gerencial el administrador o gerente se debe regir por cuatro grandes áreas de la administración:

- Planificación: Consiste en determinar lo que se va a hacer y determinar el curso de acción a seguir, fijando las políticas que son principios para orientar la acción a desarrollar, los procedimientos en la secuencia de la operación.
- Organización: Responde a la pregunta de cómo se va a hacer, la estructura que debe darse en cuanto a funciones y obligaciones. Delega autoridad en los mandos medios y fijar la responsabilidad de cada individuo.

La organización consiste en:

- Dividir el trabajo, es decir, determinar las actividades para alcanzar los objetivos planeados.
- Agrupar las actividades en una estructura lógica.
- Designar a las personas las actividades para que las lleven a cabo.
- Asignar los recursos necesarios.
- Coordinar los esfuerzos

La organización es una actividad básica de la administración, que sirve para agrupar y estructurar todos los recursos, con el fin de alcanzar los objetivos determinados

- Dirección: Asegurarse de que se haga, impulsando, coordinando y vigilando las funciones de cada elemento; brindando motivación adecuada a los subordinados para generar un profundo interés por su labor. Tomando en cuenta lo siguiente:
- Control: determina como se han realizado todas las acciones en relación con lo que se había establecido, es el conjunto de medios e instrumentos que permiten comparar los resultados reales con los estimados, para corregir las desviaciones y eliminar los obstáculos.

1.3 HOTELERÍA EN EL ECUADOR

Según la ley 97 de turismo publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 733 del 27 de diciembre de 2002, en la sección de reglamento general de actividades turísticas, y acorde a ésta el Hostal Ola Bella se encuentra categorizado como Hostal de tercera en Manabí.

Según el Reglamento General de actividades turísticas:

Se entiende por alojamiento turístico, *“el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de*

hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje”

“Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios”(ley 97 de turismo,2002, registro No. 733)

En cuanto a la categoría menciona que:

Los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

Hostales

Todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES DEL NEGOCIO

2.1 Aspectos Geográficos

El hostel Ola Bella se encuentra en la Provincia de Manabí, cantón Sucre, Parroquia Charapoto, comuna San Alejo entre las comunas San Jacinto y San Clemente. El balneario tiene una extensión de 960 metros de playa de arena gris, con una amplia zona para bañista durante la marea baja. Durante la marea alta, sus olas son utilizadas para practicar surf.

2.1.1 Ubicación Geográfica

San Alejo es una comuna ubicada a lo largo de la vía Bahía de Caráquez entre San Jacinto y San Clemente a 41 Kilómetros de la ciudad de Portoviejo.

Limita al norte con la comuna de San Clemente; al sur con San Jacinto; al este con el cantón Tosagua y al oeste con el Océano Pacífico.

La ubicación geográfica de San Alejo en los mapas políticos de la Provincia no ha sido constante, pero mediante el desarrollo turístico de las comunas que se encuentran a lo largo de la zona de playa de Manabí, ha permitido ubicar en el mapa a varias comunas.

Mapa 1

Ubicación del Hostal Ola Bella



Fuente: Tríptico informativo proporcionado por el propietario del hostal Ola bella.

2.1.2 Accesibilidad.

Desde Portoviejo en sentido sur- norte se puede ingresar a la comuna San Alejo tomando la vía E30 en la ruta Portoviejo-Bahía de Caráquez desviándose hacia la carretera E15 hasta la comuna San Alejo.

Por la provincia de Manabí se puede acceder desde el terminal terrestre localizado en el cantón Portoviejo, donde salen varias cooperativas intraprovinciales e interprovinciales las más conocidas son: Coactur y Reina del Camino; existe una que viene desde Bahía de Caráquez hasta Portoviejo llamada “Turista”, estos buses pueden ser tomados en el paradero “gasolinera San Alejo” ubicado en el desvío de la carretera E15 del cantón Sucre.

El valor del transporte desde Portoviejo hasta San Alejo es de \$1 y las cooperativas que cubren esta ruta son; Coactur, Reina del Camino y Turista. El tiempo de viaje hasta la comuna es de aproximadamente 45 minutos.

Tabla N^a 1**Cooperativas de transporte que pasan por la zona de san Alejo**

COOPERATIVA	FRECUENCIA	DESTINOS	FOTO
Coactur	Cada 2 horas	Manta Portoviejo, Guayaquil, Quito, Bahía de Caráquez, San Vicente, Pedernales, Jipijapa, Chone, Jama, El Carmen, Santo Domingo.	 Fuente: http://hino500fg.blogspot.com/2011/02/olimpica-aerobuss-hino-500-fg-trans.html
Reina del Camino	Cada 2 horas	Portoviejo, Manta, Bahía de Caráquez, San Vicente.	 Fuente: http://galeria.bus-america.com/displayimage.php?album=85&pos=970
Turístico	Cada 15 min	Portoviejo, Rocafuerte, San Jacinto, San Alejo, San Clemente.	 Fuente: http://www.bahiadecaraquez.com/transportes.html

Fuente: Elaboración propia mediante investigación salida de campo

2.2 Antecedentes del Negocio

En el año 1994 se adquirió un terreno en la comuna de San Alejo ubicado en la provincia de Manabí, su dueño el señor Samuel Iván Huang Wong de origen taiwanés y su esposa Sara Aguirre de origen ecuatoriano, con vastos conocimientos en biología marina, deciden crear un laboratorio de crianza de larvas de camarón que estuvo en funcionamiento por 5 años,

luego de esto se presentó el problema de la mancha blanca, el negocio se vio muy afectado y en 1999 se cierra el negocio, quedando el terreno y parte de las instalaciones disponibles para emprender un nuevo negocio, aprovechando la ubicación del mismo, ya que está frente al mar, pensó que sería ideal dedicarse al turismo considerando la zona es muy tranquila y con hermosos paisajes, surge la idea de un hostel, y comienzan en el 2004 a construirlo poco a poco.

A finales del 2007 se finaliza la obra, y empieza a recibir turistas en el 2008, es importante mencionar que los dueños no poseen conocimiento alguno en cuanto a administración de empresas hoteleras y/o turísticas.

Debido a esto nace la idea de este proyecto ya que el hostel no cuenta con estrategias de marketing, operacional, ni lleva una administración formal, e implementándolo el hostel puede mejorar tanto sus instalaciones, servicios y sus ventas.

CAPÍTULO 3

DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

3.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO

3.1.1 Análisis de la oferta turística

El conjunto de servicios, infraestructura y recursos que componen la oferta turística de la comuna San Alejo se ve poco beneficiada por la falta de desarrollo, puesto que el turismo en la zona no ha tenido un crecimiento como tal, ya que la inversión en aspectos fundamentales como son la infraestructura de la planta turística así como la poca creación de establecimientos hoteleros, diversificación e implementación de atractivos

turísticos no han permitido alcanza el objetivo esperado. Es así que podemos notar que la mayor falencia en cuanto a la hotelería en el sector es la deficiencia en el servicio e infraestructura.

3.1.2 Análisis de atractivo turístico

La comuna de San Alejo cuenta con una zona de playa de una extensión de 940 metros, siendo éste el mayor atractivo con el que cuenta la comuna, donde se puede observar que el turismo no es la primera fuente de ingreso sino que es una zona pesquera. Otro atractivo que se desarrolla en la comuna es la Feria Gastronómica que se la realiza en el mes de julio en conjunto con las comunas de San Jacinto y San Clemente.

Los atractivos con los que cuenta la comuna no están siendo promocionados como tal ni tampoco se observa un desarrollo ni oferta turística que llame la atención.

Tabla N° 2

Descripción de atractivos turísticos en San Alejo

Equipamiento		Fotos	Breve descripción
Zona de Playa	Categoría: Sitios Naturales	 Fuente:Tesistas	La zona de playa una extensión de 940 metros aproximadamente, esta zona es utilizada por los turistas para disfrutar del sol y también por los pescadores que viven en la comuna y sus alrededores para pescar, la pesca es una de las principales fuentes de ingreso. El uso de la playa no tiene ningún costo.
	Tipo: Costas o Litorales		
	Subtipo: Playa		
Feria Gastronómica	Categoría: Manifestaciones Culturales	 Fuente:Tesistas	La feria gastronómica atrae a muchos turistas nacionales y extranjeros, en esta feria se puede apreciar y degustar platos típicos de la zona como son: ceviche de camarón, mixto, de concha, encocado de camarón, filete de corvina, entre otros. El ingreso a la feria no tiene ningún costo, pero los platos que se sirven si tienen costo.
	Tipo: Acontecimientos programados		
	Subtipo: Gastronomía		

Fuente: Elaboración propia en base a salidas de campo e investigación realizadas en el sitio

3.1.3 Análisis de la Planta Turística

De momento la comuna San Alejo no posee una amplia planta turística, en la comuna se puede encontrar con lo siguiente; dos hoteles, dos

hostales y una cabaña que brinda el servicio de alojamiento los cuales en total da 54 plazas disponibles.

En las tablas N° 2 y 3 se describe la planta turística con la que actualmente cuenta la comuna San Alejo.

Tabla N° 3
Planta turística existente “Hotelería”

NOMBRE	DIRECCIÓN	PLAZAS	CATEGORÍA	FOTO
Hotel Chediak	Calle Octonorte – San Alejo	26	Cuarta categoría	 Fuente: https://www.google.com.ec/search?q=hotel+chediak+san+clemente
Hotel El Mirador	Calle Octonorte – San Alejo	10	Cuarta categoría	 Fuente: https://www.google.com.ec/search?q=hotel+el+mirador+de+san+jacinto
Hostal restaurante Sea Open	Calle Octonorte – San Alejo	5	Cuarta categoría	 Fuente: Tesistas
Hostal Ola Bella	Calle Octonorte – San Alejo	8	Cuarta categoría	 Fuente: Tesistas
Hostal Patricia	Calle Octonorte – San Alejo	5	Cuarta categoría	 Fuente: Tesistas

Fuente: Elaboración propia mediante investigación en el sitio

Tabla N° 4
Planta turística existente “Alimentos y Bebidas”

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	UBICACION	CAPACIDAD
RESTAURANTE PAOLA	PLAYA SAN ALEJO	12
BAR RESTAURANT LÓPEZ	PLAYA SAN ALEJO	20
DULCERÍA MARIALY	PLAYA SAN ALEJO	12
EL CORAZÓN DE LULA	PLAYA SAN ALEJO	30
RESTURANTE DON CUBA	PLAYA SAN ALEJO	16
BAR RK	PLAYA SAN ALEJO	12

Fuente: Elaboración propia mediante investigación en el sitio

3.1.3.1 Competidores

En la comuna San Alejo y pueblos aledaños como San Jacinto y San Clemente, no existe una extensa planta hotelera por lo que el hostel Ola Bella cuenta con 8 competidores que realizan el mismo tipo de actividad turística, cabe recalcar que para realizar el siguiente cuadro de competidores se ha tomado en cuenta solamente los hostales que poseen registro municipal, existen 5 hostales más pero no cuentan con este registro por lo que no se los considero en el detalle como competidores, ver **tabla n°5** en anexos.

3.1.3.2 Sustitutos

Entre los sustitutos que se encontró en la comuna San Alejo, San Jacinto y San Clemente existen hoteles, cabañas, residencias y hosterías para detallar esta información se elaboró una tabla (Tabla n°6) que se la podrá ver en anexos.

3.1.3.3 Complementarios

Dentro de San Alejo, San Jacinto y San Clemente existen servicios complementarios como bares, discoteca, restaurantes que se mencionaran continuación, cabe recalcar que no todos trabajan de manera regular, ya que algunos cierran esporádicamente, en nuestras visitas por el lugar pudimos visualizar que solo un restaurante laboraba regularmente: el restaurante San Jacinto; todos los restaurantes de la zona se caracterizan por la comida típica que comercializan, ver tabla n°7 de complementarios en anexos al igual que el mapa n°1 donde se ubica competidores, sustitutos y complementarios.

3.1.4 Análisis de la demanda turística

El objetivo del Hostal “Ola Bella” es captar a los turistas que visitan la zona de playa que comprende desde San Jacinto – San Alejo – San Clemente con una oferta original incluyendo servicios que solo se ofrecen en

decidido emplear la técnica de la encuestas por referencias académicas, puesto que se consideró el más idóneo y completo para determinar el perfil del visitante.

Esta encuesta está compuesta por 22 preguntas abiertas y cerradas asociadas con el uso directo que le dan al Hostal Ola Bella, la calidad del servicio y la percepción que tiene el visitante acerca del lugar. Se tomó como referencia una muestra de la población para obtener información más específica de las personas encuestadas.

Para la determinar el número de encuestas que se desarrollan en la presente investigación, se hizo uso de la siguiente fórmula matemática para población infinita.

Tamaño de la población infinita

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{p \cdot q}{i^2}$$

n = tamaño muestral

N = tamaño de la población

Z = valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$ y 2,58 para $\alpha = 0,01$.

p = prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable ($p=0,5$), que hace mayor el tamaño muestral.

q = $1-p$ (Si $p=30\%$, $q=70\%$)

i = Error que se prevé cometer.

Z = Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$ y 2,58 para $\alpha = 0,01$.

p = 0.5

q = $1-p$ (Si $p=30\%$, $q=70\%$)

i = 0.10

A continuación se muestra el cálculo para obtener el tamaño muestral:

Variable dicotómica

			z 1,96 ($\alpha=0,05$) 2,58 ($\alpha=0,01$)
			2,58
	Tamaño muestral		p (frecuencia esperada del parámetro)
	166		0,5
			i (error que se prevee cometer)
			0,1

Luego de haber sido sometida a la fórmula de determinación de la muestra, el resultado obtenido es una muestra de 166 personas, a quienes se aplicó la encuesta.

Las encuestas fueron realizadas los días viernes 1, sábado 2 y domingo 3 de Noviembre, viernes 27 y sábado 28 de Diciembre de 2013 en diferentes horarios, en las comunas de San Jacinto, San Alejo y San Clemente.

Resultado de las Encuestas

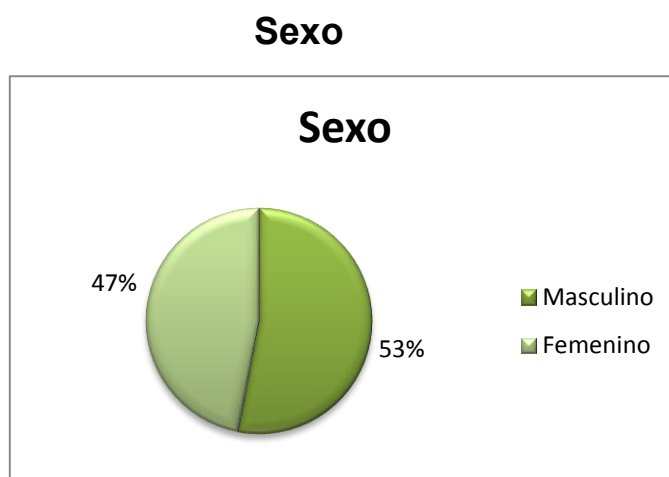
Los resultados de la aplicación de las 166 encuestas son los siguientes:

Sexo

1.- Masculino

2.- Femenino

Gráfico 1.



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

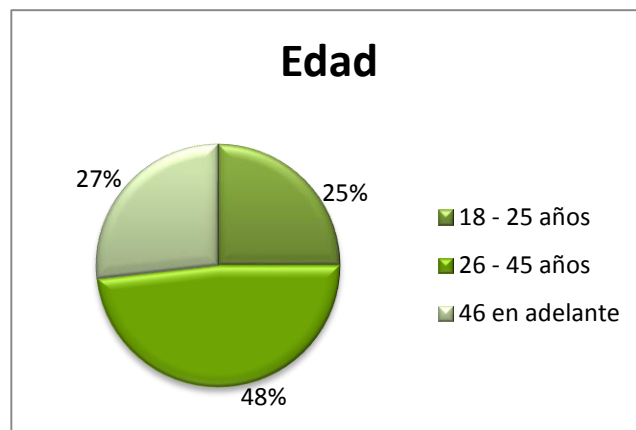
De la muestra levantada en las encuestas encontramos que el 53% son hombres y el 47% mujeres.

Edad

- 1.- entre 18 y 25
- 2.- entre 26 y 45
- 3.- 46 en adelante

Gráfico 2.

Edad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Entre los rangos de edad, como se muestra en el gráfico, podemos dar cuenta que el 48% tiene una edad entre 26 – 45 años, el 27% tiene una edad de 46 años en adelante y el 25% tiene una edad entre 18 – 25 años; por lo tanto se ha decidido que el producto debería enfocarse a personas adultas.

Lugar de Procedencia

1.- Bahía de Caráquez

2.-El Empalme

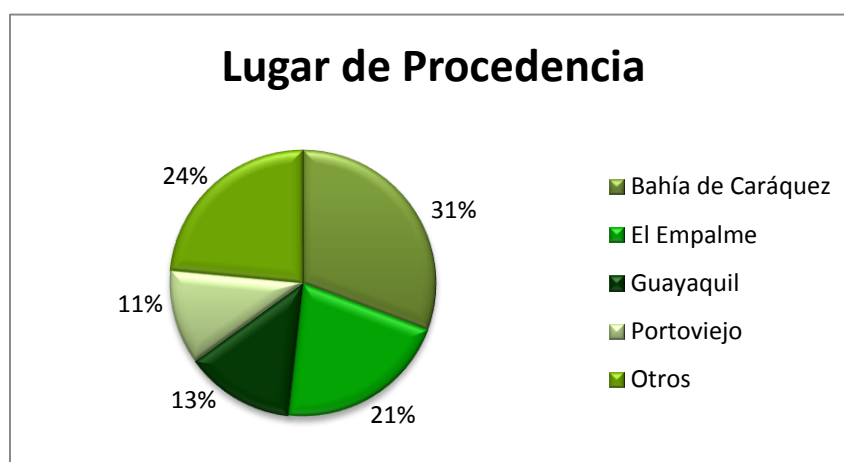
3.- Guayaquil

4.- Portoviejo

5.-Otros

Gráfico 3.

Lugar de Procedencia



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

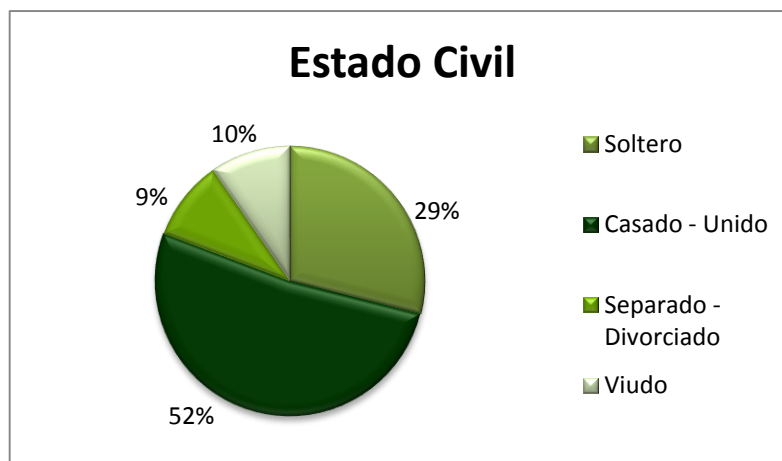
El 31 % de los encuestados pertenece a Bahía de Caráquez, el 24% pertenece a las demás ciudades tales como Rocafuerte, Quevedo, San Eloy, Quito que existen en nuestro país, el 21% pertenece al Empalme, el 13% a Guayaquil y el 11% a Portoviejo, la diferencia no es significativa por esto el producto iría dirigido a todas las ciudades de nuestro país.

Estado Civil

- 1.- Soltero
- 2.-Casado - Unido
- 3.-Separado - Divorciado
- 4.- Viudo

Gráfico 4.

Estado Civil



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Como se observa en el gráfico, un 52% de nuestros encuestados se encuentran casados –unión de hecho, siendo más de la mitad de la población sujeto de la encuesta, seguido de este valor encontramos al estado civil soltero con 29%.

Ocupación

- 1.- Estudiante
- 2.-Negocio Propio
- 3.-Profesional
- 4.- Ama de casa
- 5.- Otro

Gráfico 5

Ocupación



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

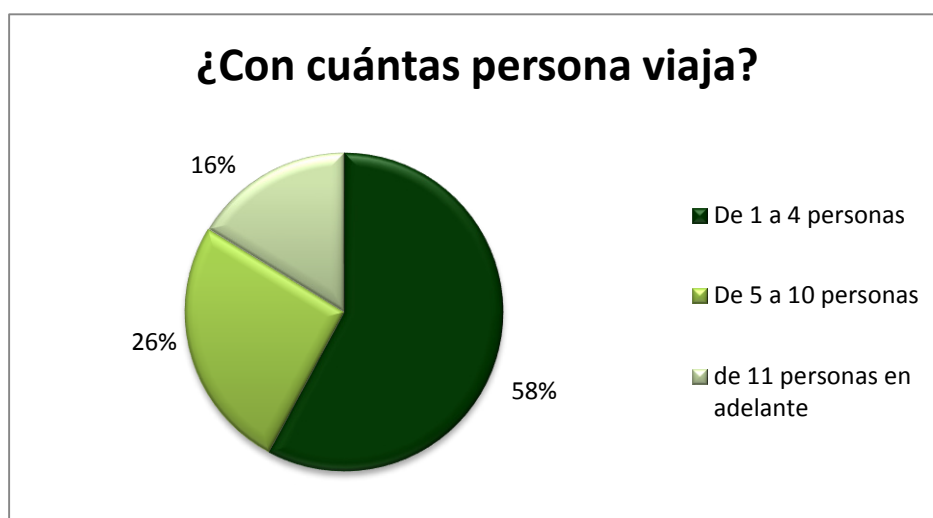
En el gráfico se puede observar que el 29% de la población encuestada es profesional, el 24% poseen negocio propio, el 19% son estudiantes, el 16% representado como otros son los diversos grupos de jubilados que visitan este balneario, y para finalizar el 12% son amas de casa.

Número de las personas con las que viaja

- 1.- De 1 a 4 personas
- 2.-De 5 a 10 personas
- 3.-De 11 personas en adelante

Gráfico 6.

Número de las personas con las que viaja



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según el grafico el 58% de los encuestados viaja acompañado de 1 a 4 personas, el 26% viaja acompañado de 5 a 10 personas y el 16% restante viaja con 11 o más personas.

Cuantos días viene o vino

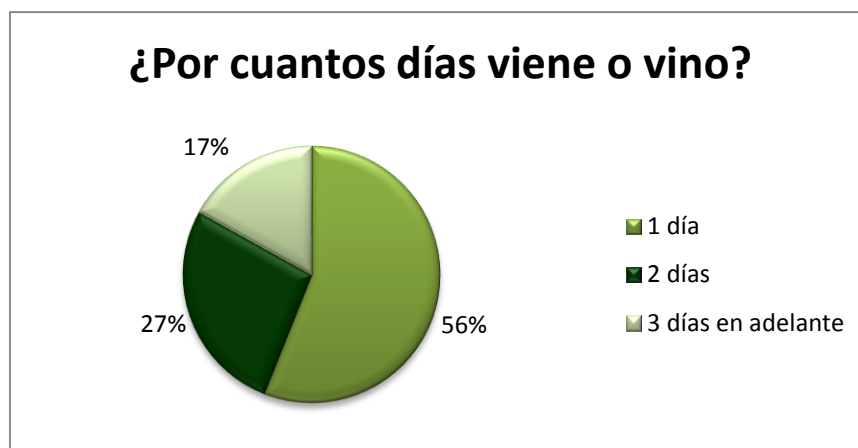
1.- 1 día = 93

2.- 2 días = 45

3.- 3 días en adelante = 28

Gráfico 7.

Estancia



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 56% de las personas encuestadas visita este lugar por un día, existe un 27% de solo lo visitan por dos días y el 17% de las personas lo visita tres días.

Con qué frecuencia viene a este destino

- 1.- 1 vez al año
- 2.- 2 veces al año
- 3.- Más de 3 veces al año

Gráfico 8.
Con qué frecuencia viene a este destino



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

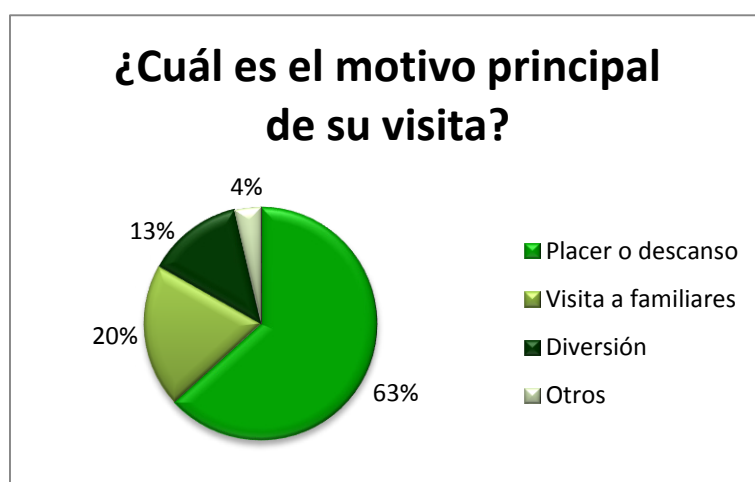
Un 46% visita este destino cada año, un 34% dos veces por año y el 20% lo visita más de tres veces por año.

Motivo principal de su visita

- 1.- Placer o descanso
- 2.-Visita a familiares
- 3.- Diversión
- 4.- Otros

Gráfico 9.

Motivo principal de su visita



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

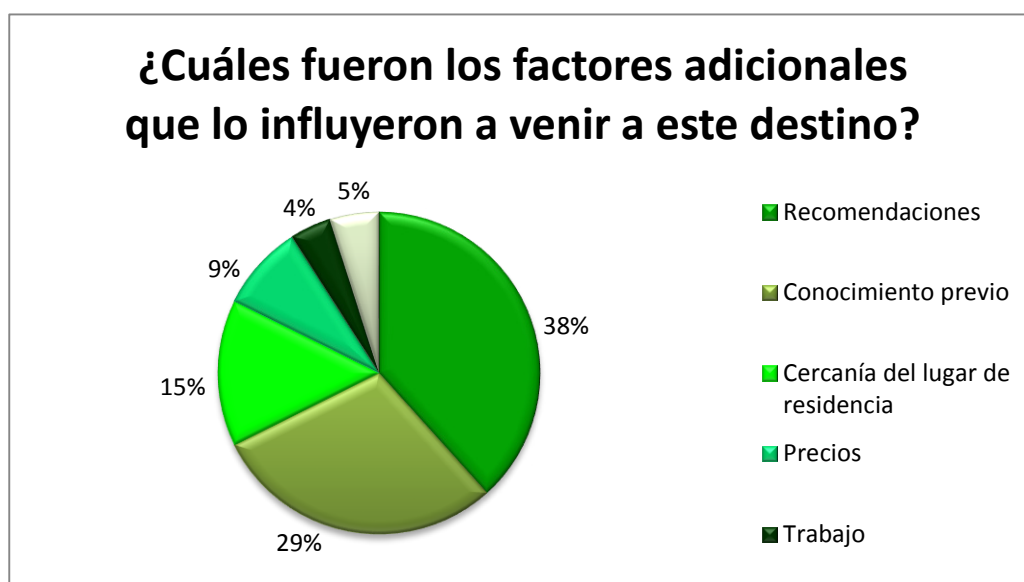
Un 63% de personas encuestadas visita este lugar por placer o descanso y el 20% viene a visitar a sus familiares, el 13% viene a divertirse y el 4% restante viene por diversos motivos como fiestas religiosas o festivales gastronómicos.

Factores adicionales que lo influyeron a venir a este destino

- 1.- Recomendaciones
- 2.-Conocimiento previo
- 3.-Cercanía del lugar de residencia
- 4.- Precios
- 5.- Trabajo

Gráfico 10.

Factores adicionales que lo influyeron a venir a este destino



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Un 38% de los encuestados llegó a este sitio por las recomendaciones, el 29% siguiente por conocimiento previo del lugar, el 15% por visita a sus familiares.

Cómo supo del destino

- 1.- Publicidad
- 2.-Internet
- 3.- Amistades
- 4.- Agencia de viaje

Gráfico11.

Cómo supo del destino



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

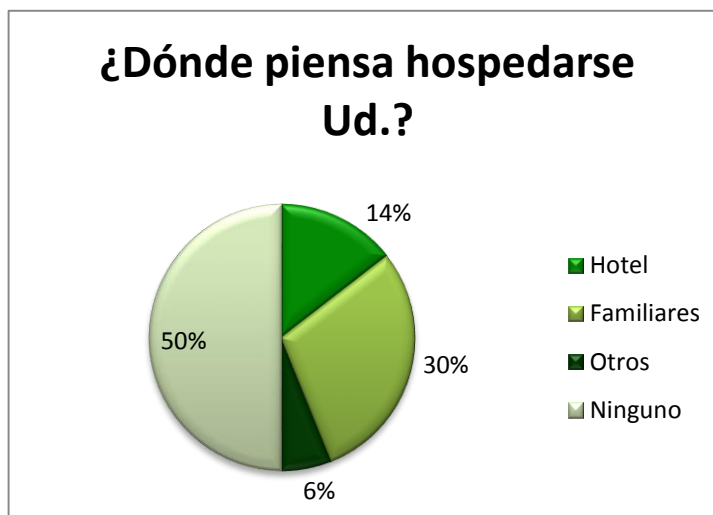
Para el 93% de nuestros encuestados el lugar fue recomendado por amistades, el 4% lo visitaron por publicidad, el 2% lo conoció mediante las agencias de viaje y solo el 1% lo supo por Internet.

Dónde piensa hospedarse

- 1.- Hotel
- 2.- Familiares
- 3.- Otros
- 4.- Ninguno

Gráfico12.

Dónde piensa hospedarse



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 50% de los encuestados al ser excursionistas no requieren hospedaje, el 30% se hospedaron en casa de familiares, el 14% piensan quedarse en hoteles del sector y finalmente el 4% de los encuestados no sabía si se hospedaría en el sector o en ciudades aledañas.

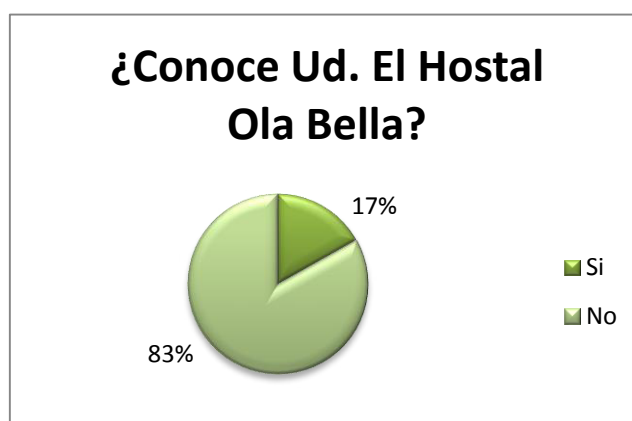
Conoce Ud. El Hostal Ola Bella

1.- Si

2.-No

Gráfico 13.

Conoce Ud. El Hostal Ola Bella



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

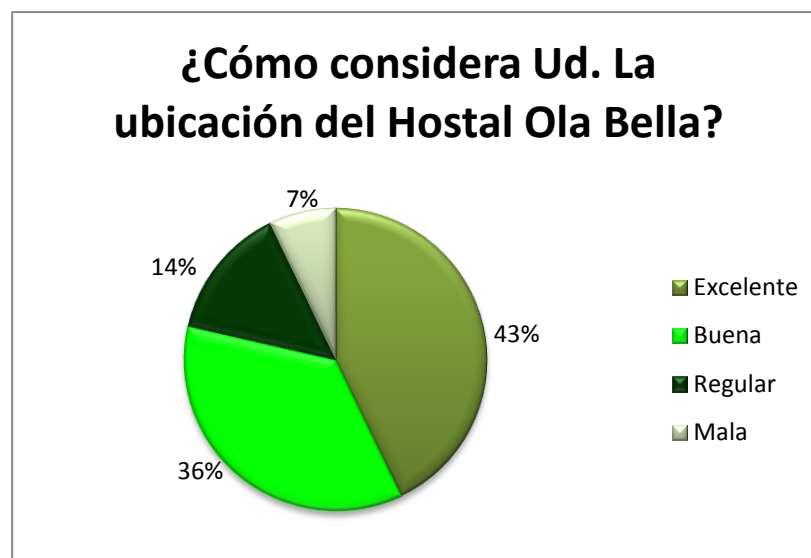
El 83% de las personas que fueron encuestadas desconocen la ubicación del Hostal Ola Bella y solo un 17% sabe dónde se encuentra.

Ubicación del Hostal Ola Bella

- 1.-Excelente
- 2.-Buena
- 3.- Regular
- 4.- Mala

Gráfico 14.

Ubicación del Hostal Ola Bella



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

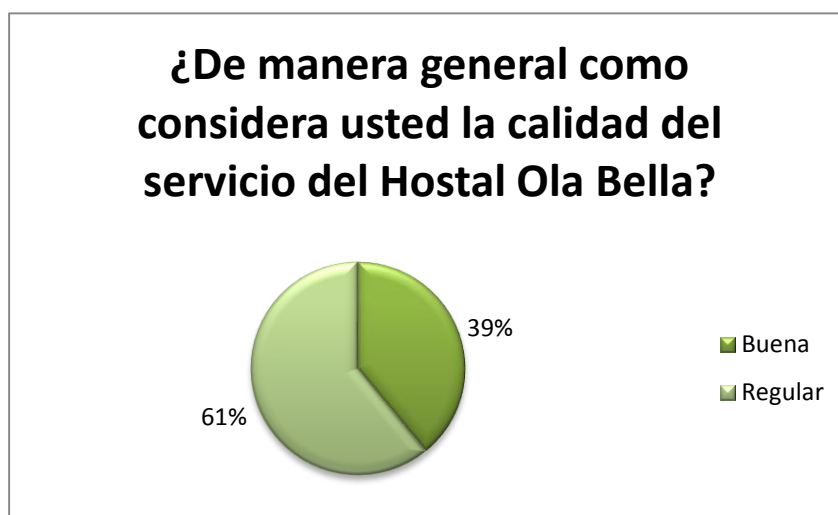
Para el 43% de nuestros encuestados, la ubicación del Hostal es excelente porque se encuentra frente al mar. Y en segundo lugar con el 36% de encuestas realizadas nos dice que es buena.

Como considera usted la calidad del servicio del Hostal Ola Bella

- 1.-Buena
- 2.-Regular

Gráfico 15.

Como considera usted la calidad del servicio del Hostal Ola Bella



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 61% de las personas encuestadas consideran que la calidad del Hostal Ola Bella es regular y el 39% nos dice que es buena.

Tarifa del Hostal Ola Bella

1.-Muy alta

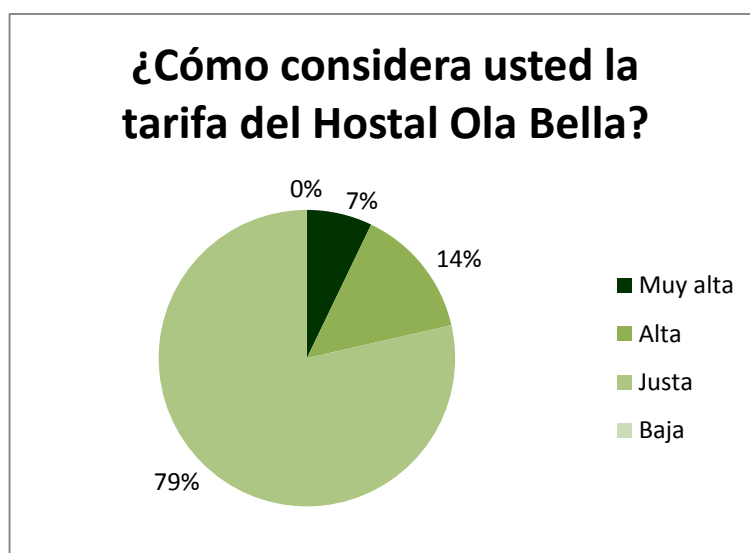
2.-Alta

3.- Justa

4.- Baja

Gráfico16.

Tarifa del Hostal Ola Bella



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

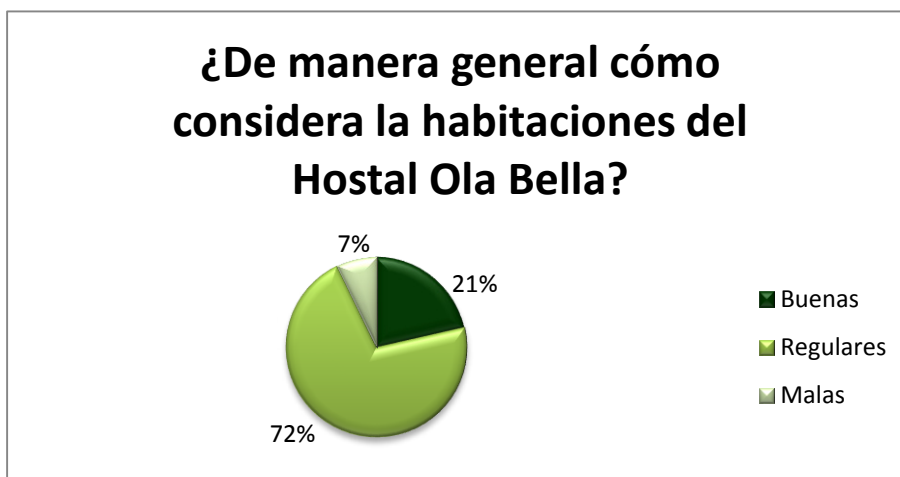
Para el 79% de los encuestados manifestaron que la tarifa es justa, el 14% que es alta y una minoría del 7% que es muy alta; en general los encuestados consideran que es justa.

Habitaciones del Hostal Ola Bella

- 1.-Buena
- 2.-Regular
- 3.- Mala

Gráfico 17.

Habitaciones del Hostal Ola Bella



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

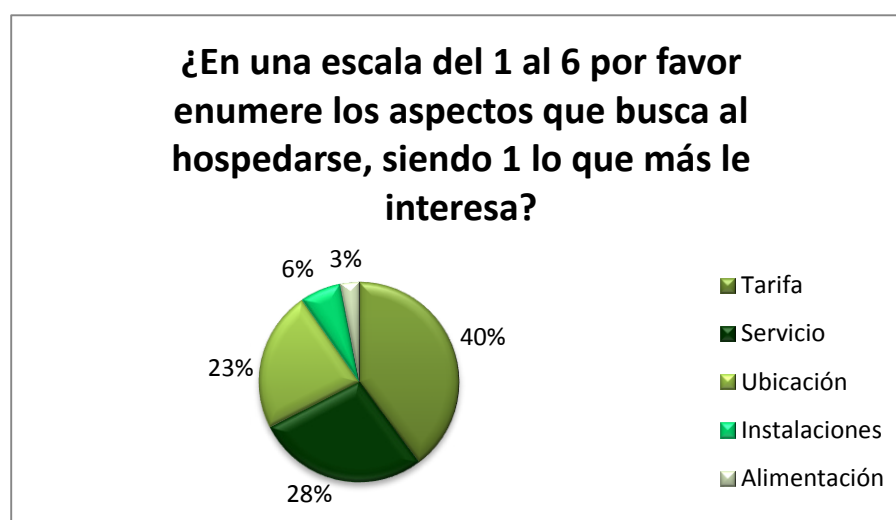
Del 72% de los encuestados respondió que las habitaciones son regulares, el 21% que se encuentran en buen estado y un 7% que las habitaciones del Hostal están en malas condiciones, de manera general las habitaciones son regulares.

Aspectos que busca al hospedarse

- 1.-Tarifa
- 2.-Servicio
- 3.- Ubicación
- 4.- Instalaciones
- 5.- Alimentación

Gráfico 18.

Aspectos que busca al hospedarse



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

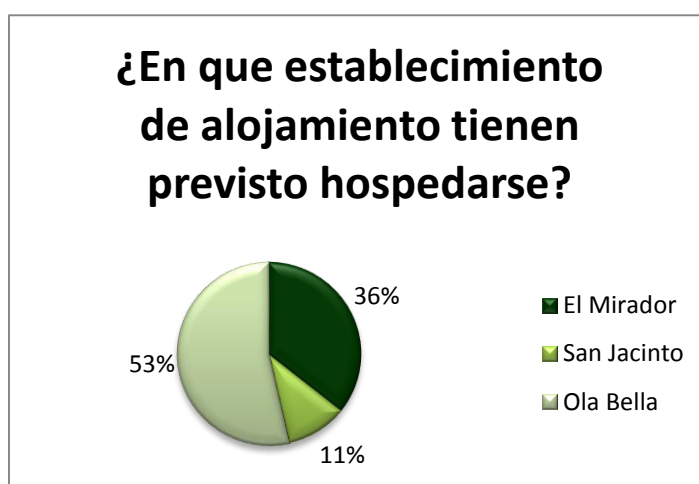
De las personas encuestadas el 40% nos mencionó que la tarifa es lo primero que ellos ven al momento de comprar una habitación, el 28% nos mencionó que el servicio que les brinda es lo primordial, para el 23% la ubicación es lo más importante, las instalaciones para el 6% y para el 3% la alimentación.

Dónde se hospedará

- 1.-El Mirador
- 2.-San Jacinto
- 3.- Ola Bella

Gráfico 19.

Donde se hospedará



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 53% de las personas que fueron encuestadas se hospedarán el hostel Ola Bella, el 36% en el hotel el Mirador y el 11% restante en el Hotel San Jacinto.

¿Por qué eligió ese hotel?

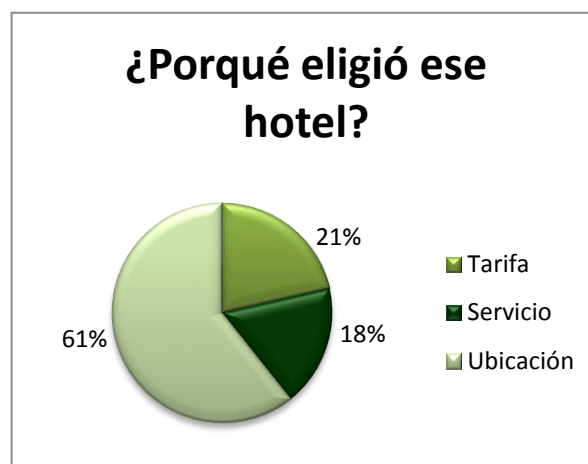
1.-Tarifa

2.-Servicio

3.- Ubicación

Gráfico 20.

¿Por qué eligió ese hotel?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

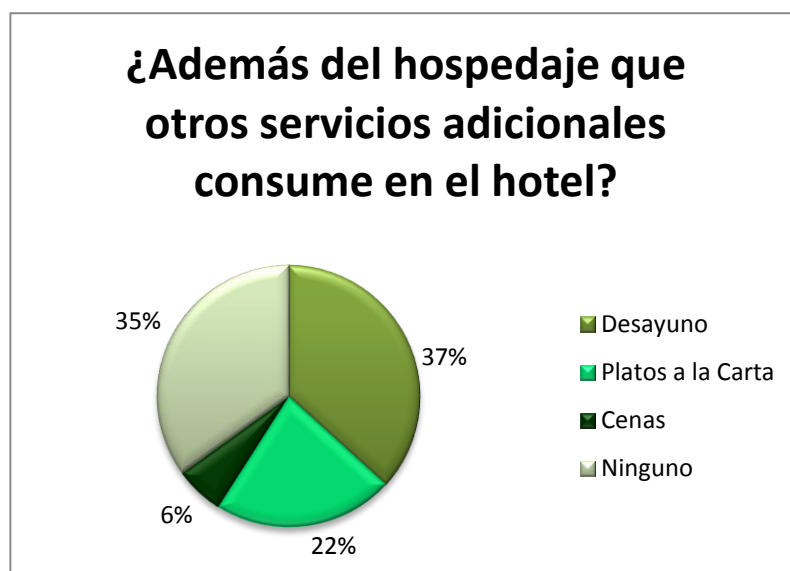
El 61% de los encuestados eligió el Hostal Ola Bella por la ubicación, el 21% por la tarifa y una minoría del 18 % por el servicio que se les brindará en éste.

Servicios adicionales

- 1.-Desayuno
- 2.-Platos a la carta
- 3.- Cenas
- 4.-Ninguno

Gráfico 21.

Servicios adicionales



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 37% de los encuestados consume desayuno, el 35% de las personas que fueron encuestadas no consume ningún servicio adicional, el 22% platos a la carta y una minoría del 6% cenas; De manera general los desayunos y los platos a la carta son los servicios adicionales de mayor consumo de los huéspedes.

Cuánto pagaría por el hospedaje

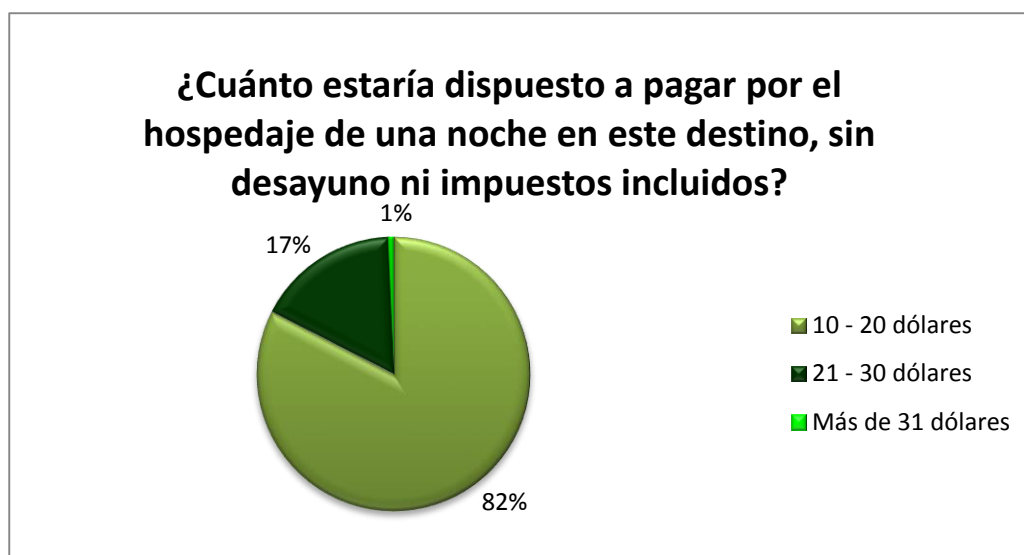
1.-10 – 20 dólares

2.-21 – 30 dólares

3.- Más de 31 dólares

Gráfico 22.

Cuánto pagaría por el hospedaje



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 82% de los encuestados manifestaron que pagarían entre \$10 - \$20, el 17% entre \$21 - \$30 y un minoritario 1% pagaría de \$31 en adelante; en general los encuestados consideran que la tarifa de un hospedaje como máximo alcanzaría los \$20.

3.1.5 Análisis estratégico del Negocio

HOSTAL OLA BELLA			
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Se encuentra ubicado estratégicamente frente a la playa de San Alejo.	La situación política del país parece no afectar en la economía interna del hotel.	No cuenta con una filosofía organizacional formal (visión, misión, objetivos y políticas)	Incremento de nuevos competidores en el sector hotelero
Ofrece habitaciones con un toque oriental.	Cada año se congregan muchos turistas por las fiestas de la Virgen	Cuenta con un personal limitado debido a razones económicas por remodelación del hostel.	Al ser San Alejo una comuna pequeña no existe una correcta señalización para el fácil acceso al lugar de manera particular.
		Sueldos bajos y por lo tanto existe desmotivación por parte del personal	
La mayoría de las habitaciones tienen vista al mar	Mayor tendencia al turismo interno debido al buen estado de las carreteras	No cuenta con personal calificado para el buen funcionamiento del hostel	Presencia de medusas en la playa por temporadas que causan laceraciones en la piel a los bañistas
Cuenta con gastronomía oriental y por lo mismo se ofrece un producto diferenciado	No existen muchos competidores	No brinda capacitación a sus colaboradores	Demanda inclinada a hacer excursiones y no pernoctar.
Implementación de nuevas habitaciones y servicios.		Falta de posicionamiento en el mercado	
		No cuenta con servicio de restaurante fijo, ni tiene variedad en el menú	
		El hostel no posee parqueadero privado dentro de sus instalaciones para los clientes	

Fuente: Elaboración propia

3.2 EVALUACIÓN TÉCNICA DEL NEGOCIO

3.2.1 Tamaño y Localización

A continuación se detalla el plano del hostel que está dividido en 3 plantas, una baja y dos altas.

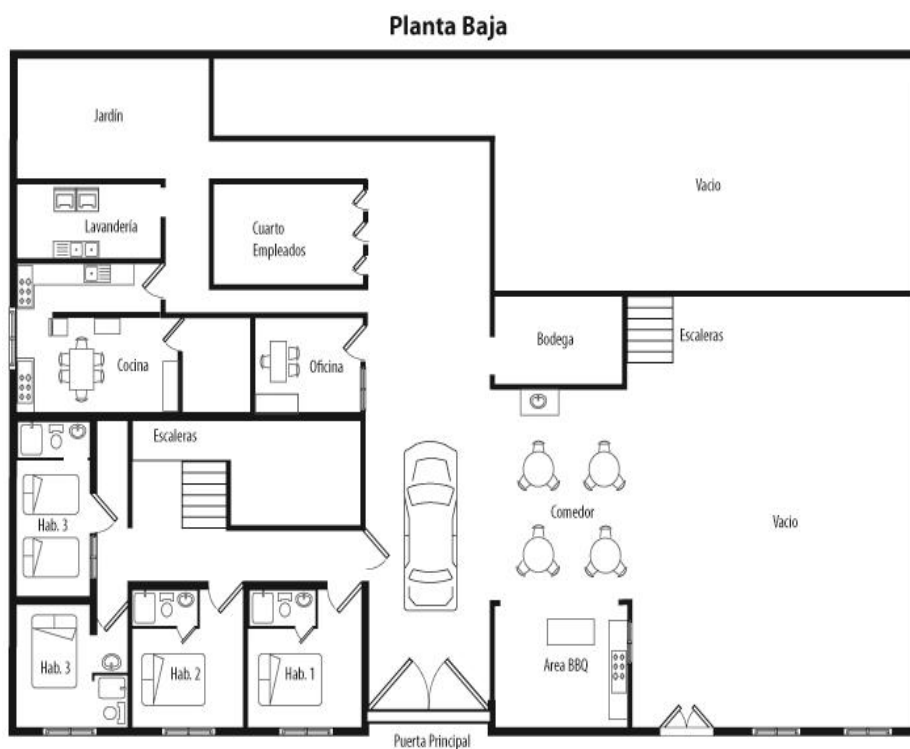
Tamaño

El hostel Ola Bella tiene las siguientes dimensiones:

Ancho: 30,56 metros

Largo: 31,50 metros

Plano N° 1 - Planta Baja



Área del terreno: 30,56 mts de ancho x 31,50 mts de largo

Fuente: Elaborado por Lcdo. Camilo Guamán

Habitación 1: 3.56 ancho x 5.82 largo

Habitación 2: 3.56 ancho x 5.82 largo

Habitación 3: 3.56 ancho x 5.82 largo

Cuadro vacío: 3.35 ancho x 5.82 largo

Desde la escalera hasta pared: 4.86 ancho x 5.82 largo

Cocina: 3.72 ancho x 6.63 largo

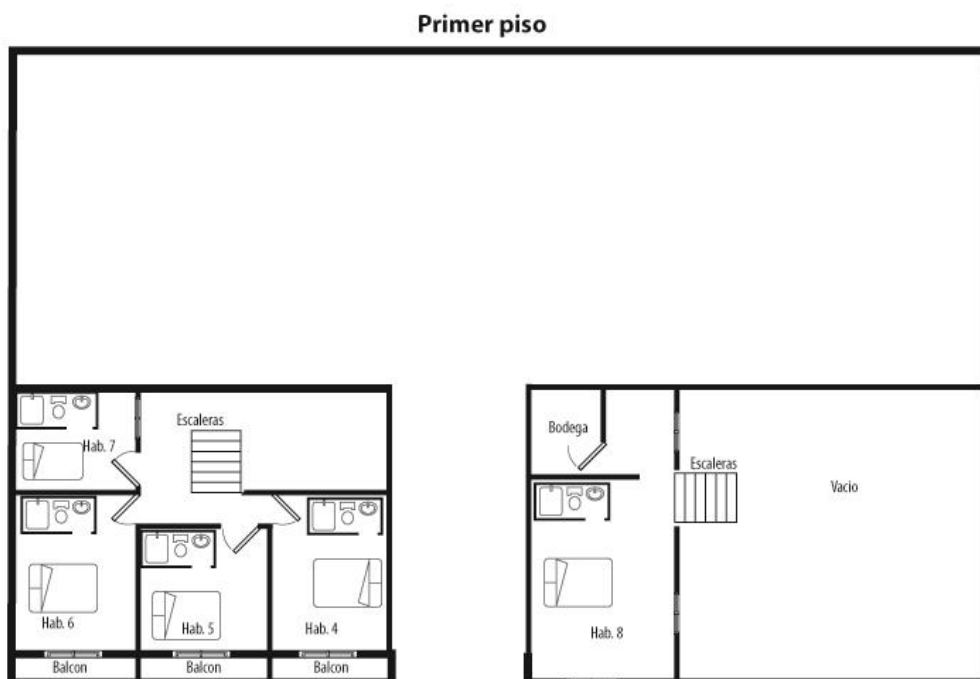
Baño de cocina: 1.18 ancho x .39 largo

Oficina: 6.96 ancho x 1.75 largo

Jardín: 4.67 ancho x 9.80 largo

Pasillo de entrada: 5.50 ancho x 22.68 largo

Plano N° 2 - Primer Piso



Fuente: Elaborado por Lcdo. Camilo Guamán

Habitación 4: 5.60 ancho x 5.19 largo

Habitación 5: 5.60 ancho x 4.60 largo

Habitación 6: 5.60 ancho x 5.19 largo

Habitación 7: 5.00 ancho x 4.19 largo

Habitación 8: 5.00 ancho x 7.20 largo

Bodega: 2.00 ancho x 2.00 largo

Plano N° 3 - Segundo Piso



Fuente: Elaborado por Lcdo. Camilo Guamán

Habitación 8: 6.20 ancho x 7.20 largo

Localización

El Hostal Ola Bella se encuentra en la primera línea de playa en San Alejo- Manabí – Ecuador tiene una excelente ubicación por encontrarse frente al mar y con una extensa zona de playa donde los turistas pueden disfrutar de las maravillas climáticas y las olas de la playa de San Alejo.

3.2.2 Evaluación de actividades y servicios que se prestan

Podemos encontrar solo servicios de Alojamiento y de Alimentos & Bebidas

Tabla N° 8

Servicios que ofrece el Hostal Ola Bella

SERVICIOS	
ALOJAMIENTO	
	Habitación Simple
	Habitaciones Dobles
	Habitaciones Triples
	Habitaciones Cuádruples
	Habitaciones para 8 personas
ALIMENTACION	
	Ceviche de Camarón
	Ceviche de Pescado
	Camarón Apanado
	Arroz Marinero
	Pescado Apanado

Fuente: Elaborado por tesistas mediante proceso investigativo en el sitio.

3.2.3 Características de las instalaciones turísticas

La infraestructura del Hostal Ola Bella posee un estilo oriental ya que el dueño es taiwanés y esto hace que sea diferente del resto de hostales y hoteles que existen alrededor de este.

Tabla N° 9

Instalaciones turísticas existentes

INFRAESTRUCTURA	FOTO	OBSERVACION
COCINA		Es una cocina tipo familiar donde se puede pasar un momento grato junto a las personas que uno quiere.
LAVANDERÍA		La pueden utilizar cuando la necesiten, está a disposición de los huéspedes y no tiene costo.

Fuente: Elaborado por tesistas mediante proceso investigativo en el sitio.

3.2.4 Descripción del equipamiento actual

El Hostal Ola Bella cuenta con el siguiente equipamiento:

- Camas
- Cocinas
- Refrigeradoras
- Toallas
- Sábanas

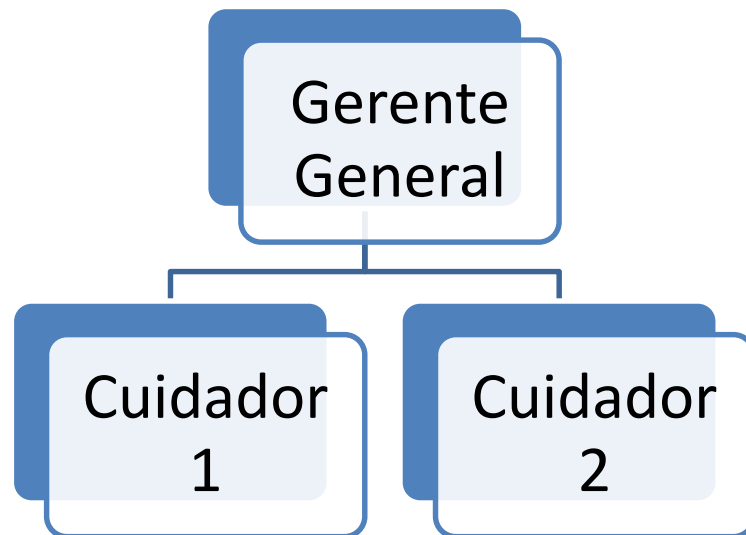
- Platos
- Vasos y copas
- Cubiertos y cucharas
- Almohadas
- Focos
- Puertas
- Baños
- Cilindros de gas
- Sillas
- Cortinas
- Televisor
- Computadoras
- Ventilador y acondicionadores de aire
- Lavadora
- Colchones

Para una visualización más detallada ver en anexos la tabla n° 10, llamada equipamiento existente.

3.2.5 Evaluación de gestión de recurso humano

Hostal Ola bella cuenta con 2 empleados de sexo masculino cada uno trabaja 8 horas al días.

3.2.5.1 Organigrama y funciones



Funciones

Gerente General:

- Su responsabilidad es administrar el hotel.
- Tomar decisiones en aspectos financieras como logísticos.
- Encargado de hacer los pagos de sueldo del personal.

Cuidador:

- Encargado de recibir a los huéspedes.
- Hacer la limpieza de las habitaciones y del hostel en general.

- Atender los requerimientos de los huéspedes.
- Hacer inventario de los que se necesita en el hostel.
- Realizar los pagos de luz, agua, teléfono, internet.

3.2.5.2 Remuneración e incentivos

En cuanto a remuneración a cada cuidador se les paga el sueldo básico que es de 340 dólares y no se encuentran afiliados al seguro social.

3.3 EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL NEGOCIO

3.3.1 Acciones de comercialización

Turista llegan al hostel por recomendación, otros por la tarifa; no cuenta con acciones de comercialización.

3.3.2 Acciones de promoción

No cuenta con acciones de promoción

3.4 ASPECTOS FINANCIEROS

3.4.1 Ingresos

Para explicar los ingresos que ha tenido el hostel en el periodo 2008 - 2013 hemos realizado un cuadro n° 1 que se podrá encontrar en anexos.

El cuadro nos muestran los ingresos desde el año 2008 que empezó a funcionar el negocio hasta el año 2013 que se tomó como referencia para determinar cuánto ha ido creciendo el negocio año a año.

En el año 2008 el negocio empezó su operación en el mes marzo, desde ahí se tomaron los meses para el 2008, con un incremento anual del 10% y una inflación del 8,83%.

Para el año 2009 tuvo un incremento anual del 15% y una inflación del 4,31%.

Para el año 2010 tuvo un incremento anual del 20% y una inflación del 3,33%.

Para el año 2011 tuvo un incremento anual del 15% y una inflación del 5,41%.

En el año 2012 tuvo también un incremento del 15% y una inflación del 4,16%.

En el último año podemos apreciar cómo está la situación actual del hostel Ola Bella en cuanto a los ingresos.

3.4.2 Costos

El cuadro n° 2 de costos se lo podrá encontrar en anexos.

El cuadro de costos nos muestra como la empresa ha trabajado desde que el hostel abrió sus puertas al público en el 2008 y cada año por la inflación han ido incrementando sus costos, se ha analizado hasta el año 2013.

3.4.3 Inversiones

Según los datos que obtuvimos por parte del propietario del Hostel Ola Bella ellos compraron el terreno e hicieron todas las remodelaciones con una inversión de \$ 45.000,00 con ese dinero adecuaron habitaciones e implementaron todo para que el hostel a principios del 2008 esté listo para los turistas, en la actualidad el dueño ha ido remodelándolo poco a poco el Hostel.

3.4.4 Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro N° 3

Pérdidas y Ganancias 2008 – 2013

CONCEPTOS	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
Ingresos	\$6,953.52	\$8,474.43	\$10,418.97	\$13,472.34	\$16,756.33	\$20,569.00
Costos Variables	\$912.56	\$1,112.16	\$1,367.35	\$1,768.07	\$2,199.05	\$2,699.41
Margen de Contribución	\$6,040.96	\$7,362.27	\$9,051.62	\$11,704.27	\$14,557.28	\$17,869.59
Gastos Fijos	\$12,681.37	\$13,723.31	\$14,238.26	\$14,685.14	\$15,434.76	\$17,094.12
Pérdida Neta	-\$6,640.41	-\$6,361.04	-\$5,186.64	-\$2,980.86	-\$877.48	\$775.47

Fuente: Elaboracion propia

A continuación el siguiente cuadro N° 3 nos muestra en qué situación se encuentra la empresa desde que empezó hasta la actualidad.

En base a todo lo analizado y cómo podemos observar en el cuadro N° 3 se puede determinar que el negocio ha generado pérdidas desde que abrió sus puertas al público en el año 2008 sus ingresos fueron menos que sus costos y se refleja en el estado de pérdidas y ganancias y esto ha ido generando que en los años siguientes pase lo mismo, en el año 2013 tiene una pequeña ganancia pero no es suficiente para los gastos que genera.

Se llegó a la conclusión que esta empresa no cuenta con suficientes empleados, además ellos no llevan un balance ni libros donde se pueda encontrar el estado mensual de las personas que ingresan al hostal, que las habitaciones no se encuentran en buen estado y que no existe publicidad alguna y sí no se busca una solución rápida a este problema la empresa va a terminar en la quiebra total.

En conclusión según lo analizado se ha decidido que se debe implementar un plan de negocios para potenciar el Hostal, es por ello que en el siguiente capítulo 4 se ha implementado estrategias de marketing, de relaciones públicas, de operaciones y financieras para mejorar la situación actual en la que se encuentra el hostal.

CAPITULO 4

PROPUESTA PARA POTENCIAR EL NEGOCIO

4.1 ACCIONES DE MEJORA Y PLANEACION DE ACTIVIDADES

Considerando que es fundamental desarrollar una planificación estratégica que nos oriente hacia una meta a continuación se detallan los principales elementos de la planificación

4.1.1 Misión

Somos un hostel que ofrece servicio de calidad, a través de la mejora continua, para poder lograr reconocimiento, satisfacer las necesidades de nuestros clientes, generando valor y beneficios a nuestros trabajadores.

4.1.2 Visión.

Ser reconocidos en 5 años en San Jacinto, San Alejo y San Clemente como el principal negocio de alojamiento por la competitividad y calidad en el servicio ya que contamos con un personal calificado y clientes satisfechos.

4.1.3 Objetivos

- Garantizar un servicio o atención al cliente de calidad por parte de nuestro personal.
- Establecer un modelo de gestión con administración eficiente y profesional.
- Generar un ambiente confortable para nuestro personal.

4.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Estrategias de productos:

Contratar personal adecuado

Para iniciar los cambios ante esta propuesta creemos que es necesario contar con personal calificado para algunas funciones en el hostel ya que en la actualidad el hostel carece de personal con conocimientos en hotelería.

Al ser este un hostel pequeño y tener pocos servicios en la actualidad que ofrecer es necesario contratar un administrador, una ama de

llaves que hará también de recepcionista y contratar servicios particulares de contabilidad para que maneje las finanzas del hostel.

Si con el paso del tiempo el hostel crece ya sea implementando más servicios o habitaciones se deberá contratar más personal con la finalidad de brindar un buen servicio para todos los huéspedes del hostel.

Brindar capacitación al personal

En la hotelería los servicios son considerados intangibles por lo que depende mucho del talento humano que se tiene en un establecimiento hotelero para poder ser vendidos, si el personal que poseemos es de calidad automáticamente los productos también lo serán por lo que el personal deberá siempre estar informado de los productos que la empresa posee y saber venderlos para poder captar a futuros cliente y fidelizar a los que ya tenemos.

- La metodología de enseñanza que se propone es la de distribuir material informativo relacionado con atención al cliente y verificar la lectura a través de cuestionarios y un sistema de recompensas.
- Dar charlas por parte del gerente para motivarlos en sus deberes y refrescar los procesos internos.
- Realizar reuniones semanales en donde el personal exprese sus ideas y así poder retroalimentarse.

- Una vez al año enviar al personal a seminarios para que se instruya acorde a su área de trabajo.

Desarrollar un manual de procesos internos del hostel

Realizar un manual en donde indique los procesos de cada área en hostel, para tener un mejor funcionamiento y poder controlar con eficacia cada una de las áreas.

Remodelación de las habitaciones

Al mencionar este punto no nos referimos a rehacer el diseño de las habitaciones sino más bien en cambiar ciertos implementos que ya cumplieron su ciclo de vida útil como por ejemplo, cambiar las cortinas, poner puertas a los baños, cambiar las camas por nuevas, y para finalizar agregar nuevas camas en habitaciones grandes ya que en la actualidad existen solo colchones en el piso, además de la adquisición de sabanas y cubre camas para sustituir a los que actualmente existen.

El total de implementos seria aproximadamente 12 camas, 6 puertas, 36 cortinas y 40 juegos de sabana y cubrecamas.

Establecer proveedores

El hostel hasta el momento solo cuenta con un proveedor de servicios fijo que es la empresa Claro, proveedor de internet, pero para la

presente propuesta queremos establecer proveedores únicos para que nuestros insumos sean estándares y por ende tenga una calidad unificada a continuación, enlistaremos los proveedores propuestos:

Tabla N° 11
Áreas y Proveedores

Áreas	Proveedor
Alimentos y bebidas: Carnes y Mariscos , Verduras y vegetales, Frutas, Bebidas	• Compañía Coca Cola • Mi comisariato • Mercado del pueblo San Jacinto
Insumos de Habitación Amenities, Sábanas, Cubre camas	• Tejidos pin-tex s.a. • Gran Aki
Servicios Complementarios Internet	• Claro

Fuente: Elaboracion propia

Mantener el nombre y cambiar el logotipo

Desde que inicio el hostel se ha llamado Ola bella y se consideró que el nombre se debería mantener, ya que aunque el hostel posee pocos clientes y no se quiere causar confusión al cambiar el nombre, además el nombre le queda muy bien ya que el hostel está ubicado frente al mar y se pueden apreciar bellas olas, por otra parte el logotipo si debería cambiar porque las tendencias cambian constantemente, y desde un inicio, el

logotipo ha sido el mismo y con todos los cambios que se proponen hacer, se consideró que este también debería ser cambiado acorde a las tendencias actuales, para que todos estos cambios se vean reflejados desde el logotipo.

A continuación se propone el siguiente logotipo.

Logotipo N° 1

Imagen corporativa del hostel



Fuente: <http://www.freelogoservices.com/es/user/login?destination=checkout/22624226>

Crear marca y logotipo de restaurante

En la actualidad el restaurante no posee un logotipo ni marca propia por lo que se considera desarrollarlo, ya que la gastronomía del mismo es única en el sitio y esto debe verse reflejado en la marca y logotipo para atraer a potenciales clientes, y fidelizar a los existentes.

La idea del restaurante a desarrollar nace de la habilidad y gusto del propietario de origen oriental por la cocina taiwanesa y japonesa, es importante mencionar que el restaurant existe pero no opera con regularidad debido a que no se lo ha promocionado ni desarrollado como es debido.

El nombre que proponemos para el restaurant del hostel es **Ola bella Fussion Restaurant** será un restaurant temático, con apariencia oriental y playero rustico, contara con platillos orientales y típicos de la zona.

Logotipo N° 2

Imagen corporativa del restaurant del hostel



Fuente: <http://www.freelogoservices.com/es/user/login?destination=checkout/22624226>

Estandarizar el menú de la carta

El menú de la carta es parte del desarrollo del restaurant, para poder mostrar la variedad de platillos, costos y cómo lucirán y que los clientes en su próxima visita tengan la certeza de encontrar su platillo favorito.

En la carta constaran platillos típicos de la zona y orientales, los platillos que irán en la carta serian con siguientes:



Sushi



ChopSu Marinero



Ceviche de Langosta



Sopa Oriental



Langostinos a la Parrilla



Ceviche de Camarón



Sashimi



Pescado Frito



Arroz con Camarón

Dar apertura a clientes que no son considerados huéspedes para que consuman en el restaurante

En la actualidad el propietario tiene limitado el servicio de restauración ya que solo ofrece sus platos de comida a los huéspedes del

hostal, en el presente documento proponemos que se externalice este servicio ya que, en el turismo de playa existe estacionalidad y en temporada baja no existe mucha ocupación podría ayudar a la economía del hostal si este servicio se externaliza, adicionalmente en el destino hay excursionistas que podría ser clientes potenciales.

Creación de áreas verdes y recreativas en el hostal

Se considera son importantes las áreas verdes y recreativas al momento que el cliente decide dónde hospedarse, y el hostal en la actualidad carece de áreas recreativas y posee muy pocas áreas verdes.

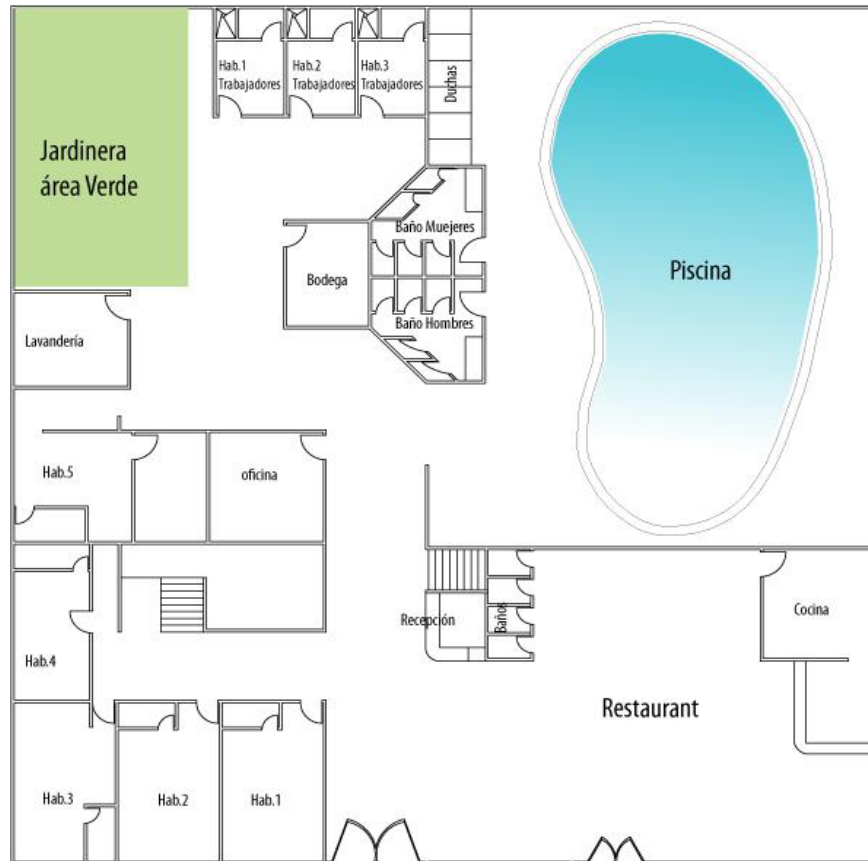
Al referirnos a áreas creativas hablamos de la implementación de dos piscinas, una piscina infinita en la planta alta para adultos, y otra piscina sencilla en la planta baja para niños a continuación les presentaremos de ejemplos:



Piscina Planta Baja

Plano # 4

Remodelación Planta baja



Fuente: Elaborado por la Ing. Leticia Corella.

El presente plano representa los cambios que se hará en el hostel haciendo hincapié en cuanto a áreas recreativas, podemos observar la implementación de una piscina, vestidores, duchas, área de recepción reubicamos el cuarto de empleados, las escaleras, así como también implementamos una nueva habitación en donde era antes la cocina, implementamos también un restaurante en la parte frontal del hostel en

donde antes era una área vacía y dentro del mismo hicimos una cocina, baños y área de comedor.

Se ha consultado con ingenieros y el presupuesto que se necesita para esta remodelación es el siguiente:

Piscina familiar en planta baja con duchas y vestidores: \$20.000

Creación de menú para el Restaurante

Es importante la creación del menú ya que debido a ello, los clientes estarán informados sobre los platos que se están ofertando en el hostal.

Remodelación de restaurant: \$15.000

Reubicación de cocina, implementación de nueva habitación y reubicación de escaleras: \$10.000

Estrategias de Precio:

Mantener el precio de las habitaciones

Mantener los precios de las habitaciones con el propósito de atraer y conservar a la clientela y estar acorde con los precios de acuerdo con la competencia.

Estandarizar los precios del restaurante.

Estandarizar los precios para atraer a nuestros huéspedes a que consuman dentro del establecimiento y estar acorde con los precios de la competencia

Estrategias de plaza:**Hacer convenios con agencias viaje para que se incluya al hostel Ola Bella en sus paquetes turísticos.**

Las agencias de viaje son un instrumento importante cuanto a promoción debido a que ellos ofrecen diversidad de paquetes turísticos a distintos destinos, por esto sería interesante poder hacer un convenio, para empezar con 4 agencias de viajes, 2 ubicadas en Guayaquil, 1 en Manabí y 1 en Quito, donde se promocióne y vendan el hostel Ola Bella dentro de un paquete turístico.

Estrategias de Promoción:**Usar la prensa escrita para promocionarnos**

Con la finalidad de dar a conocer al hostel a nivel nacional, es necesario publicitarlo mediante prensa escrita en los principales diarios nacionales como El Universo y Telégrafo, así como también en prensa local como el Diario Manabita.

Creación de un sitio Web y correo electrónico que contenga la información detallada de los servicios que ofrece el hotel.

Si consideramos que el hostel debe mejorar la comunicación de los servicios que posee a la comunidad se debe implementar una página web en donde se informará sobre los servicios que tiene el hostel, que el cliente conozca un poco más sobre los inicios el hostel, las tarifas de las habitaciones, así también como las promociones de las diferentes temporadas.

La página web será creada con la finalidad de brindar información relevante, permanente, actualizada, accesible, completa, atractiva que respondan a las expectativas de los usuarios que visiten el sitio web.

Participar en Ferias Turísticas y Hoteleras que se realicen en el Ecuador

Las ferias turísticas y hoteleras son otro medio efectivo en donde se podrá dar a conocer a nivel nacional e internacional, ya que a estas ferias asisten personas de distintas provincias, y serán potenciales clientes ya que si asisten significa que tienen deseos y cultura de vacacionar, para esto se debe contar con trípticos informativos que serán entregados a las personas que asistan a las ferias.

Es importante aclarar que no contrataremos un stand para las ferias sino más bien asistiremos para ofrecer nuestros servicios a operadoras, agencias de viaje y público en general.

Realizar campañas publicitarias a través de redes sociales y mail tanto para el hostel como para el restaurant

En la actualidad la tecnología permite hacer publicidad mediante redes sociales que en la mayoría de los casos son gratuitas a diferencia de la prensa escrita.

Para esta campaña publicitaria se ha seleccionado 3 redes sociales como Facebook, twitter e instagram en donde se podrá brindar información sobre los servicios, y permitirá que el cliente interactúe con algunos empleados del hostel, también podrá conocer las instalaciones del hostel mediante fotos y también los platos típicos que ofrece el hostel Ola Bella.

Es importante mencionar que no solo se hará una campaña publicitaria sobre los servicios que ofrece el hostel sino también una campaña aislada para promocionar el restaurant que se tiene pensado desarrollar haciéndolo ver como único en la zona ya que posee variaciones que platos, ya que se servirán tanto platos típicos de la zona como platillos orientales.

Además enviaremos correos a los clientes y posibles clientes, para esto tendremos que disponer de una base de datos.

Implementar descuentos y paquetes promocionales

Los paquetes promocionales se implementarán para incrementar la demanda en el servicio de hospedaje, a través de las siguientes actividades:

- Por cada 5 pax el 6to pax recibe el 50% de descuento.
- En su tercer hospedaje recibe el 25 % de descuento.
- Si reserva con 3 meses de anticipación tendrá una tarifa especial de 15 dólares por pax.
- Niños menores de 5 años no pagan.
- En cuanto a restauración se pueden ofrecer combos como por ejemplo por la compra un plato se da porción de patacones y bebida.

4.3 ESTRATEGIAS RRHH

Se propone la realización de un organigrama para poder tener gráficamente representadas las distintas áreas del hostel para poder tener un ordenado y correcto funcionamiento.

En el siguiente organigrama se verán reflejadas las distintas jerarquías y la relación de dependencia que existe entre ellas, este organigrama es estructural ya que es ideal para empresas pequeñas debido a que el personal es limitado y trabajan de manera poli funcional.



DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Recomendamos que las funciones descritas a continuación sean mantenidas y aplicadas por cada empleado en el hostel.

GERENTE

FUNCIÓN: Planificar, dirigir y controlar las actividades de todas las áreas de la empresa.

RESPONSABILIDADES:

- Responsable de la adecuada gestión del establecimiento.
- Supervisar el trabajo realizado en cada área.
- Toma de decisiones de acuerdo a las necesidades que se presente.
- Establecer juntas entre empleados del hostel.

ADMINISTRADOR

FUNCIÓN: Dirigir y controlar las actividades de todas las áreas del hostel y llevar la contabilidad de hostel.

RESPONSABILIDADES:

- Controlar que cada área del hostel cumpla con los planes de trabajo establecidos, a fin de obtener los resultados que ayuden a lograr los objetivos de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir al personal, las políticas, procedimientos y reglamentos aprobados por la gerencia.
- Coordinar con el personal las reposiciones de inventarios de cada una de las áreas del hostel.
- Elaborar estándares de procedimientos de cada área de trabajo.
- Seleccionar y evaluar periódicamente a los empleados el hostel.
- Responsable de adquisición de insumos.
- Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.

RECEPCIONISTA

FUNCIÓN: Venta de habitaciones y demás servicios que ofrece el hotel.

RESPONSABILIDADES:

- Manejo de caja chica.
- Elaboración de facturas a clientes.
- Pago de facturas a proveedores.

- Procesos de check in / check out.
- Contestación de llamadas telefónicas.
- Trabajo conjunto con ama de llaves.
- Revisión semanal de habitaciones y áreas sociales.
- Reporte mensual directo a gerencia

AMA DE LLAVES

FUNCIÓN: mantenimiento de habitaciones y áreas sociales del hotel. Tiene a su cargo la supervisión del trabajo de un grupo de camaristas, pero para este hostel el ama de llaves asumirá al mismo tiempo el rol de camarera debido a que el hostel es pequeño.

RESPONSABILIDADES:

- Limpieza de habitaciones y áreas sociales.
- Encargada de la lavandería.
- Control de blancos y suministros de limpieza.
- Reportar bajas y pérdidas en este departamento.
- Reportar objetos olvidados.
- Poner cortesías en habitaciones.

CAMARERA

FUNCIÓN: Limpieza minuciosa de las habitaciones y de reportar algún imprevisto a su jefe inmediato que para este hostel seria a la recepcionista.

RESPONSABILIDADES:

- Limpieza correcta de las habitaciones y áreas recomendadas.
- Limpieza de cuartos.
- Limpieza del baño.
- Cambio de blancos.
- Cambio de utensilios de aseo.
- Revisión del consumo y daños en la habitación.
- Promueve el servicio de lavandería.
- Verifica si no hay prendas olvidadas

COCINERO

FUNCIÓN: Es el que debe coordinar el equipo de cocina en la preparación de alimentos y en la realización de un menú, es importante mencionar que el gerente es que asumirá este rol con sus responsabilidades junto a su esposa, ya que este servicio de alimentación solo estará disponible para los huéspedes del hostel por disposición del mismo.

RESPONSABILIDADES:

- Responsable del adecuado funcionamiento de las cocinas, de la preparación de alimentos dentro de las normas establecidas y de calidad.
- Diariamente levanta inventario de los artículos de consumo inmediato, llenando la forma respectiva.
- Supervisa la calidad de alimentos que llega a la cocina.
- Inspecciona porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos.

- Elabora los presupuestos de gastos de la cocina.
- Aplica procedimientos para una mejor rotación de inventarios en la cocina.

MESERO

FUNCIÓN: Es el encargado del área de las mesas tanto de su limpieza como de dar a conocer los platos que ofrece el restaurante.

RESPONSABILIDADES:

- Poner a punto la mesa.
- Recibir a los comensales.
- Presentar la carta y tomar la orden.
- Cambiar los ceniceros si es necesario.
- Presentación de la cuenta.
- Despedir a los comensales.
- Limpiar la mesa. Volver a ponerla.

RECLUTAMIENTO

1. Desarrollar y establecer los perfiles del personal a contratar, describiendo cada una de las habilidades requeridas para el puesto en el hostel.

- Recepcionista: hombre o mujer, 30 años de edad máxima, que haya tenido estudios hoteleros o afines, idioma ingles medio, que posea facilidad de palabra, y pueda resolver problemas.

- Ama de llaves: mujer, 35 años de edad máxima, estudios hoteleros o afines, experiencia mínima un año en un cargo igual o parecido.
 - Administrador: hombre o mujer, que posea título universitario de Gestión hotelera o afines, inglés intermedio, experiencia mínima un año, con don de liderazgo.
2. Se deberán publicar anuncios en donde se deje claro lo que se busca en una persona para poder cubrir una vacante; los anuncios deberán ser publicados mediante prensa escrita y anuncios en universidades que ofrezcan carreras relacionadas al turismo u hotelería.
 3. Los salarios deberán ser competitivos acorde al mercado.
 4. Ofrecer estabilidad laboral y seguridad social.

Para efectuar la selección del personal se deberá escoger a la persona que más se apegue a lo antes mencionado según el puesto y los requerimientos del hostal.

5. Una vez que contemos con el personal se realizarán reuniones de trabajo, donde el gerente o administrador participará con una charla motivadora o laboral, esta última conocida como una retroalimentación (feed back) entre el personal.

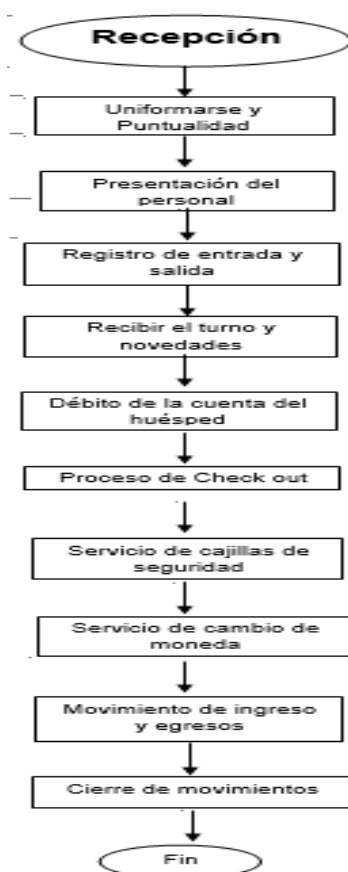
4.4 ESTRATEGIA DE OPERACIONES

Procesos claves en los servicios de alojamiento:

Recepción:

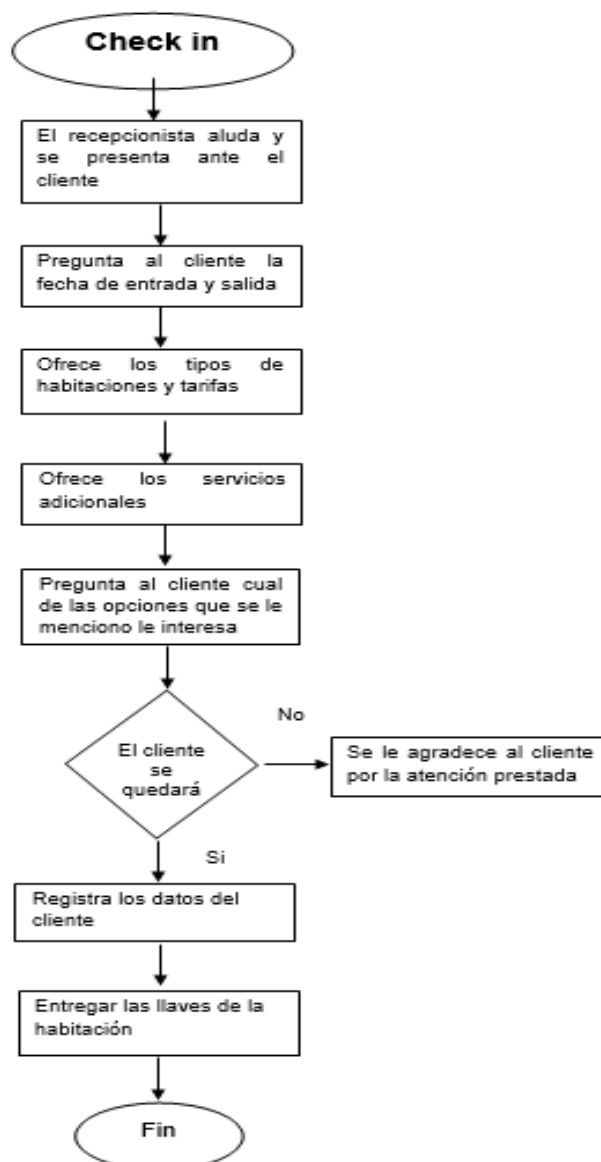
Este es uno de los procesos más importantes, porque es la primera impresión que se lleva el cliente al llegar al hostel, de esta persona que se encuentra en este puesto depende que el cliente quede satisfecho es un proceso del cual se debe capacitar muy bien al personal.

DIAGRAMA N° 1



Check in:

El check in es un proceso que se legaliza cuando el cliente llega al hotel y confirma su estadía en dichas instalaciones, por lo cual el recepcionista procede a realizar los registros correspondientes para que el cliente se sienta a gusto en las instalaciones.

DIAGRAMA N° 2

Reservaciones

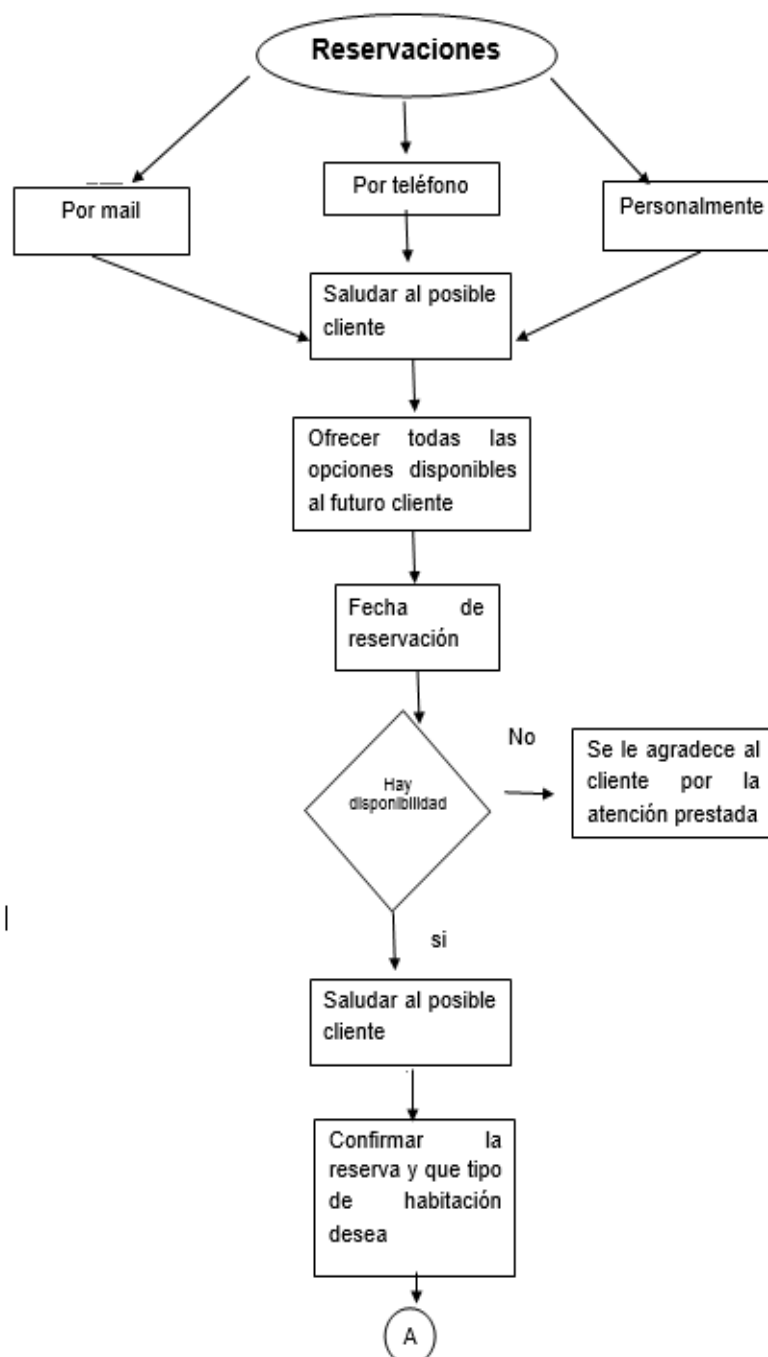
Las reservas pueden ser realizadas por mail, por teléfono o personalmente.

1.- Reservas por mail: Proporcionar los datos requeridos y la forma de pago.

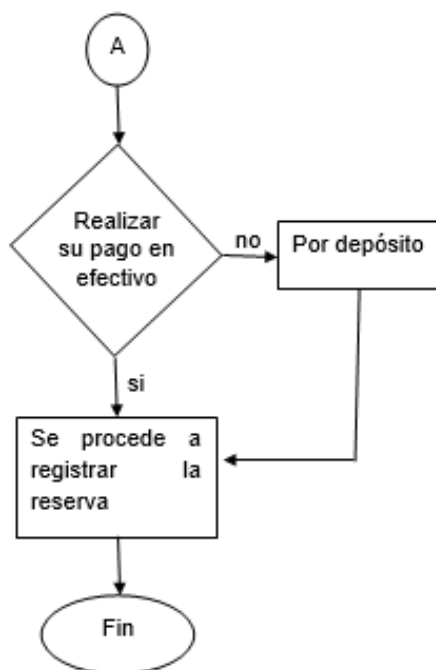
Se podrá pagar mediante depósitos a la cuenta bancaria del propietario. Al realizar la reserva vía mail se procederá a realizar el 5% de descuento.

2.- Reservas por teléfono: Se realiza la reserva directamente con la persona encargada en el Hotel, se deben dar los datos personales y realizar el depósito máximo hasta el siguiente día antes de las 12:00 am si este no se hiciera la reserva procede a ser cancelada.

3.- Reservas personalmente: Este tipo de reserva es para las personas que envían a otras personas a averiguar al hostel si hay disponibilidad, este tipo de reserva se las cancela el mismo día, para confirmar la estadía del cliente.

DIAGRAMA N° 3

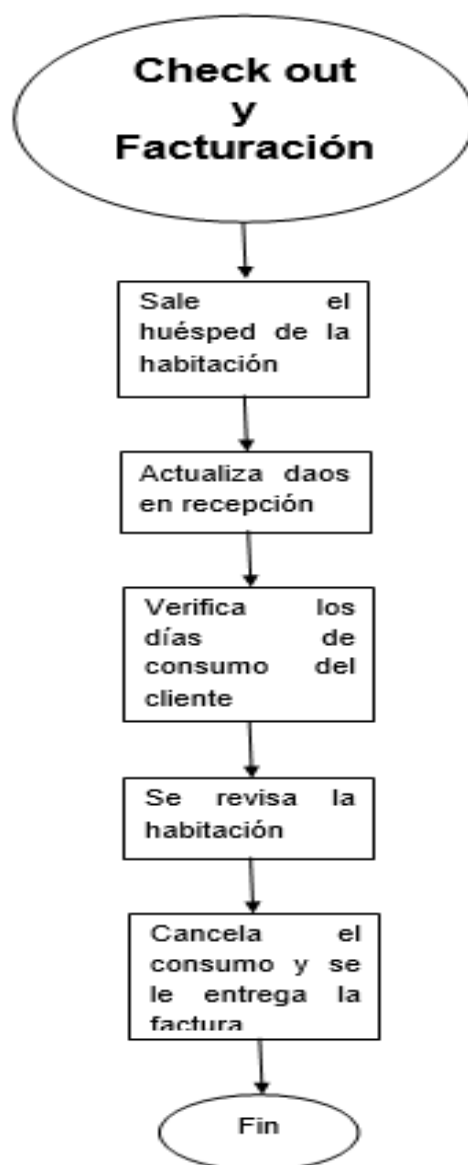
Continuación diagrama de reservas.



CheckOut y Facturación

El checkout es el proceso por medio del cual un huésped cierra su estadía en el hotel. En este proceso se verifica que la habitación quede en buen estado, una vez que todo este chequeado se procede con el cobro de la estadía y la emisión de la factura con los respectivos datos del cliente.

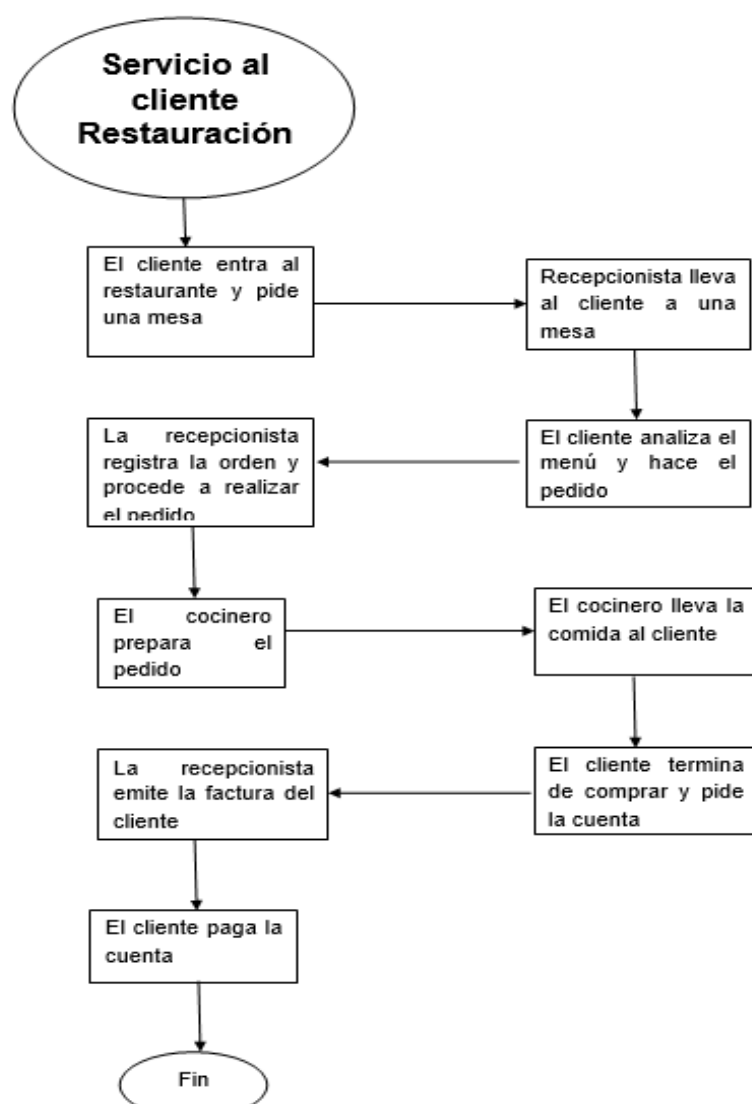
DIAGRAMA N° 4



Servicio al Cliente

Este proceso es solo para el área de restauración y la atención al cliente, desde que el cliente llega, lo reciben le preparan la orden y el cliente cancela el consumo.

DIAGRAMA N° 5



4.5 ESTRATEGIA ECONOMICA FINANCIERA

Podemos observar según la proyección dada que el primer año se considera un 17% de incremento obteniendo un ingreso de \$ 34,266.09 por ventas y servicios prestados, posteriormente en el segundo año se estimó un incremento en ventas del 15% con relación al año anterior. Luego en el año tres se consideró un aumento del 10% manteniendo la tasa de inflación del 2,70%, en el año seis

Cuadro N°4
Proyección de Ingresos

	AÑO 1		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Servicio de Alojamiento	Precio	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
Habitación N°1	\$ 20.54	\$ 3,124.13	\$ 3,689.76	4282.00	4837.38	5464.79	6061.32	6536.23	7048.34	7600.58	8196.08
Habitación N°2	\$ 20.54	\$ 3,052.04	\$ 3,604.61	4183.19	4725.75	5338.67	5921.44	6385.39	6885.68	7425.18	8006.94
Habitación N°3	\$ 20.54	\$ 2,090.77	\$ 2,469.30	2865.65	3237.32	3657.20	4056.42	4374.24	4716.97	5086.54	5485.07
Habitación N°4	\$ 20.54	\$ 1,562.07	\$ 1,844.88	2141.00	2418.69	2732.39	3030.66	3268.11	3524.17	3800.29	4098.04
Habitación N°5	\$ 51.35	\$ 3,003.98	\$ 3,547.84	4117.31	4651.32	5254.60	5828.19	6284.83	6777.25	7308.25	7880.85
Habitación N°6	\$ 71.89	\$ 2,102.78	\$ 2,483.49	2882.12	3255.93	3678.22	4079.74	4399.38	4744.07	5115.77	5516.59
Habitación N°7	\$ 102.70	\$ 2,763.66	\$ 3,264.02	3787.92	4279.22	4834.23	5361.94	5782.05	6235.07	6723.59	7250.38
Habitación N°8	\$ 123.24	\$ 2,595.43	\$ 3,065.34	3557.36	4018.74	4539.98	5035.56	5430.09	5855.54	6314.32	6809.05
		\$ 20,294.86	\$ 23,969.24	\$ 27,816.54	\$ 31,424.35	\$ 35,500.08	\$ 39,375.27	\$ 42,460.33	\$ 45,787.09	\$ 49,374.51	\$ 53,243.00
Servicio de Alimentación											
Ceviche de Camaron	\$ 7.19	\$ 1,135.50	\$ 1,341.09	1556.34	1758.20	1986.24	2203.06	2375.67	2561.80	2762.52	2978.96
Ceviche de Pescado	\$ 7.19	\$ 757.00	\$ 894.06	1037.56	1172.13	1324.16	1468.70	1583.78	1707.87	1841.68	3206.23
Ceviche de Langostino	\$ 15.41	\$ 2,618.85	\$ 3,092.99	3589.45	4055.00	4580.93	5080.99	5479.08	5908.37	6371.29	4161.09
Camaron Apanado	\$ 6.16	\$ 634.44	\$ 749.30	869.58	982.36	1109.77	1230.91	1327.36	1431.35	1543.50	1134.84
Arroz Marinero	\$ 10.27	\$ 720.95	\$ 851.48	988.15	1116.32	1261.10	1398.77	1508.36	1626.54	1753.98	1891.40
Arroz con Camaron	\$ 4.62	\$ 878.09	\$ 1,037.06	1203.52	1359.62	1535.96	1703.63	1837.10	1981.04	2136.26	2303.63
Pescado Apanado	\$ 4.11	\$ 360.48	\$ 425.74	494.08	558.16	630.55	699.38	754.18	813.27	876.99	945.70
Pescado Frito	\$ 4.62	\$ 785.66	\$ 927.90	1076.83	1216.50	1374.28	1524.30	1643.73	1772.51	1911.39	2061.14
Chop Sue	\$ 5.65	\$ 480.12	\$ 567.05	658.07	743.42	839.84	931.51	1004.50	1083.20	1168.07	1259.59
Sopa Oriental	\$ 4.62	\$ 517.61	\$ 611.32	709.44	801.46	905.41	1004.24	1082.92	1167.77	1259.27	1357.93
Langostino a la Parrilla	\$ 18.49	\$ 2,976.25	\$ 3,515.10	4079.30	4608.39	5206.10	5774.39	6226.82	6714.69	7240.79	7808.10
Sashimi	\$ 12.32	\$ 1,294.02	\$ 1,528.30	1773.61	2003.65	2263.52	2510.61	2707.31	2919.43	3148.17	3394.83
		\$ 13,158.96	\$ 15,541.39	\$ 18,035.94	\$ 20,375.20	\$ 23,017.86	\$ 25,530.50	\$ 27,530.81	\$ 29,687.85	\$ 32,013.89	\$ 32,503.44
Bebidas Frias											
Gaseosas	\$ 3.59	\$ 714.95	\$ 844.39	979.92	1107.02	1250.60	1387.11	1495.79	1612.99	1739.36	1875.64
Aguas	\$ 0.51	\$ 97.33	\$ 114.95	133.40	150.70	170.25	188.83	203.63	219.58	236.79	255.34
		\$ 812.27	\$ 959.34	\$ 1,113.32	\$ 1,257.72	\$ 1,420.84	\$ 1,575.94	\$ 1,699.42	\$ 1,832.57	\$ 1,976.15	\$ 2,130.98
Total de ingresos		\$ 34,266.09	\$ 40,469.97	\$ 46,965.80	\$ 53,057.27	\$ 59,938.79	\$ 66,481.71	\$ 71,690.55	\$ 77,307.51	\$ 83,364.55	\$ 87,877.43

Fuente: Elaboracion propia

A continuación el cuadro de costos, donde se muestran todos los gastos que la empresa debe realizar para que tenga una mayor factibilidad sus ventas.

Cuadro N° 5
Proyección de Costos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
Costos Variables									
Platos a la Carta									
Ceviche de Camaron	\$ 504.49	\$ 595.83	\$ 691.46	\$ 882.46	\$ 978.79	\$ 1,055.47	\$ 1,138.17	\$ 1,227.35	\$ 1,323.51
Ceviche de Pescado	\$ 197.90	\$ 233.73	\$ 271.25	\$ 346.17	\$ 383.96	\$ 414.04	\$ 446.49	\$ 481.47	\$ 519.19
Ceviche de Langostino	\$ 1,457.83	\$ 1,721.77	\$ 1,998.13	\$ 2,550.05	\$ 2,828.42	\$ 3,050.02	\$ 3,288.99	\$ 3,546.69	\$ 3,824.57
Camaron Apanado	\$ 356.34	\$ 420.86	\$ 488.41	\$ 623.32	\$ 691.36	\$ 745.53	\$ 803.94	\$ 866.93	\$ 934.86
Arroz Marinoero	\$ 378.50	\$ 447.03	\$ 518.78	\$ 662.08	\$ 734.35	\$ 791.89	\$ 853.93	\$ 920.84	\$ 992.99
Arroz con Camaron	\$ 201.87	\$ 238.42	\$ 276.68	\$ 353.11	\$ 391.65	\$ 422.34	\$ 455.43	\$ 491.11	\$ 529.59
Pescado Apanado	\$ 270.36	\$ 319.31	\$ 370.56	\$ 472.91	\$ 524.54	\$ 565.63	\$ 609.95	\$ 657.74	\$ 709.28
Pescado Frito	\$ 345.69	\$ 408.28	\$ 473.81	\$ 604.68	\$ 670.69	\$ 723.24	\$ 779.90	\$ 841.01	\$ 906.90
Chop Sue	\$ 183.32	\$ 216.51	\$ 251.26	\$ 320.67	\$ 355.67	\$ 383.54	\$ 413.59	\$ 445.99	\$ 480.93
Sopa Oriental	\$ 253.05	\$ 298.87	\$ 346.84	\$ 442.64	\$ 490.96	\$ 529.43	\$ 570.91	\$ 615.64	\$ 663.88
Langostino a la Parrilla	\$ 1,562.53	\$ 1,845.43	\$ 2,141.63	\$ 2,733.20	\$ 3,031.56	\$ 3,269.08	\$ 3,525.21	\$ 3,801.41	\$ 4,099.25
Sashimi	\$ 806.61	\$ 952.64	\$ 1,105.55	\$ 1,410.93	\$ 1,564.94	\$ 1,687.56	\$ 1,819.78	\$ 1,962.36	\$ 2,116.11
Bebidas Frias									
Gaseosas	\$ 306.41	\$ 361.88	\$ 419.97	\$ 535.97	\$ 594.48	\$ 641.05	\$ 691.28	\$ 745.44	\$ 803.85
Aguas	\$ 29.20	\$ 34.49	\$ 40.02	\$ 51.07	\$ 56.65	\$ 61.09	\$ 65.87	\$ 71.04	\$ 76.60
Suministros de Huesped	\$ 647.32	\$ 764.52	\$ 887.23	\$ 1,132.30	\$ 1,255.91	\$ 1,354.31	\$ 1,460.42	\$ 1,574.84	\$ 1,698.23
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 7,501.41	\$ 8,859.53	\$ 10,281.58	\$ 13,121.58	\$ 14,553.93	\$ 15,694.23	\$ 16,923.87	\$ 18,249.86	\$ 19,679.73
Costos Fijos									
Servicios Basicos	\$ 2,218.32	\$ 2,278.21	\$ 2,339.73	\$ 2,402.90	\$ 2,402.90	\$ 2,402.90	\$ 2,402.90	\$ 2,402.90	\$ 2,402.90
Sueldos y Salarios	\$ 20,721.14	\$ 21,280.61	\$ 21,855.19	\$ 23,051.30	\$ 23,673.68	\$ 24,312.87	\$ 24,969.32	\$ 25,643.49	\$ 26,335.87
Seguridad Social	\$ 4,205.40	\$ 4,318.95	\$ 4,435.56	\$ 4,678.31	\$ 4,804.63	\$ 4,934.35	\$ 5,067.58	\$ 5,204.40	\$ 5,489.23
Licencias de Funcionamiento y Permisos	\$ 96.13	\$ 113.53	\$ 131.75	\$ 91.40	\$ 101.38	\$ 109.32	\$ 117.88	\$ 127.12	\$ 137.08
Depreciación	\$ 1,485.00	\$ 1,485.00	\$ 1,485.00	\$ 1,525.10	\$ 1,525.10	\$ 1,525.10	\$ 1,525.10	\$ 1,525.10	\$ 1,535.08
Préstamo	\$ 10,990.00	\$ 10,150.00	\$ 9,310.00	\$ 7,630.00					
Gastos de Mantenimiento y Limpieza	\$ 1,294.02	\$ 1,328.96	\$ 1,364.84	\$ 1,439.54	\$ 1,478.40	\$ 1,518.32	\$ 1,559.32	\$ 1,601.42	\$ 1,644.66
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 41,010.01	\$ 40,955.26	\$ 40,922.07	\$ 40,818.54	\$ 33,986.08	\$ 34,802.86	\$ 35,642.09	\$ 36,504.43	\$ 37,544.81
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	\$ 48,511.41	\$ 49,814.80	\$ 51,203.64	\$ 53,940.12	\$ 48,540.01	\$ 50,497.09	\$ 52,565.97	\$ 54,754.29	\$ 57,224.55

Fuente: Elaboracion propia

Depreciación

En cuanto a la depreciación de equipos, es importante mencionar que debido a que el equipo de computación se deprecia dentro de 5 años, al 5 año se procederá a adquirir nuevos equipos considerando un incremento en la inflación al momento de la adquisición del mismo; en cuanto al resto de equipos por depreciar se encuentran dentro del periodo de 10 años hacia los cuales está proyectado el negocio.

Cuadro N°6
Depreciación

Descripción de activo	Fecha de adquisición (año)	Costo de adquisición	Método de depreciación línea recta		
			Valor residual 10%	Años de vida útil	Depreciación anual
Equipos de cocina	2008	\$ 10.000,00	\$ 1.000,00	10	\$ 900,00
Muebles y enseres	2008	\$ 1.500,00	\$ 150,00	10	\$ 135,00
Equipos de oficina	2008	\$ 1.000,00	\$ 100,00	10	\$ 90,00
Equipos de computación	2013	\$ 2.000,00	\$ 200,00	5	\$ 360,00
TOTALES		\$ 14.500,00	\$ 1.450,00		\$ 1.485,00

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N° 7
Proyección - Depreciación

Descripción de activo	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Equipos de cocina	\$ 924,30	\$ 924,30	\$ 924,30	\$ 924,30	\$ 924,30	\$ 924,30
Muebles y enseres	\$ 138,65	\$ 138,65	\$ 138,65	\$ 138,65	\$ 138,65	\$ 138,65
Equipos de oficina	\$ 92,43	\$ 92,43	\$ 92,43	\$ 92,43	\$ 92,43	\$ 92,43
Equipos de computación	\$ 369,72	\$ 369,72	\$ 369,72	\$ 369,72	\$ 369,72	\$ 379,70
Totales	\$ 1.525,10	\$ 1.525,10	\$ 1.525,10	\$ 1.525,10	\$ 1.525,10	\$ 1.535,08

Fuente: Elaboración propia

Inversiones

En el siguiente cuadro mencionaremos en que se va a desglosar el préstamo y el capital que el dueño aportará para las mejoras en el hostel, justificaremos en que se gastará el dinero que vamos a invertir.

Cuadro N° 8 -Inversiones

Inversión	Monto
Piscina familiar	\$ 20.000,00
Creación del restaurante	\$ 15.000,00
Remodelación habitaciones	\$ 10.000,00
Publicidad	\$ 2.000,00
Compra muebles y enseres	\$ 3.000,00
Total de Inversión	\$ 50.000,00

Fuente: Elaboracion propia

Amortización

El préstamo que realizaremos para las adecuaciones del Hostal Ola Bella será de \$ 35000.00 dólares el cual lo pagaremos dentro de 5 años de forma semestral con un interés estimado del 12%.

Cuadro N° 9 - Amortización

Préstamo previsto para financiamiento	Períodos	Interés	Cuota de capital	Préstamo pendiente	Flujo del préstamo
Monto por financiar	Semestre 1	\$ 2.100,00	\$ 3.500,00	\$ 31.500,00	\$ 5.600,00
\$ 35.000,00	Semestre 2	\$ 1.890,00	\$ 3.500,00	\$ 28.000,00	\$ 5.390,00
	Semestre 3	\$ 1.680,00	\$ 3.500,00	\$ 24.500,00	\$ 5.180,00
Interés estimado	Semestre 4	\$ 1.470,00	\$ 3.500,00	\$ 21.000,00	\$ 4.970,00
12%	Semestre 5	\$ 1.260,00	\$ 3.500,00	\$ 17.500,00	\$ 4.760,00
	Semestre 6	\$ 1.050,00	\$ 3.500,00	\$ 14.000,00	\$ 4.550,00
Plazo	Semestre 7	\$ 840,00	\$ 3.500,00	\$ 10.500,00	\$ 4.340,00
5 años	Semestre 8	\$ 630,00	\$ 3.500,00	\$ 7.000,00	\$ 4.130,00
Pagos semestrales	Semestre 9	\$ 420,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.920,00
	Semestre 10	\$ 210,00	\$ 3.500,00	\$ -	\$ 3.710,00

Fuente: Elaboracion propia

Pérdidas y Ganancias

Como se puede apreciar en el presente estado financiero hasta el tercer año proyectado no generará ninguna participación para los trabajadores, esto debido al pago de una serie de rubros y obligaciones que tendrá que hacer frente el Hotel. Consecuentemente a partir del cuarto año se genera un beneficio año a año mismo que tendrán participación los empleados.

Cuadro N° 10

Pérdidas y Ganancias

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos	\$34,266.09	\$40,469.97	\$46,965.80	\$53,057.27	\$59,938.79	\$66,481.71	\$71,690.55	\$77,307.51	\$83,364.55	\$87,877.43
Costos Variables	\$7,501.41	\$8,859.53	\$10,281.58	\$11,615.10	\$13,121.58	\$14,553.93	\$16,923.87	\$16,923.87	\$18,249.86	\$19,679.73
Margen de Contribución	\$26,764.69	\$31,610.43	\$36,684.22	\$41,442.17	\$46,817.22	\$51,927.78	\$54,766.68	\$60,383.64	\$65,114.69	\$68,197.69
Gastos Fijos	\$41,010.01	\$40,955.26	\$40,922.07	\$40,909.03	\$40,818.54	\$33,986.08	\$34,802.86	\$35,642.09	\$36,504.43	37544.81
Beneficio antes de participación de empleados	-\$14,245.32	-\$9,344.83	-\$4,237.84	\$533.14	\$5,998.67	\$17,941.70	\$19,963.82	\$24,741.54	\$28,610.27	\$30,652.88
Participación de empleados 15%						\$2,691.25	\$2,994.57	\$3,711.23	\$4,291.54	\$4,597.93
Base imponible	-\$14,245.32	-\$9,344.83	-\$4,237.84	\$533.14	\$5,998.67	\$15,250.44	\$16,969.25	\$21,030.31	\$24,318.73	\$26,054.95
Impuesto (IR 22%)						\$3,355.10	\$3,733.23	\$4,626.67	\$5,350.12	\$5,732.09
Beneficio después de impuestos o beneficio neto	-\$14,245.32	-\$9,344.83	-\$4,237.84	\$533.14	\$5,998.67	\$11,895.35	\$13,236.01	\$16,403.64	\$18,968.61	\$20,322.86

Fuente: Elaboracion propia

En los primeros tres y cuatro años observamos los valores fraccionarios correspondientes a la depreciación, posteriormente en el año cuatro tenemos utilidad la misma que va aumentando año a año. Así, mismo

se visualizan los valores de la depreciación y finalmente el año diez, también se consideran la depreciación y la reinversión por la adquisición de nuevos equipos.

Cuadro N° 11

Flujo de Caja

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
UTILIDAD NETA		-\$ 14,245.32	-\$ 9,344.83	-\$ 4,237.84	\$ 533.14	\$ 5,998.67	\$ 11,895.35	\$ 13,236.01	\$ 16,403.64	\$ 18,968.61	\$ 20,322.86
INVERSION INICIAL	\$ 50,000.00										
REINVERSIÓN											\$ 2,109.46
DEPRECIACIÓN		\$ 1,485.00	\$ 1,485.00	\$ 1,485.00	\$ 1,485.00	\$ 1,525.10	\$ 1,525.10	\$ 1,525.10	\$ 1,525.10	\$ 1,525.10	\$ 1,535.08
SALDO DE CAJA	-\$ 50,000.00	-\$ 12,760.32	-\$ 7,859.83	-\$ 2,752.84	\$ 2,018.14	\$ 7,523.77	\$ 13,420.44	\$ 14,761.11	\$ 17,928.74	\$ 20,493.70	\$ 19,748.48

Fuente: Elaboracion propia

Punto de Equilibrio

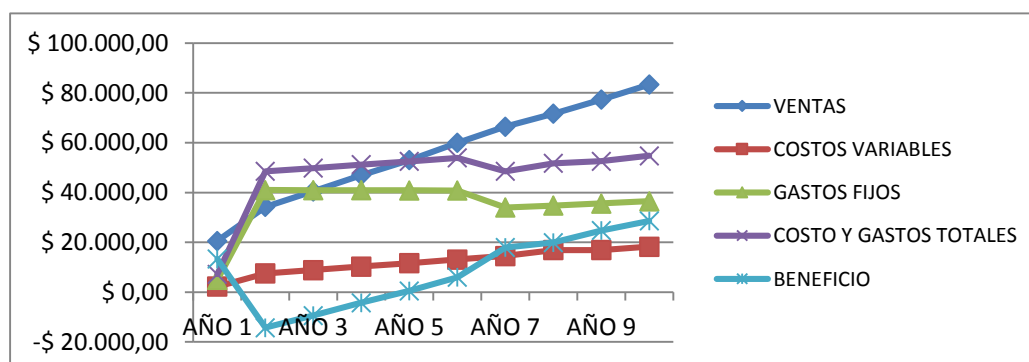
Como se puede observar la gráfica muestra los diferentes niveles del punto de equilibrio que se deben alcanzar para que el proyecto propuesto no tenga ni pérdidas ni ganancias, según la proyección dada. También apreciamos que desde el año cinco tenemos un incremento de valores \$533,14 lo cual se debe a que los costos son menores porqué tenemos incremento en las ventas; puesto que el punto de equilibrio asciende de manera significativa a partir del año en mención.

Cuadro N° 13
Punto de Equilibrio

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS	\$ 20,569.00	\$ 34,266.09	\$ 40,469.97	\$ 46,965.80	\$ 53,057.27	\$ 59,938.79	\$ 66,481.71	\$ 71,690.55	\$ 77,307.51	\$ 83,364.55
COSTOS VARIABLES	\$ 2,239.13	\$ 7,501.41	\$ 8,859.53	\$ 10,281.58	\$ 11,615.10	\$ 13,121.58	\$ 14,553.93	\$ 16,923.87	\$ 16,923.87	\$ 18,249.86
GASTOS FIJOS	\$ 4,985.00	\$ 41,010.01	\$ 40,955.26	\$ 40,922.07	\$ 40,909.03	\$ 40,818.54	\$ 33,986.08	\$ 34,802.86	\$ 35,642.09	\$ 36,504.43
COSTO Y GASTOS TOTALES	\$ 7,224.13	\$ 48,511.41	\$ 49,814.80	\$ 51,203.64	\$ 52,524.13	\$ 53,940.12	\$ 48,540.01	\$ 51,726.73	\$ 52,565.97	\$ 54,754.29
BENEFICIO	\$ 13,344.87	-\$ 14,245.32	-\$ 9,344.83	-\$ 4,237.84	\$ 533.14	\$ 5,998.67	\$ 17,941.70	\$ 19,963.82	\$ 24,741.54	\$ 28,610.27

Fuente: Elaboracion propia

Gráfico N° 23
Punto de Equilibrio



PUNTO DE EQUILIBRIO	52,503.98
----------------------------	------------------

Fuente: Elaboracion propia

Evaluación Financiera

VAN

Una de las herramientas más utilizadas para evaluar la factibilidad de un proyecto es el Valor Actual Neto. El VAN mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

El VAN debe ser >0 para que negocio sea aceptado como rentable. Conforme a los análisis realizados el VAN del flujo de caja, se puede visualizar en el Valor Presente Neto es de 48,956.48; siendo este valor mayor que cero, la tasa con la cual fue calculada fue el 11,83%, lo cual indica que si es factible poner el proyecto propuesto en marcha.

TIR

Otra herramienta usada para establecer la rentabilidad del negocio es la Tasa Interna de Retorno la Tasa Interna de Retorno (TIR) mide la rentabilidad como un porcentaje. En este caso la TIR del proyecto es del 26% es decir que su porcentaje es mayor a la tasa; con este resultado podemos interpretar que:

La idea de un plan para el hostel es buena, la ubicación del negocio es excelente.

De esta manera se refleja la viabilidad del proyecto, lo que garantiza buenos resultados para la compañía.

CONCLUSIONES

El hostel Ola Bella, presenta productos y servicios que satisfacen de forma limitada las necesidades del segmento al cual está dirigido.

El Hostal Ola Bella, en la actualidad posee una infraestructura muy básica, cuenta con excelente ubicación, carece de personal calificado y su precio es competitivo pero no está acorde a la infraestructura del hostel; por ende, su posicionamiento en el mercado es débil.

Al realizar la investigación de mercados, se reconoció el mercado que puede ser más aprovechado, los gustos y necesidades del mismo, se identificó la competencia y sus características, y con esta información se diseñó un plan de acción con estrategias enfocadas al posicionamiento, competitividad, precio, plaza, producto y promoción, las cuales generan ventajas competitivas y el conocimiento de las mismas por parte del cliente por lo que el establecimiento tendrá como consecuencia un mayor porcentaje de ocupación y utilidades.

El plan propuesto busca un incremento en el conocimiento de los servicios que se ofrece y de sus características por parte del cliente, también la implementación de personal calificado con conocimiento en atención al cliente y administración de productos turísticos, lo cual se traduce en un

aumento en las ventas; por tanto, el conocimiento del producto y el personal es el factor de éxito en el futuro del Hostal Ola Bella.

Para poder realizar todos estos cambios, se deberá realizar un préstamo bancario, estas medidas son necesarias ya que hasta la actualidad en el análisis financiero salen números negativos, si siguen operando de la manera que lo han venido haciendo estarán trabajando a pérdida, esta reinversión rendirá frutos a partir del tercer año.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar este Plan de Marketing y de la realización anual del mismo, y así se podrá medir los resultados obtenidos por la mezcla realizada y controlar las fallas que se puedan presentar para así realizar sus correctivos.
- Se sugiere implementar el direccionamiento organizacional de la empresa, lo que permitirá difundir una sana cultura organizacional, haciendo que el personal de trabajo sepa a dónde quiere llegar la empresa, con lo cual se comprometan en alcanzar los objetivos planteados por el establecimiento.
- La capacitación del personal es una de las necesidades principales para mejorar los niveles de calidad en los procesos de atención al cliente.
- La reinversión es importante para mejorar la infraestructura y equipamiento del hostel llamando así la atención de nuevos clientes,
- La promoción prevista en el plan de marketing es vital ya que nos abrirá campo para futuros clientes, debido a que una de las falencias en el manejo del hostel es la carencia de acciones de promoción.

ANEXOS

FORMATO DE ENCUESTAS



ESTE CUESTIONARIO SERVIRÁ DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS PARA LA
REALIZACIÓN DE UNA INVESTIGACIÓN DE TESIS DE LA CARRERA DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA DEL LITORAL

1. Sexo

FEMENINO ☐ MASCULINO ☐

2. Edad

ENTRE 18 Y 25 ☐ ENTRE 26 Y 45 ☐ 46 EN ADELANTE ☐

3. Lugar de Procedencia _____

4. Estado Civil

SOLTERO ☐ CASADO-UNIDO ☐ SEPARADO-DIVORCIADO ☐ VIUDO ☐

5. ¿Cuál es su ocupación?

ESTUDIANTE ☐

NEGOCIO PROPIO ☐

PROFESIONAL ☐

AMA DE CASA ☐

OTRO _____ (ESPECIFIQUE)

6. ¿Con cuántas personas viaja? _____

7. ¿Por cuántos días viene o vino? _____

8. ¿Con qué frecuencia viene a este destino?

UNA VEZ AL AÑO

☐

2 VECES AL AÑO

☐

MAS DE 3 VECES

☐**9. ¿Cuál es el Motivo principal de su visita? (escoja una opción).**

PLACER O DESCANSO

☐

VISITA A FAMILIARES

☐

DIVERSIÓN

☐

OTRO_____ (ESPECIFIQUE)

10. ¿Cuáles fueron los factores adicionales que lo influyeron a venir a este destino? (elija 3 opciones).

RECOMENDACIONES

☐

CONOCIMIENTO PREVIO

☐

CERCANÍA DEL LUGAR DE RESIDENCIA

☐

PRECIOS

☐

TRABAJO

☐

VISITA A FAMILIARES

☐

Otro_____ (ESPECIFIQUE)

11. ¿Cómo supo del destino?

POR PUBLICIDAD

☐

POR INTERNET

☐

AMISTADES

☐

AGENCIAS DE VIAJE

☐

OTRO_____ (ESPECIFIQUE)

12. ¿Dónde piensa hospedarse Ud.?EN HOTEL CASA DE FAMILIAR

OTRO _____ (ESPECIFIQUE)

13. ¿Conoce Ud. el hostel Ola Bella?SI NO **Si su respuesta fue si pase a la siguiente pregunta. Si fue no pase a la pregunta 17****14. ¿Cómo considera Ud. la ubicación del hostel Ola Bella?**EXCELENTE BUENA REGULAR MALA **15. ¿De manera general como considera Ud. La calidad del en el servicio del hostel ola bella?**BUENA REGULAR **16. ¿Cómo considera Ud. La tarifa del hostel ola bella?**MUY ALTA ALTA JUSTA BAJA **17. ¿De manera general como considera Ud. Las habitaciones del hostel ola bella?**EXCELENTES BUENAS REGULARES MALAS **18. ¿En una escala del 1 al 6 por favor enumere los aspectos que busca al hospedarse, siendo 1 lo que más le interesa?**

____ TARIFA

____ SERVICIO

____ UBICACIÓN

____ INSTALACIONES

____ ALIMENTOS

____ OTRO

19. ¿En qué establecimiento de alojamiento tiene previsto hospedarse?

20. ¿Porque eligió ese hotel?

TARIFA

SERVICIO

UBICACIÓN

ALIMENTO

OTRO _____

21. ¿Además del hospedaje que otros servicios adicionales consume en el hotel?

DESAYUNO

PLATOS A LA CARTA

CENAS

NINGUNO

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de una noche en este destino?

\$10 - \$20

\$20 - \$30

MÁS DE \$30

Tabla N° 5 - Competidores existentes San Jacinto – San Alejo – San Clemente

NOMBRE	HABITACIONES	SERVICIOS	UBICACION	FOTO
Hostal Macedonia	6	• Áreas Verdes • Garaje • Restaurante • Ventilador • Internet • Juegos Infantiles • Piscina	San Clemente	 Fuente: http://www.bahiaecaragua.es.com/macedonia.htm
Hostal Puerto Polo	9	• Áreas Verdes • Garaje • Restaurante • ventilador • Internet	San Clemente	 Fuente: http://www.bahiaecaragua.es.com/inverdiplia.htm
Hostal El Submarino	4	• Áreas Verdes • Garaje • Restaurante • ventilador • Internet	San Clemente	 Fuente: http://www.bahiaecaragua.es.com/heliosmarino.htm
Hostal Berdelmar	18	• Garaje • ventilador	San Jacinto	 Fuente: http://www.bahiaecaragua.es.com/hostalberdelmar.htm
Hostal Los Delfines Beach	13	• Garaje • Lavandería • ventilador • Bar	San Jacinto	 Fuente: http://www.bahiaecaragua.es.com/hostaldelfinesbeach.htm
Hostal Chelita	7	• Áreas Verdes • Garaje • Restaurante • ventilador • Internet	San Jacinto	 Fuente: http://www.bahiaecaragua.es.com/chelita.htm
Hostal Laurita	13	• Garaje • Aire Acondicionado • Restaurante • Ventilador	San Jacinto	 Fuente: http://www.bahiaecaragua.es.com/laurita.htm
Hostal Marco's	23	• Garaje • Restaurante • Ventilador	San Jacinto	 Fuente: http://www.bahiaecaragua.es.com/marcos.htm

Fuente: Elaboración propia mediante investigación en sitio

Tabla N° 6
Sustitutos existentes San Jacinto – San Alejo – San Clemente

NOMBRE	HABITACIONES	DIRECCION	FOTO
Cabañas Espumas del Mar	5	Calle Malecón - San Clemente	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/cabañasdelmar/
Cabañas del Sabor del Bambú	6	Av. Quito vía Punta Bikini	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/cabañasdelbambu/
Cabañas del Pacífico	15	Calle Malecón - San Jacinto	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/cabañasdelpacifico/
Hostería Costa Sol	25	Pasaje Costa del Sol y Av. Quito	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/hostsocostadelosol/
Hostería Peñón del Sol	11	Av. Quito- norte- Punta Bikini	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/hostsolanonordel/
Hostería Casa Mar	2	San Jacinto	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/casamar.html
Hotel Palmazul	16	Av. Quito y calle Quito	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/palmazul.html
Hotel Arenas Internacionales	18	San Clemente	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/hotelarenasinternacionales/
Hotel San Jacinto	25	Malecón Av. Quito (San Jacinto)	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/hoteljacinto.html
Hotel Chediak	26	San Jacinto Frente al Malecón	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/hotelchediak.html
Hotel Mirador	10	Calle Octonorte - San Alejo	 F U N I S A C http://www.bahiaecaraguan.com/hotelmirador.html

Fuente: Elaboración propia mediante investigación en sitio

Tabla N° 7
Complementarios existentes San Jacinto – San Alejo – San Clemente

NOMBRE	CAPACIDAD	DIRECCION	FOTO
Bar Sabor de Bambú	50 personas	Av. Quito via Punta Bikini	 Fuente: http://www.kahledecaracas.com/restaurantes/bar-sabor-de-bambu-00017001
Caña Bar	50 personas	San Jacinto - San Alejo	 Fuente: http://www.kahledecaracas.com/restaurantes/ca-na-bar-00017002
Restaurant Submarino	8 mesas / 60 personas	Av. Quito Punta Bikini 5ta. calle frente al Mar.	 Fuente: http://www.kahledecaracas.com/restaurantes/restaurant-submarino-00017003
Cevicheria Sea Food	8 mesas / 32 personas	Calle principal, malecón esquina, frente al mar	 Fuente: http://www.kahledecaracas.com/restaurantes/cevicheria-sea-food-00017004
Restaurante Costa del Sol	8 mesas / 32 personas	Calle principal - Clemente Muñoz	 Fuente: http://www.kahledecaracas.com/restaurantes/restaurante-costa-del-sol-00017005
Restaurant Viviana	5 mesas / 20 personas	Malecón - San Clemente	 Fuente: http://www.kahledecaracas.com/restaurantes/restaurant-viviana-00017006
Restaurant Rosita María	10 mesas / 50 personas	Calle principal, Malecón - San Clemente	 Fuente: http://www.kahledecaracas.com/restaurantes/restaurant-rosita-maria-00017007
Restaurant El Edén	18 mesas / 64 personas	Calle Clemente Muñoz y Av. Quito	 Fuente: http://www.kahledecaracas.com/restaurantes/restaurant-el-edén-00017008

Fuente: Elaboración propia mediante investigación en sitio

Tabla N° 7 (CONTINUACION)

Complementarios existentes San Jacinto – San Alejo – San Clemente

Restaurant Mar y Tierra	6 mesas / 30 personas	Calle principal vía Bahía frente a la Escuela "Remigio Crespo Toral"	 Fuente: http://www.bahiaespartinas.com/restaurantes.html
Restaurant Marco's	10 mesas / 60 personas	Av. Los Delfines y calle Arena Rosada	 Fuente: http://www.bahiaespartinas.com/restaurantes.html
Restaurant Laurita	15 mesas / 120 personas	Av. Los Delfines - San Jacinto	 Fuente: http://www.bahiaespartinas.com/restaurantes.html
Restaurant Brisa del Mar	12 mesas / 48 personas	Av. Los Delfines	 Fuente: http://www.bahiaespartinas.com/restaurantes.html
Restaurant Copacabana	10 mesas / 60 personas	Av. Quito Malecón, San Jacinto	 Fuente: http://www.bahiaespartinas.com/restaurantes.html
Restauran Paola	8 mesas / 24 personas	Malecón y Av. Quito	 Fuente: http://www.bahiaespartinas.com/restaurantes.html
Restaurant San Jacinto	10 mesas/60 personas	Malecón - San Jacinto	 Fuente: http://www.ahelabuckel.com/ver/hotel-san-jacinto http://www.hotelesanjacinto.com/ver/hotel-san-jacinto

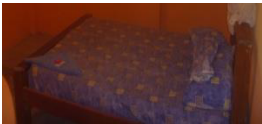
Fuente: Elaboración propia mediante investigación en sitio

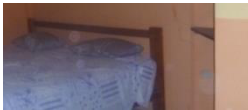
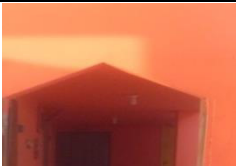
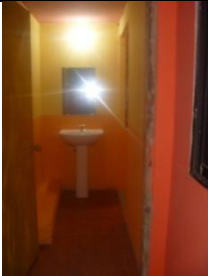
Mapa N° 1

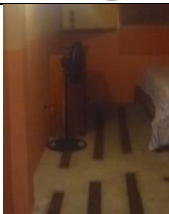
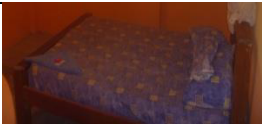
UBICACIÓN DE LOS COMPETIDORES, SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS



Tabla N° 10
Equipamiento turístico existente

EQUIPAMIENTO	CANTIDAD	FOTO	ESTADO
CAMAS	25		BUEN ESTADO 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL
COCINAS	4		BUEN ESTADO 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL
REFRIGERADORAS	3		BUEN ESTADO 4 AÑOS DE VIDA ÚTIL
TOALLAS	80		BUEN ESTADO 1 AÑOS DE VIDA ÚTIL
SÁBANAS	60		BUEN ESTADO 1 AÑOS DE VIDA ÚTIL
PLATOS	36		BUEN ESTADO 2 AÑOS DE VIDA ÚTIL
VASOS Y COPAS	90		BUEN ESTADO 2 AÑOS DE VIDA ÚTIL
CUBIERTOS Y CUCHARAS	88		BUEN ESTADO 2 AÑOS DE VIDA ÚTIL

UTENSILIOS DE COCINA	28		BUEN ESTADO 1 AÑO DE VID ÚTIL
MESAS	10		BUEN ESTADO 2 AÑOS DE VIDA ÚTIL
ALMOHADAS	50		BUEN ESTADO 6 MESES DE VIDA ÚTIL
FOCOS	50		BUEN ESTADO 3 AÑOS DE VIDA ÚTIL
PUERTAS	35		BUEN ESTADO 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL
BAÑOS	20		BUEN ESTADO 3 AÑOS DE VIDA ÚTIL
CILÍNDROS DE GAS	3		BUEN ESTADO
SILLAS	40		BUEN ESTADO 2 AÑOS DE VIDA ÚTIL

CORTINAS	60		BUEN ESTADO 1 AÑO DE VIDA ÚTIL
TELEVISOR	3		BUEN ESTADO 4 AÑOS DE VIDA ÚTIL
COMPUTADORAS	2		BUEN ESTADO 2 AÑOS DE VIDA ÚTIL
VENTILADOR Y ACONDICIONADORES DE AIRE	8		BUEN ESTADO 4 AÑOS DE VIDA ÚTIL
LAVADORA	1		BUEN ESTADO 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL
COLCHONES	40		BUEN ESTADO 3 AÑOS DE VIDA ÚTIL

Fuente: Elaborado por tesistas mediante la observación en el sitio

Cuadro N° 1
Ingresos 2008 – 2013

	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010			AÑO 2011			AÑO 2012			AÑO 2013		
Servicio de Alojamiento	Unidades	Precio	Total	Unidades	Precio	Total	Unidades	Precio	Total	Unidades	Precio	Total	Unidades	Precio	Total	Unidades	Precio	Total
Habitacion N°1	57	15.29	\$ 878.95	64	16.77	\$ 1,071.20	75	17.53	\$ 1,317.00	94	18.13	1702.96	111	19.17	2118.06	130	\$ 20.00	\$ 2,600.00
Habitacion N°2	56	15.29	\$ 858.67	62	16.77	\$ 1,046.48	73	17.53	\$ 1,286.61	92	18.13	1663.66	108	19.17	2069.19	127	\$ 20.00	\$ 2,540.00
Habitacion N°3	38	15.29	\$ 588.22	43	16.77	\$ 716.88	50	17.53	\$ 881.38	63	18.13	1139.67	74	19.17	1417.47	87	\$ 20.00	\$ 1,740.00
Habitacion N°4	29	15.29	\$ 439.48	32	16.77	\$ 535.60	38	17.53	\$ 658.50	47	18.13	851.48	55	19.17	1059.03	65	\$ 20.00	\$ 1,300.00
Habitacion N°5	22	38.23	\$ 845.15	25	41.93	\$ 1,030.00	29	43.82	\$ 1,266.34	36	45.33	1637.46	43	47.92	2036.60	50	\$ 50.00	\$ 2,500.00
Habitacion N°6	11	53.52	\$ 591.60	12	58.70	\$ 721.00	14	61.35	\$ 886.44	18	63.46	1146.22	21	67.09	1425.62	25	\$ 70.00	\$ 1,750.00
Habitacion N°7	10	76.45	\$ 777.53	11	83.86	\$ 947.60	13	87.64	\$ 1,165.04	17	90.66	1506.46	20	95.84	1873.67	23	\$ 100.00	\$ 2,300.00
Habitacion N°8	8	91.75	\$ 730.21	9	100.63	\$ 889.92	10	105.16	\$ 1,094.12	13	108.79	1414.76	15	115.01	1759.62	18	\$ 120.00	\$ 2,160.00
			\$ 5,709.80			\$ 6,958.68			\$ 8,555.42			\$ 11,062.66			\$ 13,759.27			\$ 16,890.00
Servicio de Alimentación																		
Ceviche de Camaron	60	5.35	\$ 319.47	66	5.87	\$ 389.34	78	6.13	\$ 478.68	98	6.35	618.96	115	6.71	769.83	135	\$ 7.00	\$ 945.00
Ceviche de Pescado	40	5.35	\$ 212.98	44	5.87	\$ 259.56	52	6.13	\$ 319.12	65	6.35	412.64	77	6.71	513.22	90	\$ 7.00	\$ 630.00
Camaron Apanado	39	4.59	\$ 178.49	43	5.03	\$ 217.54	51	5.26	\$ 267.45	64	5.44	345.83	75	5.75	430.13	88	\$ 6.00	\$ 528.00
Arroz Marinero	27	7.65	\$ 202.83	29	8.39	\$ 247.20	35	8.76	\$ 303.92	43	9.07	392.99	51	9.58	488.78	60	\$ 10.00	\$ 600.00
Pescado Apanado	33	3.06	\$ 101.42	37	3.35	\$ 123.60	43	3.51	\$ 151.96	54	3.63	196.49	64	3.83	244.39	75	\$ 4.00	\$ 300.00
			\$ 1,015.19			\$ 1,237.24			\$ 1,521.13			\$ 1,966.91			\$ 2,446.36			\$ 3,003.00
Bebidas Frias																		
Gaseosas	75	2.68	\$ 201.14	84	2.94	\$ 245.14	98	3.07	\$ 301.39	123	3.17	389.71	145	3.35	484.71	170	\$ 3.50	\$ 595.00
Aguas	72	0.38	\$ 27.38	80	0.42	\$ 33.37	94	0.44	\$ 41.03	117	0.45	53.05	138	0.48	65.99	162	\$ 0.50	\$ 81.00
			\$ 228.53			\$ 278.51			\$ 342.42			\$ 442.77			\$ 550.70			\$ 676.00
Total de ingresos			\$ 6,953.52			\$ 8,474.43			\$ 10,418.97			\$ 13,472.34			\$ 16,756.33			\$ 20,569.00

Cuadro N° 2

Costos 2008 – 2013

	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010			AÑO 2011			AÑO 2012			AÑO 2013		
	Q	Costo	Total	Q	Costo	Total	Q	Costo	Total	Q	Costo	Total	Q	Costo	Total	Q	Costo	Total
Costos Variables																		
Platos a la Carta																		
Ceviche de Camaron	60	\$ 2.38	\$ 141.93	66	\$ 2.61	\$ 172.98	78	\$ 2.73	\$ 212.67	98	\$ 2.82	\$ 274.99	115	\$ 2.98	\$ 342.03	135	\$ 3.11	\$ 419.85
Ceviche de Pescado	40	\$ 1.40	\$ 55.68	44	\$ 1.53	\$ 67.86	52	\$ 1.60	\$ 83.43	65	\$ 1.66	\$ 107.88	77	\$ 1.75	\$ 134.17	90	\$ 1.83	\$ 164.70
Camaron Apanado	39	\$ 2.58	\$ 100.25	43	\$ 2.83	\$ 122.18	51	\$ 2.95	\$ 150.22	64	\$ 3.06	\$ 194.24	75	\$ 3.23	\$ 241.59	88	\$ 3.37	\$ 296.56
Arroz Marinero	27	\$ 4.01	\$ 106.49	29	\$ 4.40	\$ 129.78	35	\$ 4.60	\$ 159.56	43	\$ 4.76	\$ 206.32	51	\$ 5.03	\$ 256.61	60	\$ 5.25	\$ 315.00
Pescado Apanado	33	\$ 2.29	\$ 76.06	37	\$ 2.52	\$ 92.70	43	\$ 2.63	\$ 113.97	54	\$ 2.72	\$ 147.37	64	\$ 2.88	\$ 183.29	75	\$ 3.00	\$ 225.00
Bebidas Frias																		
Gaseosas	75	\$ 1.15	\$ 86.20	84	\$ 1.26	\$ 105.06	98	\$ 1.31	\$ 129.17	123	\$ 1.36	\$ 167.02	145	\$ 1.44	\$ 207.73	170	\$ 1.50	\$ 255.00
Agua	72	\$ 0.11	\$ 8.21	80	\$ 0.13	\$ 10.01	94	\$ 0.13	\$ 12.31	117	\$ 0.14	\$ 15.92	138	\$ 0.14	\$ 19.80	162	\$ 0.15	\$ 24.30
Suministros de Huesped	298	\$ 1.13	\$ 337.72	332	\$ 1.24	\$ 411.59	390	\$ 1.30	\$ 506.03	488	\$ 1.34	\$ 654.33	574	\$ 1.42	\$ 813.83	675	\$ 1.48	\$ 999.00
TOTAL COSTOS VARIABLES			\$ 912.56			\$ 1,112.16			\$ 1,367.35			\$ 1,768.07			\$ 2,199.05			\$ 2,699.41
Costos Fijos																		
Servicios Basicos	12	\$ 229.36	\$ 2,752.36	12	\$ 251.58	\$ 3,018.93	12	\$ 262.91	\$ 3,154.90	12	\$ 271.97	\$ 3,263.58	12	\$ 287.52	\$ 3,450.24	12	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Sueldos y Salarios	12		\$ 5,847.34	12		\$ 6,363.66	12		\$ 6,637.94	12		\$ 6,858.98	12		\$ 7,230.05	12		\$ 8,237.92
Seguridad Social	12		\$ 1,155.84	12		\$ 1,257.90	12		\$ 1,312.12	12		\$ 1,355.81	12		\$ 1,429.16	12		\$ 1,651.20
Depreciacion			\$ 1,305.00			\$ 1,305.00			\$ 1,305.00			\$ 1,305.00			\$ 1,305.00			\$ 1,485.00
Licencias de Funcionamiento y Permisos	1	\$ 61.16	\$ 61.16	1	\$ 67.09	\$ 67.09	1	\$ 70.11	\$ 40.52	1	\$ 72.52	\$ 52.40	1	\$ 76.67	\$ 65.17	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Gastos de Mantenimiento y Limpieza	12	\$ 129.97	\$ 1,559.67	12	\$ 142.56	\$ 1,710.73	12	\$ 148.98	\$ 1,787.78	12	\$ 154.11	\$ 1,849.36	12	\$ 162.93	\$ 1,955.14	12	\$ 170.00	\$ 2,040.00
TOTAL COSTOS FIJOS			\$ 12,681.37			\$ 13,723.31			\$ 14,238.26			\$ 14,685.14			\$ 15,434.76			\$ 17,094.12
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES			\$ 13,593.93			\$ 14,835.46			\$ 15,605.61			\$ 16,453.20			\$ 17,633.81			\$ 19,793.53

BIBLIOGRAFIA

1. Badillo, José. (2002). Historia de la Hotelería. La hotelería en la edad antigua descripción y surgimiento de la hotelería, obtenida el 20 de Mayo del 2014, disponible en http://issuu.com/alexzarzosa/docs/origenes_de_la_hosteleria_clase_nuevo
2. Decreto Ejecutivo No. 1186. RO/ 244 de 5 de Enero del 2004. Ley de Turismo, disponible en <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/lotaipdiciembre2012/LOTAIP/BAS E%20LEGAL/Reglamento%20General%20a%20la%20Ley %20de%20Turismo.PDF>
3. UNWTO, (1998). Introduction to Tourism - Introducción al Turismo (Versión española), obtenida el 15 de Septiembre del 2013 disponible en : <http://www.wtoelibrary.org/content/r r13511/fulltext?p=0e5881acc46644cf98352c5a29de3623&pi =0#section=890000&page=8&locus=34>
4. Martínez, C. C., P. O. Valdivia y S. Y. Cruz (2007). El plan de negocios; una técnica para la gestión de empresas turísticas. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos43/plan-de-negocios.shtml>.
5. LOPEZ DUMRAUF, G. (2006), Cálculo Financiero Aplicado, un enfoque profesional, 2a edición, Editorial La Ley, Buenos Aires.