



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y
Recursos Naturales

LICENCIATURA EN TURISMO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL CON PRODUCTOS
TURÍSTICOS EN SALINAS, PARA MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA DEL
DESTINO”

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentada por:

Johanna del Carmen Espinoza Uvidia

Guayaquil, Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

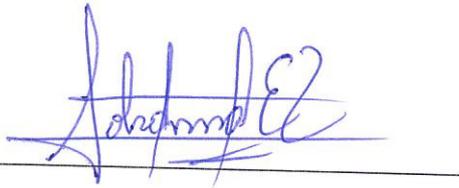
Me gustaría agradecer en primer lugar a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado.
Agradezco al MSc. Wilmer Carvache por su apoyo con sus conocimientos y experticia. A la evaluadora MSc. Cecilia Banderas por sus comentarios y sugerencias.
A mi familia que me apoyo en la culminación de esta etapa de formación.
A todas las personas que de alguna forma son parte de este logro.

DEDICATORIA

A mi madre por haber sido la fundadora de mis valores y enseñarme lo que es la superación y entrega, su confianza me impulso a seguir hasta el final y alcanzar una meta importante en mi vida. A mi hijo a quien adoro por su cariño y comprensión.

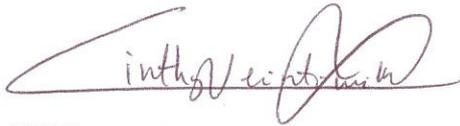
DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de esta Tesis de grado, corresponden únicamente a la autora, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Johanna del Carmen Espinoza Uvidia', written over a horizontal line.

Johanna del Carmen Espinoza Uvidia

TRIBUNAL DE GRADO



M.B.A. Cinthy Veintimilla
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL
DE SUSTENTACIÓN



MSc. Wilmer Carvache
DIRECTOR DE TESIS



MSc. Cecilia Banderas
EVALUADOR

RESUMEN

La presente tesis está basada en una propuesta de un hostel en Salinas, su principal objetivo es la creación de un hostel en Salinas con productos turísticos para mejorar la oferta del destino. La tesis consta de cuatro capítulos claramente detallados.

En el primer capítulo se describe los métodos, las técnicas, los instrumentos, el tamaño de la muestra y el análisis de los resultados de la investigación.

En el segundo capítulo se describe el plan de marketing, el macro-entorno, micro-entorno, los objetivos y las estrategias del Marketing Mix.

En el tercer capítulo se encuentra el plan de operaciones y recursos humanos con los procesos, descripción de los equipos, organización y la descripción de los puestos y reclutamiento del personal.

En el cuarto capítulo se detalla el análisis financiero, con la descripción de del Estado de pérdidas y ganancia, el Flujo de caja y los índices financieros.

ÍNDICE GENERAL

Pág.

AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	111
DECLARACIÓN EXPRESA	IV
INDICE DE IMÁGENES	V
INDICE DE GRÁFICOS	VI
INDICE DE TABLAS	VII
INTRODUCCIÓN	22
CAPITULO I	23
1. Estudio de Mercados	23
1.1 Características del mercado	23
1.1.1 Características Generales	23
1.1.2 Tipos de turismo en Salinas	4
1.1.3 Atractivos turísticos.	4
1.2 Demanda y oferta	7
1.2.1 Demanda	7
1.2.2 Oferta.....	9
1.2.3 Demanda Insatisfecha	17
1.3. Investigación de mercados	18
1.3.1 Objetivos y metodología	18
1.3.2 Análisis de las encuestas	21
CAPITULO	37
1 Plan de Marketing	37
2.1 El Macro-entorno	37
2.2 El micro-entorno y el FODA	41
2.3 Objetivo, Mercado objetivo y Posicionamiento	44
2.4 El Marketing Mix.	45
2.4.1 Estrategias de Producto.	45
2.4.2 Estrategia de precios.....	49
2.4.3 Estrategia de distribución	51
2.4.4 Estrategia de Promoción	53

CAPÍTULO 3	56
3 Plan de Operaciones y Recursos Humanos.....	56
3.1 Procesos y Productos	56
3.1.1 Los valores.....	56
3.1.2 Políticas.....	57
3.1.3 Proceso para el control del servicio en el Hostal.....	57
3.1.4 Proceso para el control del servicio en el Restaurante del Hostal.....	58
3.1.5 Proceso de recepción de materias primas.....	59
3.1.6 Distribución del Hostal	59
3.2 Implementos, equipos y maquinarias.....	62
3.2.1 Muebles y enseres y los implementos.....	62
3.2.2 Equipos y maquinarias.....	64
3.3 Organización y descripción de puestos.....	65
3.3.1 Organograma del Hostal.....	65
3.3.2 Descripción de puestos.....	66
3.4 Reclutamiento del personal y capacitación.....	77
3.4.1 Reclutamiento del personal.....	78
3.4.2 Capacitación	78
CAPITULO 4	80
4 Estudio Financiero	80
4.1 Infraestructura e inversiones.....	80
4.1.1 Infraestructura Inicial	80
4.1.2 Muebles y Enseres, lencería, menaje y vajilla	84
4.1.3 Maquinarias y equipos	87
4.2 Costos y Gastos	89
4.2.1 Costos.....	89
4.2.2 Gastos	91
4.3 Estado de Pérdida y Ganancia	94
4.3.1 Estimación de los Ingresos	94
4.3.2 Estado de Pérdida y ganancia (proyectado).....	97
4.4 Flujo de Caja	98
4.5 Indicadores Financieros.....	99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	101

ANEXOS.....	103
BIBLIOGRAFÍA.....	1069

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No 1: Terreno donde se ubicará el Hostal	51
Imagen No 2: Restaurante D´Mariscos	52
Imagen No 3: Discoteca Bar Restaurante SIN	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1: Tipo de Turista.....	21
Gráfico No 2: Edad de los Turistas	22
Gráfico No 3: Frecuencia de visita al destino	23
Gráfico No 4: Con quienes viajan los encuestados	24
Gráfico No 5: Temporada en que viajan los turistas	25
Gráfico No 6: Días en que permanece el turista en el destino.....	26
Gráfico No 7: Lugares donde se hospedan los turistas	27
Gráfico No 8: Problemas para encontrar hospedaje	28
Gráfico No 9: Tipos de hospedajes que faltan en el destino	29
Gráfico No 10: Gustos de los turistas por hospedarse en el hostel	30
Gráfico No 11: Gustos de los turistas por algún paquete turístico	31
Gráfico No 12: Tipos de paquetes turísticos que le gustaría adquirir	32
Gráfico No 13: Factores más importantes del Hostal	33
Gráfico No 14: Tipos de clientes más frecuentes	34
Gráfico No 15: Precio que está dispuesto a pagar el turista.....	35
Gráfico No 16: Organigrama del Hostal	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I: Arribos Nacionales.....	8
Tabla III: Hospedaje en el Cantón Salinas	11
Tabla IV: Demanda Insatisfecha	18
Tabla V: Ingreso por turismo/ exportaciones	38
Tabla VI: Cifras llegada de extranjeros en los últimos años.....	39
Tabla VII: Precios por temporada.....	51
Tabla IX: Lencería.....	63
Tabla X: Menaje.....	63
Tabla XI: Vajilla	64
Tabla XII: Equipos y maquinarias	65
Tabla XIV: Gastos de constitución e instalación	83
Tabla XV: Inversión en muebles y enseres.....	84
Tabla XVI: Inversión en lencería.....	85
Tabla XVII: Inversión en Menaje	86
Tabla XVIII: Inversión en vajilla	87
Tabla XIX: Inversión en equipos área de servicios	87
Tabla XXI: Suministros de oficina.....	89
Tabla XXII: Costos directos.....	90
Tabla XXIII: Costos indirectos	90
Tabla XXIV: Gasto Administrativo.....	91
Tabla XXV: Gasto de ventas y mercadeo	91
Tabla XXVI: Gasto financiero	92
Tabla XXVII: Tabla de amortización	93
Tabla XXVIII: Tabla de depreciación	94

Tabla XXIX: Ocupación en temporada alta	95
Tabla XXX: Ocupación en temporada baja	95
Tabla XXXI: Ingreso por habitaciones	96
Tabla XXXII: Ingreso por alimentos y bebidas	97
Tabla XXXIII: Estado de pérdidas y ganancias.....	98
Tabla XXXIV: Flujo de caja	99
Tabla XXXV: Indicadores financieros de retorno.....	100

INTRODUCCIÓN

Salinas es un Balneario muy visitado por turistas nacionales e internacionales y cuenta con una infraestructura Hotelera de 93 Hoteles registrados en La Dirección de Turismo del Cantón, donde existen hoteles de primera, segunda y tercera categoría, ofreciendo a los turistas 6031 plazas habitaciones, según fuentes del Catastro Turismo Salinas.

La capacidad hotelera en Salinas se ocupa casi en su totalidad en los 3 meses de temporada alta, en feriado de Semana Santa y en Fin de año.

Un Hotel con Productos Turísticos es de suma importancia para este destino, debido a que no hay suficientes hoteles que puedan satisfacer la demanda y al mismo tiempo que ofrezcan productos turísticos.

Este trabajo está dividido en cuatro capítulos para su fácil lectura, donde se abordan la metodología utilizada y el desarrollo de una propuesta con sus respectivas estrategias, análisis, conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

1. Estudio de Mercados

1.1 Características del mercado

1.1.1 Características Generales

El Cantón Salinas se extiende en una bahía en forma de media luna, con una extensión territorial que llega a los 71 kilómetros cuadrados. Su fecha de cantonización fue el 22 de diciembre de 1937, encontrándose entre sus

Parroquias a Vicente Rocafuerte y Santa Rosa, Carlos Espinoza Larrea, Gral. Alberto Enrique Gallo, José Luis Tamayo y Anconcito.

El Balneario Salinas se encuentra ubicado a 141 km de Guayaquil, es uno de los Balneario más visitados por turistas nacionales e internacionales, cuenta con una playa cuya extensión es de 15 kilómetros, con aguas de temperatura cálida, cuyo nombre se origina por su fuente de producción de sal yodada.

Según el Censo de Población del 2011, Salinas tiene una población de 90.031 habitantes, con una población que aumenta en un 50% en el periodo vacacional, donde se estima que acuden 500.000 visitantes durante el feriado.

El turismo aporta a la generación de empleo y al mejoramiento de la calidad de vida, siendo el turismo la actividad terciaria para esta población, con temporadas altas entre enero y abril para los turistas de la Costa y la temporada media y baja entre agosto y octubre para los turistas de la Sierra.

Entre las actividades económicas más representativas en este destino se encuentra el turismo, la pesca y el comercio. Otras de las actividades relacionadas al turismo son las artesanías, en su gran mayoría provenientes en parte de Manabí y Esmeraldas.

1.1.2 Tipos de turismo en Salinas

En Salinas se puede disfrutar del turismo de deporte, aventura, Rural y Cultural.

Turismo de deporte

En Salinas se practican varios deportes, entre ellos el tenis, lightning, futbol, pesca deportiva, voleibol playero, buceo, jet ski, tabla, vela y surf en pueblo nuevo.

Turismo de aventura

En este tipo de turismo se encentran la observación delas ballenas jorobadas durante los meses de junio a septiembre, contratar los servicios de la banana acuática, motos acuáticas, alquiler de botes y camping.

Turismo Rural y Cultural

Este tipo de turismo permite el intercambio de conductas y formas de vida mediante el contacto con diferentes culturas, costumbres y tradiciones de los recintos peninsulares.

1.1.3 Atractivos turísticos.

Entre los atractivos turísticos encontramos los siguientes:

Playa Chipipe. Es la playa más ancha, cuenta con altos edificios, recomendable para niños por sus escasas olas.

Playa de San Lorenzo. Es ideal para la práctica del surf por sus olas grandes, en este sitio hay una variedad de artesanías y actividad pesquera.

Playa de Mar Bravo, Esta playa es visitada para la puesta del Sol, aunque es prohibido bañarse, debido a que sus aguas son peligrosas.

La chocolatera. Se encuentra ubicada en la Base Naval de Salinas, es el punto más occidental de Sudamérica y posee una colonia de 20 lobos marinos y un faro. Su nombre se debe que las olas revientan en las cuevas existentes.

Entre otros atractivos turísticos encontramos los siguientes:

- El reposo de los lentos lobos marinos en el sector de la Puntilla
- Iglesia Central Nuestra Señora de la Merced
- Parque Cívico de San Lorenzo
- Malecón de Santa Rosa
- Paseo Artesanal Los Cedros
- Malecón de Anconcito
- Mercado artesanal de Salinas
- Museo de Ballenas

- Parque e Iglesia Central de José Luis Tamayo
- La práctica del buceo en el Islote del Pelado en Ayangue

Además Salinas es sede de famosos Certámenes de belleza, de rapeling, velerismo, alas delta, de campeonatos mundiales de pesca y nacionales de voleibol y sede del campeonato de Tenis Challenger.

La gastronomía

Se ofrecen en este destino diferentes platos típicos como son el ceviche de camarón, la sopa marinera, los camarones apanados, los deliciosos cangrejos, el filete de pescado, entre otros.

Pesca en mar abierto

Salinas es uno de los mejores lugares para pescar, solo es necesario alejarse una corta distancia para pescar especies marinas de aguas profundas como los atunes, peces vela, dorado y peces espada.

El mar significa la mayor riqueza para el cantón, entre los peces y mariscos en este sitio podemos encontrar a los camarones, langostas, pulpo, atún, corvina, picudo, lisa, conchas, ostiones y cangrejos. Uno de los lugares donde se dedican con mayor frecuencia a la pesca artesanal es Anconcito, donde casi la mitad de la población se dedica a esta actividad.

Hotelería

Salinas cuenta con hoteles de primera categoría, clubes, discotecas, bares y centros deportivos, cuenta con una infraestructura Hotelera de 93 Hoteles registrados en la Dirección de Turismo del Cantón, entre ellos hoteles de primera, segunda y tercera categoría. Estos hoteles cuentan con amplias instalaciones y modernos equipamiento, donde existen un excelente servicio y un ambiente acogedor, ofreciendo a los turistas 6031 plaza habitaciones.

La capacidad hotelera en Salinas se ocupa en su totalidad en los 3 meses de temporada alta (De enero a marzo), en feriado de Semana Santa y en Fin de año, siendo muy difícil para estas fechas la reserva de habitaciones.

Uno de los Hoteles de lujo y gran capacidad es el Barceló Colón Miramar con 394 Plaza habitaciones, siendo este hotel el más conocido del sector.

1.2 Demanda y oferta

1.2.1 Demanda

Según estadísticas del Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo, en el 2013 ingresaron a este Aeropuerto 774.479 turistas extranjeros y 1.034.956 turistas nacionales, lo que da un total de ingreso de 1.809.435 turistas al año.

Tabla I: Arribos Nacionales

ARRIBO NACIONAL									
2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
44.469	51.881	59.431	64.064	67.235	73.498	78.957	81.135	83.879	80.554
43.078	51.389	57.300	66.831	65.136	73.971	78.185	82.839	80.682	75.352
50.032	59.289	67.608	73.029	78.281	84.951	87.199	90.759	82.185	91.154
42.853	54.977	59.775	73.090	79.662	81.248	83.470	84.505	84.529	0
45.762	55.994	63.814	71.924	77.223	78.764	94.364	87.582	81.371	0
50.141	53.401	66.285	69.883	76.966	77.340	91.015	87.146	81.246	0
53.278	62.347	73.881	80.641	87.126	87.121	101.870	93.702	94.156	0
53.670	63.053	73.954	79.020	84.386	88.944	97.083	93.817	93.769	0
48.452	60.084	63.783	71.102	71.625	80.920	96.291	87.352	78.933	0
51.958	60.746	70.609	77.416	83.572	84.075	97.213	95.977	94.884	0
49.542	61.665	63.897	71.953	75.453	79.853	91.429	92.947	92.088	0
52.276	63.307	60.633	73.316	82.920	86.959	97.719	89.193	87.234	0
585.511	698.133	780.970	872.269	929.585	977.644	1.094.795	1.066.954	1.034.956	247.060

Fuente: Estadísticas del Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo

Tabla II: Arribos Internacionales

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
					ARRIBO				
28.004	36.205	37.194	43.452	40.640	INTERNACIONAL	49.505	56.198	54.475	66.741
29.922	38.667	40.462	41.409	45.358	47.045	48.971	57.947	57.155	67.706
36.670	43.617	44.820	48.936	51.891	52.079	58.966	62.492	61.529	68.967
32.674	38.062	39.541	41.233	44.198	45.559	50.559	51.176	59.072	0
31.438	33.956	39.133	42.566	43.988	45.010	55.161	47.989	60.034	0
37.358	40.854	45.439	47.829	51.730	52.558	57.258	52.901	63.936	0
44.904	48.032	48.570	52.543	52.014	56.363	64.017	54.756	67.636	0
41.381	43.093	43.457	49.842	45.230	57.368	63.265	55.212	78.058	0
33.081	39.223	37.918	38.512	45.676	45.899	54.805	49.256	58.620	0
34.098	40.632	42.647	45.156	47.348	52.190	56.662	52.448	69.442	0
38.132	43.803	45.913	45.230	49.844	56.979	64.939	55.978	65.090	0
50.080	51.375	55.080	53.651	56.042	61.828	69.799	64.810	79.432	0
437.742	497.519	520.174	550.359	573.959	616.146	693.907	661.163	774.479	203.414

Fuente: Estadísticas del Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo

Por otro lado, según estadísticas de la Cámara de Turismo en Salinas, a este destino llegaron 2.120.267 turistas en el año 2011, este valor se le multiplica el 98% de turistas que según las encuestas si le gustaría hospedarse en un hostel que ofrezca productos turísticos, dando como resultado 2.077.959 turistas que representan la demanda.

1.2.2 Oferta

Según fuentes del Catastro Turismo ,en Salinas hay 6031 plaza habitaciones, por otro lado, según estadísticas de CAPTUR 2013, el porcentaje de

ocupación en habitaciones en el 2013 fueron de 57,7%. La oferta es de 348.410 hospedajes al año. Según los resultados de las encuestas, el 38% permanece en el destino de uno a dos días, muy seguido con un 36% se encuentran los turistas que permanecen de tres a cuatro días, por lo que se toma el promedio de 2,5 días. , por lo que se divide los 348.410 hospedajes al año para 2,5. La oferta es de 139.364 turistas.

Entre los Hoteles cercanos de la Playa se encuentran los siguientes:

Caravel Hotel. Habitaciones con vista al Mar, perfectamente ventiladas, baños privados, precios cómodos. En la dirección web se presenta más información.: <http://caravelecuador.com/es/servicios>.

Hotel Bleu. Habitaciones matrimoniales, suite con vista al mar, piscina, parqueo privado, Salones de Eventos .En la dirección web se presenta más información.: <http://www.hotelbleu.com.ec/>.

Hostal Diamond of the Sea. Ubicado en la avenida tercera 577 dos cuadras atrás del Colon Miramar, con habitaciones equipadas con refrigerador, microonda, aire acondicionado, TV cable. La dirección web para una mayor información es la siguiente: <http://hostaldiamond.com/>.

Hotel Suites Salinas. Cuenta con Salón de eventos, habitaciones con nevera y TV cable. En la dirección web para una mayor información es la siguiente: <http://www.salinashoteles.com/suitesalinas.htm>.

Hotel Francisco I y II. Cafetería, piscina, aire acondicionado, agua caliente.

<http://www.hoteles-salinas.com/francisco-I-II.php>.

Hostal Cocos. Ubicado frente al Malecón de Salinas, con habitaciones, estándar, Plus, Superior, y Vista al Mar (VIP). Con piscina, restaurante, Salón de Eventos, Tours culturales, arqueológicos. La dirección web es: http://www.hotelesdesalinas.com/cocos_hostal_salinas/hostal_salinas.html

Hotel Marvento II. Habitaciones, suites, matrimoniales y familiares, con aire acondicionado, servicio de parqueo y piscina. En la dirección web es la siguiente: <http://hotelmaventosalinas.com/habitaciones.htm>.

Se detalla a continuación el cuadro de los hospedajes en el Cantón Salinas y el número de plaza habitaciones según fuentes del Catastro Turismo Salinas:

Tabla III: Hospedaje en el Cantón Salinas

Tipo de Actividad	Nombre	Plazas Habitaciones	Categoría
PENSIÓN	MARINERO EL	25	PRIMERA
PENSIÓN	CASA BLANCA	24	PRIMERA
PENSIÓN	MARNIER	26	PRIMERA
PENSIÓN	HOSTAL AQUÍ	41	PRIMERA

PENSIÓN	LE PETIT JARDÍN	30	PRIMERA
PENSIÓN	DIAMOND OF THE SEA	14	SEGUNDA
PENSIÓN	CARLONCHO	0	SEGUNDA
PENSIÓN	POSADA DEL BUCANERO LA	24	SEGUNDA
PENSIÓN	AUTENTICO DIAMANTE EL	24	SEGUNDA
PENSIÓN	LA CARACOLA	46	SEGUNDA
PENSIÓN	COPA MAR	21	SEGUNDA
PENSIÓN	J.C. CAMPIÑA MARINA	34	SEGUNDA
PENSIÓN	LUZ DE LUNA	24	SEGUNDA
PENSIÓN	J & S HOTEL`S	18	SEGUNDA
PENSIÓN	CAMPING BEACH	1	TERCERA
PENSIÓN	LOLITA MARIA	18	TERCERA
PENSIÓN	KASA MARINA	0	TERCERA
PENSIÓN	BIG RALPH`S	28	TERCERA
PENSIÓN	SEA SIDE	15	TERCERA
PENSIÓN	POSADA PARIS	20	TERCERA
PENSIÓN	PENSIÓN VILLA	19	TERCERA

	VENECIA		
PENSIÓN	BUTA_K	57	TERCERA
PENSIÓN	MAR Y ARENA	27	TERCERA
HOSTAL	FRANCISCO I	78	PRIMERA
HOSTAL	TROPICAL EL	73	PRIMERA
HOSTAL	VISTA SOL	45	PRIMERA
HOSTAL	AMIRA	65	PRIMERA
HOSTAL	CARRUAJE EL	41	PRIMERA
HOSTAL	MARVENTO	60	SEGUNDA
HOSTAL	MARVENTO III	46	SEGUNDA
HOSTAL	FLORIDA	60	SEGUNDA
HOSTAL	FRANCISCO II	36	SEGUNDA
HOSTAL	GEMELOS LOS	36	SEGUNDA
HOSTAL	ITALIANA	68	SEGUNDA
HOSTAL	PALACIO DEL MAR	58	SEGUNDA
HOSTAL	YULEE	14	SEGUNDA
HOSTAL	RONABI BEACH	46	SEGUNDA
HOSTAL	FRANCISCO III	58	SEGUNDA
HOSTAL	EUSKAL BEACH	37	SEGUNDA

HOSTAL	RIVIERA DEL SOL	53	SEGUNDA
HOSTAL	HOSTAL MANHATTAN	32	SEGUNDA
HOSTAL	PALMERAS LAS	72	SEGUNDA
HOSTAL	RIVIERA INN	86	SEGUNDA
HOSTAL	CARIDI	34	SEGUNDA
HOSTAL	TUVENTURA	42	SEGUNDA
HOSTAL	PLAYA DORADA	0	SEGUNDA
HOSTAL	GREY	50	TERCERA
HOSTAL	DELFIN EL	37	TERCERA
HOSTAL	OLAS LAS	0	TERCERA
HOSTAL	MIAMI	72	TERCERA
HOSTAL	DREAM BEACH COLONIAL	27	TERCERA
HOSTAL	ITALIANA	36	TERCERA
HOSTAL	LA PROA	40	TERCERA
HOSTAL	ALBITA	44	TERCERA
HOSTAL	INTERNACIONAL	98	TERCERA
HOSTAL	MAYRITA	44	TERCERA
HOSTAL	REFUGIO EL	89	TERCERA

HOSTAL	ROCAS LAS	38	TERCERA
HOSTAL	DELFÍN DE KALIMA		
RESIDENCIA	EL	62	SEGUNDA
HOSTAL			
RESIDENCIA	TRES CIROS	33	SEGUNDA
HOSTAL			
RESIDENCIA	VICKY	55	SEGUNDA
HOSTAL			
RESIDENCIA	ORO DEL MAR	128	TERCERA
HOSTAL			
RESIDENCIA	DIANO MARINA	29	TERCERA
HOSTAL			
RESIDENCIA	ENSENADA	30	TERCERA
	PLAYA CANELA		
HOSTERÍA	HOTEL BOUTIQUE	14	PRIMERA
HOSTERÍA	PUERTO AGUAJE	34	PRIMERA
	ECOLÓGICA EL		
HOSTERÍA	FARO	0	PRIMERA
	REPOSO DEL		
HOSTERÍA	GUERRERO EL	22	SEGUNDA
HOSTERÍA	MILINA BEACH	54	SEGUNDA
HOSTERÍA	MAR ADENTRO	41	SEGUNDA

HOSTERÍA	SHANTI MI KA	19	TERCERA
HOSTERÍA	POSADA PELICANO	27	TERCERA
HOTEL	BLUE MARLIN DEL PACIFICO	140	LUJO
HOTEL	BARCELO COLON MIRAMAR	364	LUJO
HOTEL	DEL MAR	80	PRIMERA
HOTEL	MEDITERRANEO	198	PRIMERA
HOTEL	CHIPIPE	600	PRIMERA
HOTEL	COCOS	98	SEGUNDA
HOTEL	SUITE SALINAS	282	SEGUNDA
HOTEL	DON MINCHO	160	SEGUNDA
HOTEL	SALINAS	68	SEGUNDA
HOTEL	SALINAS COSTA AZUL	87	SEGUNDA
HOTEL	MARVENTO II	140	SEGUNDA
HOTEL	GREENFIELD BEACH	107	SEGUNDA
HOTEL	DORADO INN	144	TERCERA
HOTEL	APARTAMENTO TRAVEL SUITES	15	PRIMERA

HOTEL			
APARTAMENTO	BLEU		144 PRIMERA
HOTEL	BRISAS DE MAR		
APARTAMENTO	BRAVO		49 TERCERA
HOTEL			
RESIDENCIA	MILTON INN		93 SEGUNDA
HOTEL			
RESIDENCIA	ARAGOSTA		218 SEGUNDA
HOTEL			
RESIDENCIA	SANTA ROSA		72 TERCERA
HOTEL			
RESIDENCIA	ORO DEL MAR 2		70 CUARTA
HOTEL			
RESIDENCIA	CARAVEL		103 CUARTA

Fuente: Catastro Turismo Salinas

1.2.3 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la resta de la demanda actual y de la oferta actual. Se obtiene como resultado una demanda insatisfecha de 1.938.595 turistas.

Tabla IV: Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA	=	DEMANDA ACTUAL	-	OFERTA ACTUAL	RESULTADO DEMANDA INSATISFECHA
En turistas		2.077.959		139.364	1.938.595

1.3. Investigación de mercados

1.3.1 Objetivos y metodología

Objetivo General

Realizar una investigación de mercado cuantitativa para la creación de un Hostal con productos turísticos en Salinas.

Objetivo Específico

- Identificar el segmento elegido
- Encontrar el Perfil de Turista
- Analizar las características del servicio

Metodología de recolección de información

Para este estudio se ha visto la necesidad de realizar un estudio concluyente descriptivo de tipo cuantitativo, para obtener resultados cuantificados en

porcentajes. El tipo de muestreo utilizado es el probabilístico aleatorio simple y se utiliza como técnica la encuesta y como instrumento al cuestionario estructurado con preguntas cerradas y ordenadas para conocer el perfil de los turistas, sus gustos y preferencias, el grado de aceptación de la propuesta y las características del nuevo servicio.

Encuesta.

Las encuestas fueron realizadas el sábado 8 y domingo 9 de febrero del 2014 en el Malecón de Salinas, debido a que en esta fecha el destino se encuentra en temporada alta, a pocos días de los carnavales, lo que servirá para tener una apreciación de las necesidades, gustos y preferencias de los turistas en temporada alta. El universo del estudio lo conformaron los turistas nacionales y extranjeros que se encontraban visitando el destino por más de 1 días, procurando encuestar a un 80% de turistas nacionales, debido a la concurrencia de este tipo de turistas en el destino, y tan solo un 20% de turistas extranjeros. El 55% de las encuestas fueron dirigidas al segmento entre 20 y 39 años. Se eligieron dos segmentos para esta elección, el primero entre los 20 a 25 años, debido a que según estudios del Ministerio de Turismo en el 2013, los turistas entre los 16 y 25 años, son los que más viajan, el segundo segmento elegido fueron los turistas entre los 26 y 39 años, debido a que este segmento los compradores potenciales ya tienen

hijos pequeños y jóvenes, por lo que es un segmento familiar que no hay que descuidar. La encuesta consta de 15 preguntas con la que se pretende obtener información del perfil del Turista, segmento objetivo y características del servicio (ver Anexo No. 1).

Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra utilizamos la siguiente fórmula con una población infinita:

$$n = Z^2 p (1-p) / E^2$$

Donde:

N: Tamaño de la muestra

E: error máximo aceptable

Z: Valor en la curva normal para cierto intervalo de confianza

p: proporción de la muestra

Para este estudio se utilizó los valores de:

Z= 1.96 (para un 95% de intervalo de confianza, siendo el nivel de confianza la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad).

p = 0.5 (no tenemos idea de la proporción, utilizamos P=0.5 (50%) que maximiza el tamaño muestral

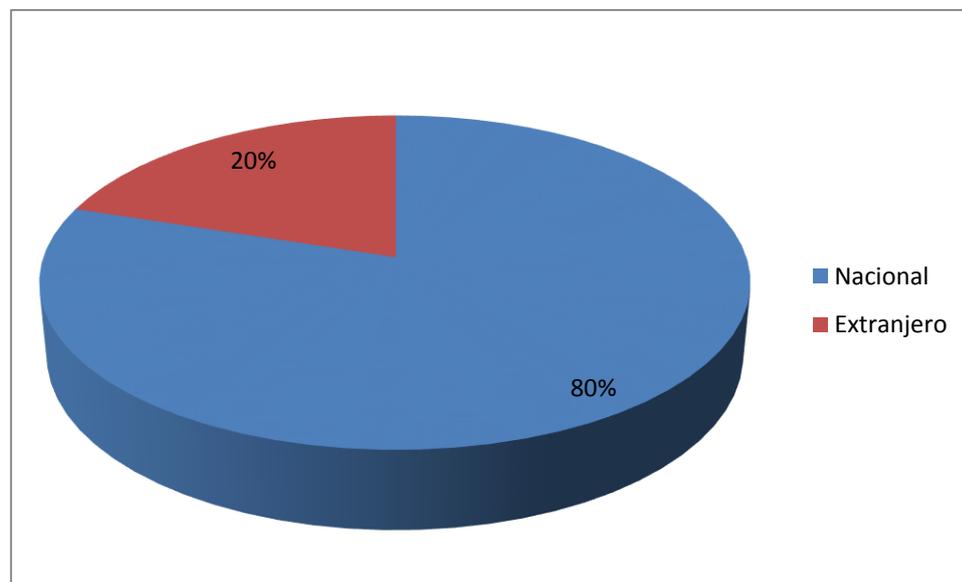
Error = 7% (estimación basada en una muestra se aleja del valor que se hubiera obtenido por medio de un censo completo).

Obteniendo un $n = 196$, utilizando 200 encuestas, debido a que es más fácil trabajar con 200 encuestas.

1.3.2 Análisis de las encuestas.

Pregunta No1: Usted es Turista?

Gráfico No 1: Tipo de Turista

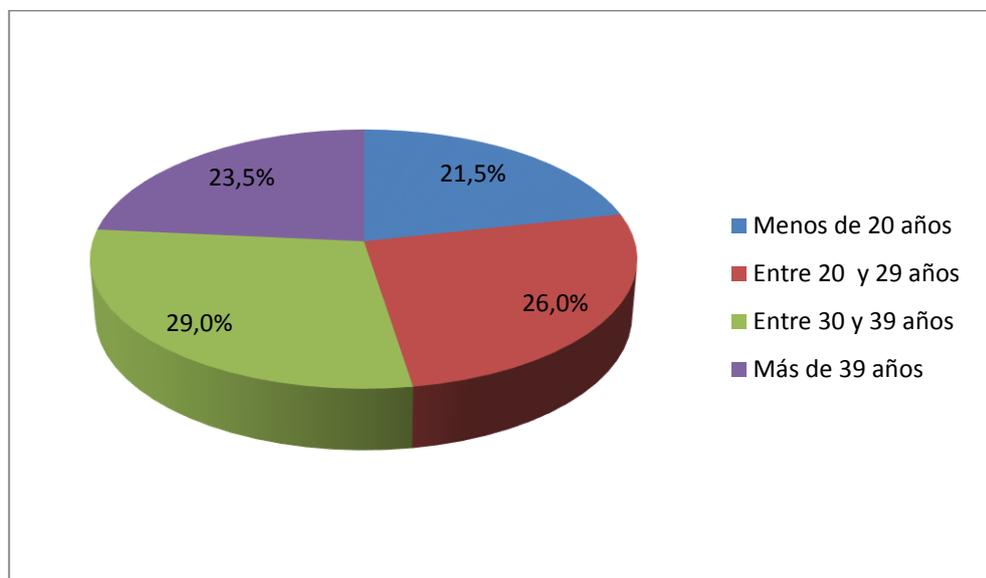


Fuente: Encuesta

El 80% son turistas nacionales, por lo que es el segmento más representativo.

Pregunta No 2: Su edad se encuentra en el tramo de?

Gráfico No 2: Edad de los Turistas

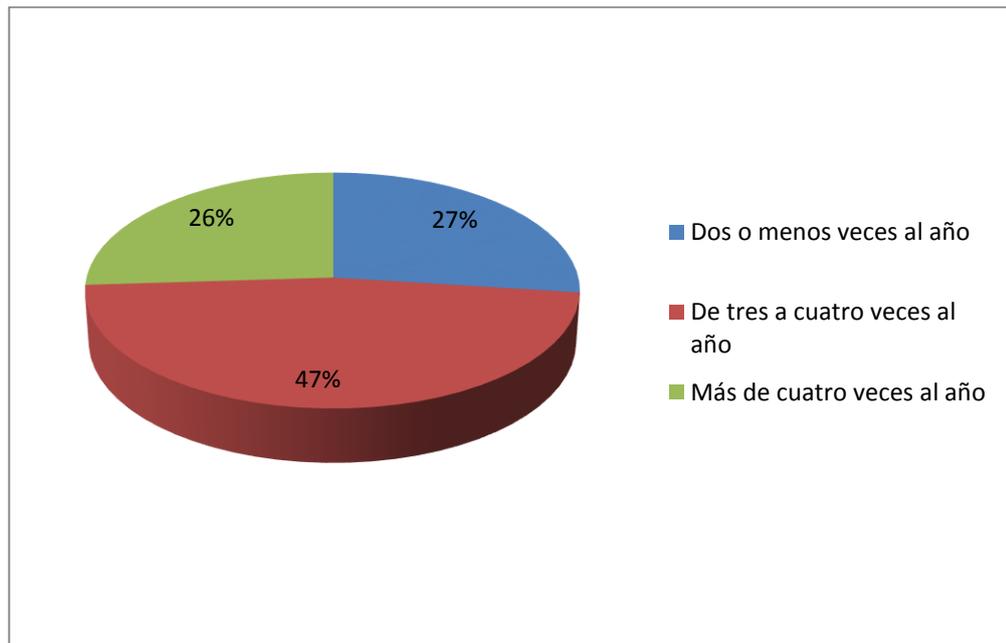


Fuente: Encuesta

El 29 % de los encuestados se encuentran entre la edad de 30 y 39 años, seguido por el 26% que pertenece a los encuestados entre la edad de 20 y 29 años.

Pregunta No 3: Usted visita Salinas?

Gráfico No 3: Frecuencia de visita al destino

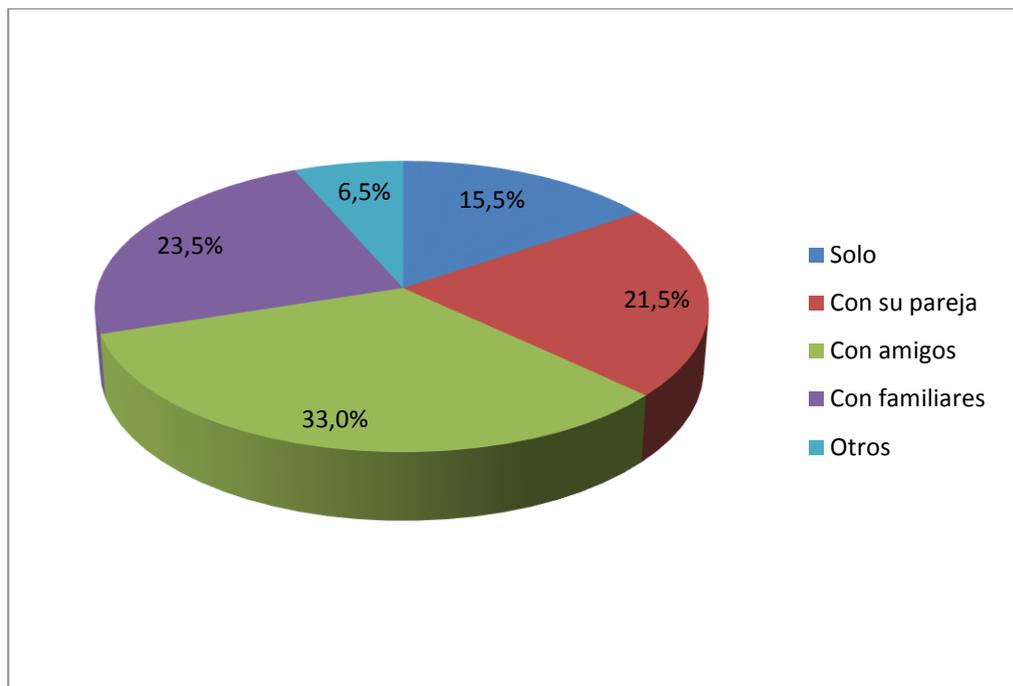


Fuente: Encuesta

El 47 % de los encuestados visitan Salinas de tres a cuatro veces al año (casi la mitad de los encuestados), por lo que hay que prestar un mayor interés en este segmento.

Pregunta No 4: Con quién usted viaja a Salinas?

Gráfico No 4: Con quienes viajan los encuestados

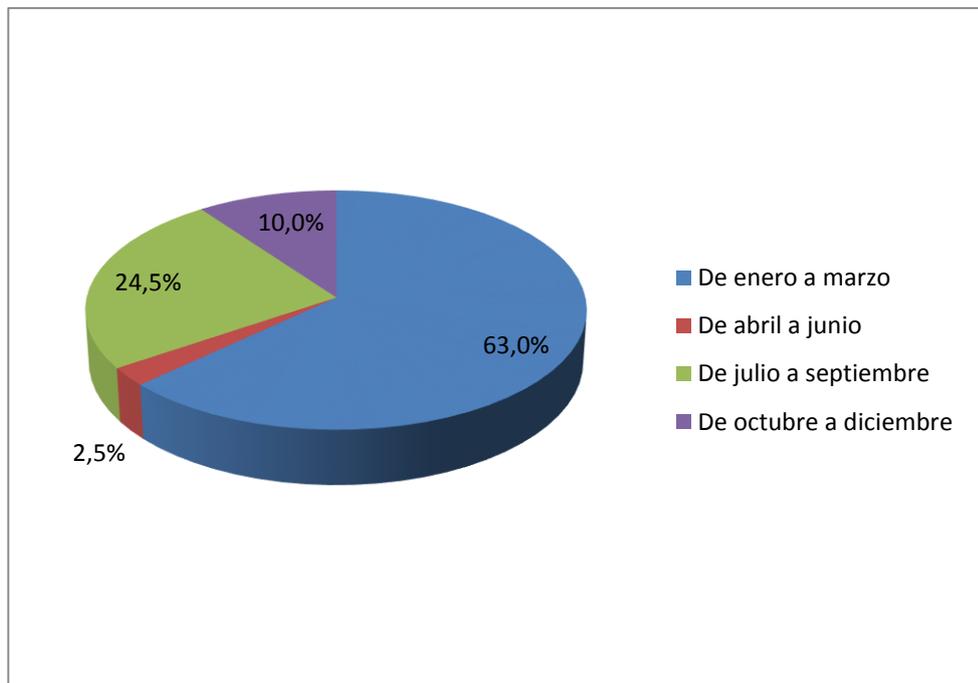


Fuente: Encuesta

El 33% viaja con amigos, siendo éste el segmento más representativo, seguido por los que viajan con familiares con un 23,5%.

Pregunta No 5: En qué temporadas viajas a Salinas?

Gráfico No 5: Temporada en que viajan los turistas



Fuente: Encuesta

El 63% viaja de enero a marzo, por lo que es el segmento más representativo (más de la mitad de los encuestados), le siguen los turistas que visitan el destino de julio a septiembre con un 24,5% y los que visitan el destino de octubre a diciembre con un 10%.

Pregunta No 6: Cuántos días permanece usted en el destino?

Gráfico No 6: Días en que permanece el turista en el destino

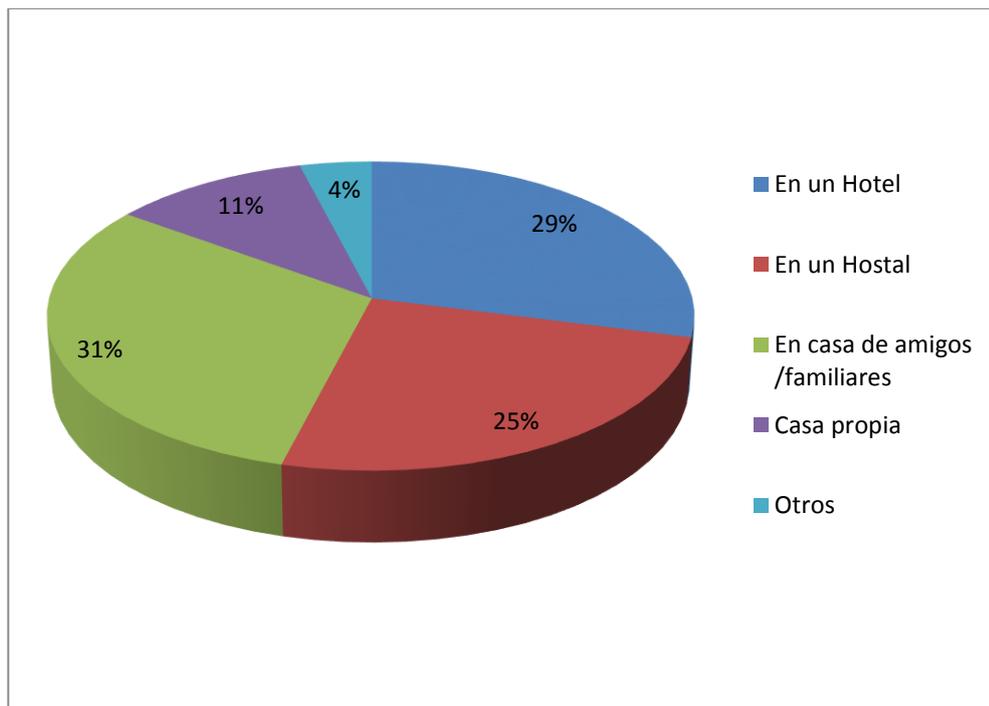


Fuente: Encuesta

El 38% permanece en el destino de uno a dos días, muy seguido con un 36% se encuentran los turistas que permanecen de tres a cuatro días.

Pregunta No 7: Dónde usted se hospeda?

Gráfico No 7: Lugares donde se hospedan los turistas

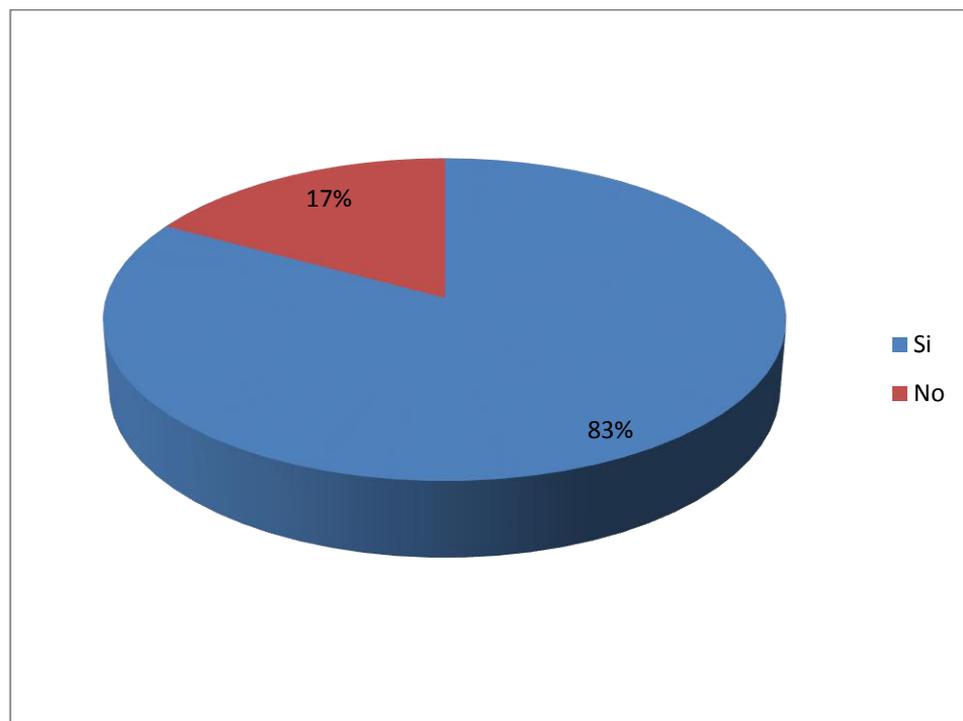


Fuente: Encuesta

El 31% de los encuestados se hospedan en casa de amigos y familiares, seguido por el 29% que se hospedan en hoteles, encontrándose en tercer lugar los que se hospedan en Hostales con un 25%.

Pregunta No 8: Haz tenido problemas en encontrar hospedaje en temporada alta?

Gráfico No 8: Problemas para encontrar hospedaje

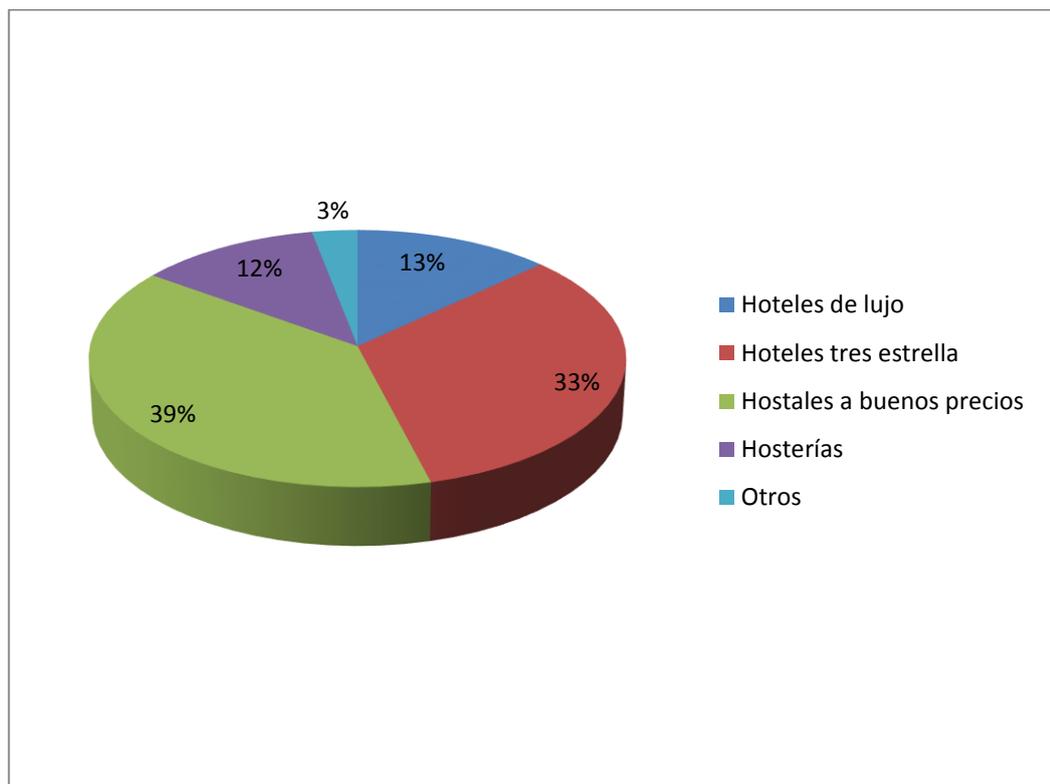


Fuente: Encuesta

El 83% de los encuestados tuvo problema al encontrar hospedaje en temporada alta, siendo un porcentaje muy representativo.

Pregunta No9: Qué tipo de hospedaje piensa usted que faltaría en el destino?

Gráfico No 9: Tipos de hospedajes que faltan en el destino

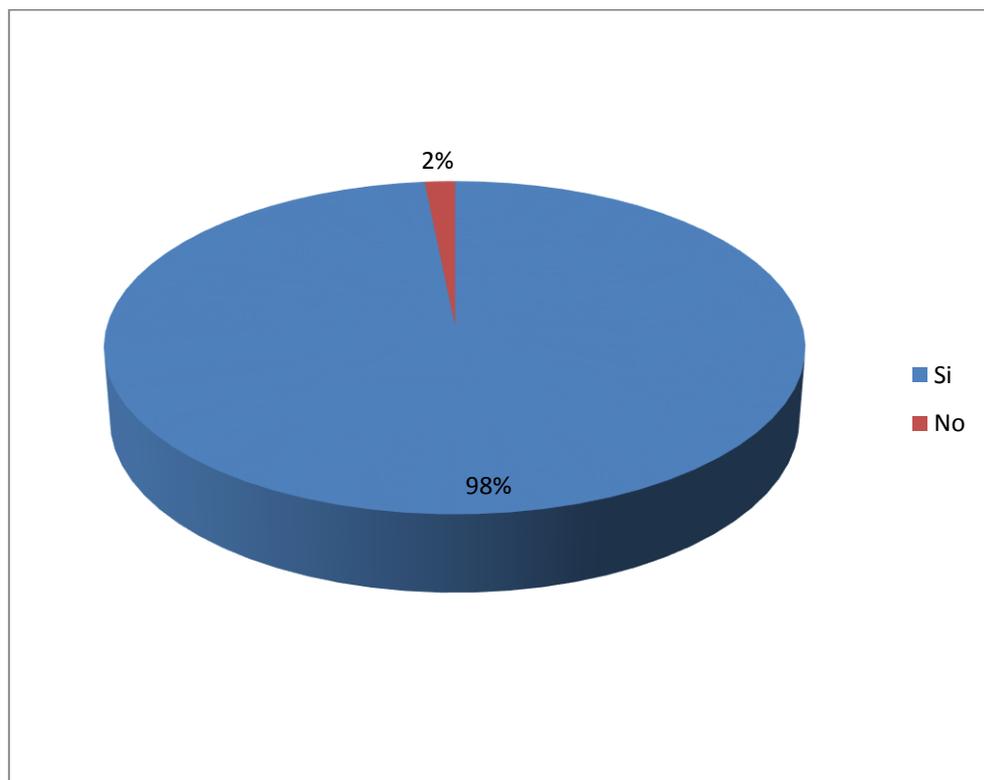


Fuente: Encuesta

En primer lugar se encuentran los Hostales a buenos precios con un 39%, seguido por los hoteles tres estrellas con un 33%. Los hoteles de lujo y hosterías son los menos representativos.

Pregunta No 10: Le gustaría hospedarse en un hostel que ofrezca productos turísticos?

Gráfico No 10: Gustos de los turistas por hospedarse en el hostel

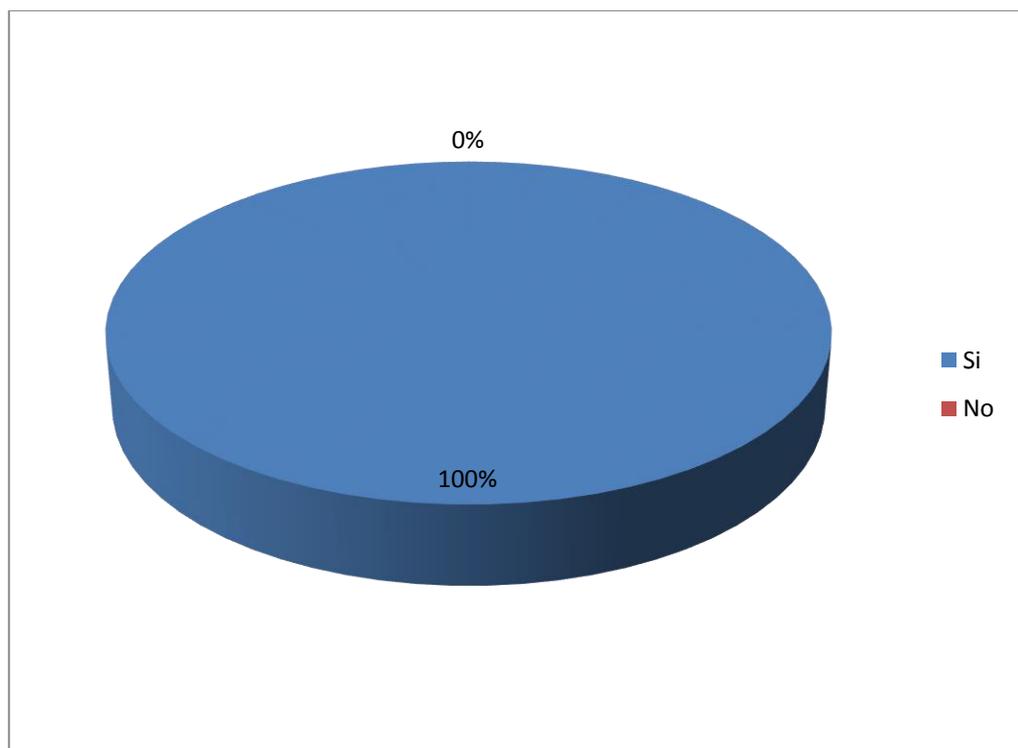


Fuente: Encuesta

El 98% si le gustaría hospedarse en un hostel que ofrezca productos turísticos, por lo que la propuesta si es aceptada por un porcentaje representativo.

Pregunta No 11: Le gustaría adquirir alguno de sus paquetes turísticos?

Gráfico No 11: Gustos de los turistas por algún paquete turístico

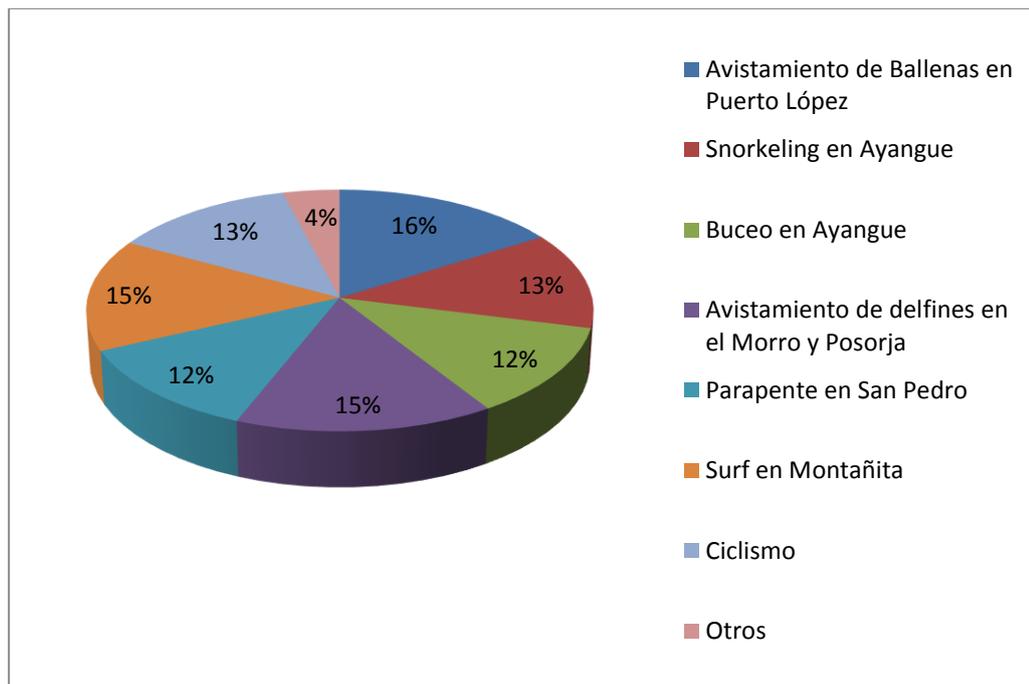


Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados si le gustaría adquirir algunos de sus paquetes turísticos.

Pregunta No 12: Qué tipo de paquetes turísticos le gustaría adquirir?

Gráfico No 12: Tipos de paquetes turísticos que le gustaría adquirir

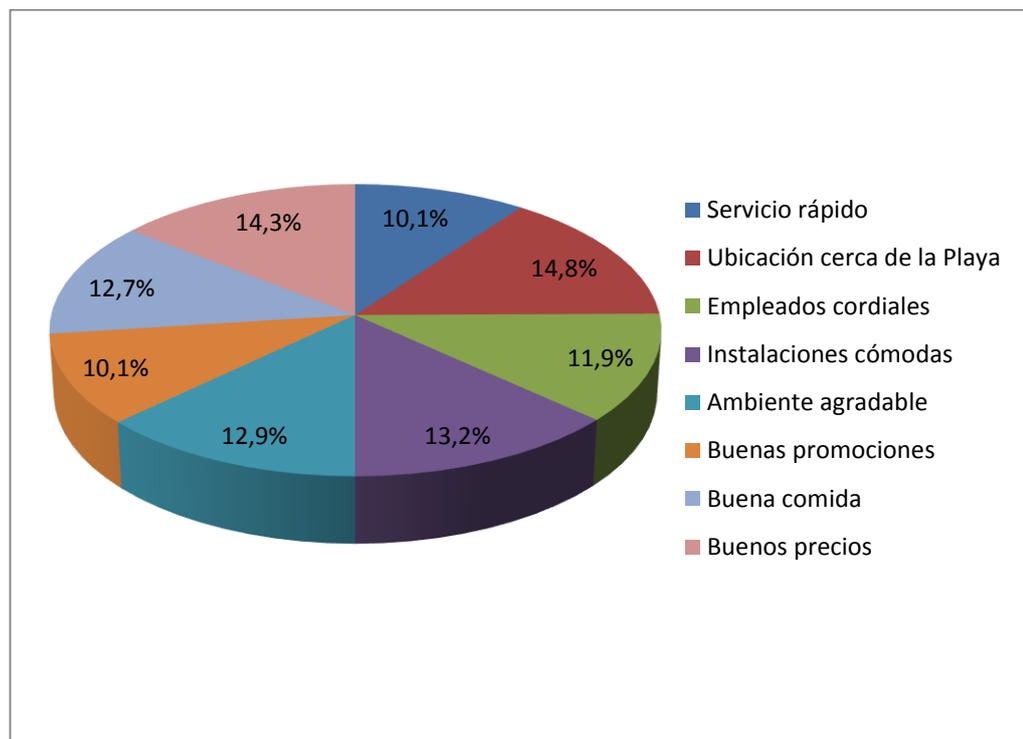


Fuente: Encuesta

El 16% le gustaría el paquete turístico Avistamiento de Ballenas en Puerto López, encontrándose este muy seguido por los paquetes turísticos Avistamiento de Delfines en el Morro y Posorja y Surf en Montañita, ambos con un 15%.

Pregunta No 13: Cuáles son para usted los factores más importantes que debería tener el Hostal?

Gráfico No 13: Factores más importantes del Hostal



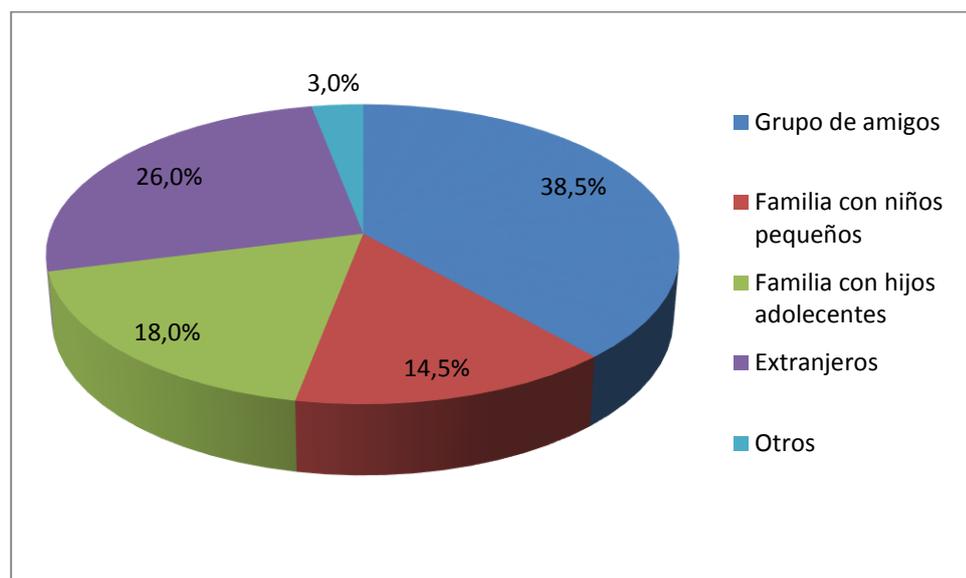
Fuente: Encuesta

El 14,8% de los encuestados eligieron la Ubicación cerca de la Playa como el factor más importante, seguido por los buenos precios con un 14,3%. Como tercer lugar se encuentran a las Instalaciones cómodas con un 13,2% y en

cuarto lugar el ambiente agradable con un 12,9%. Tenemos que destacar que no hay una diferencia representativa entre los cuatro factores, por lo que todos son importantes para la propuesta.

Pregunta No 14: Cuáles piensa usted que serían los clientes más frecuentes?

Gráfico No 14: Tipos de clientes más frecuentes

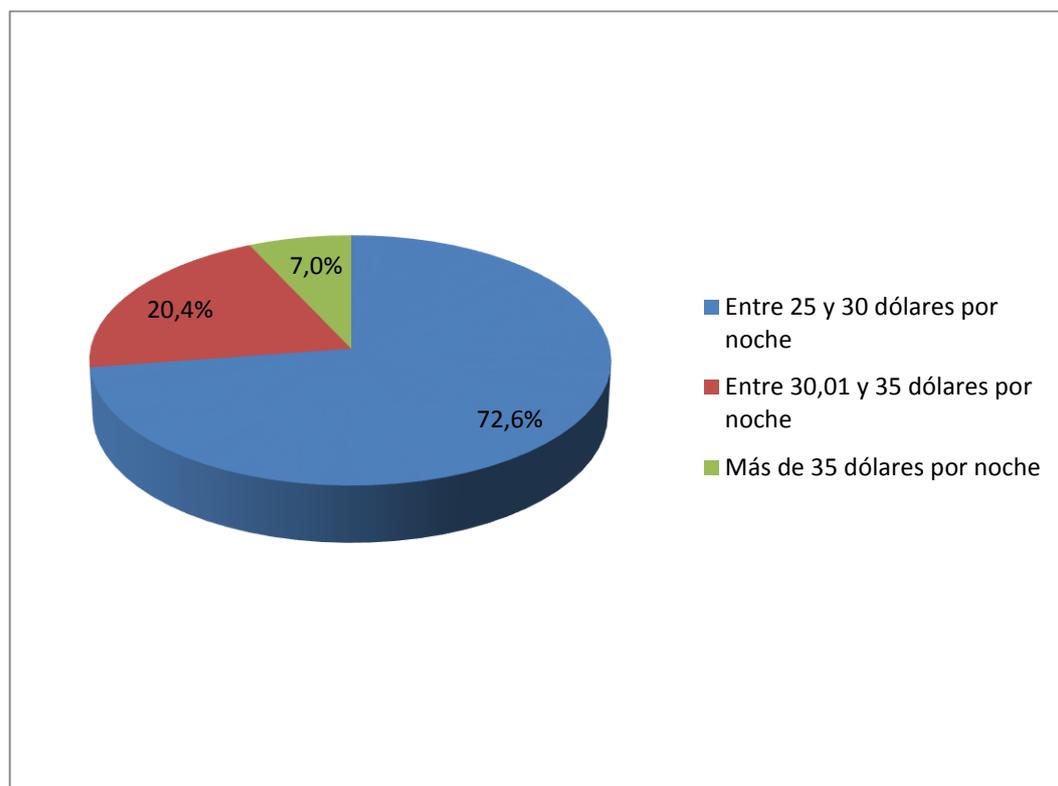


Fuente: Encuesta

El 38,5% piensa que los grupos de amigos serán los clientes más frecuentes, seguido por los extranjeros con un 26%, lo que indica que se debe prestar mayor atención a estos dos segmentos.

Pregunta No 15: Cuánto usted pagaría por hospedarse en temporada alta?

Gráfico No 15: Precio que está dispuesto a pagar el turista



Fuente: Encuesta

El 72,6% eligieron pagar entre 25 y 30 dólares por noche en temporada alta, por lo que es el segmento más representativo.

CAPITULO2

1 Plan de Marketing

2.1 El Macro-entorno

Factores Económicos

El turismo se encuentra ubicado en sexta posición de acuerdo a los ingresos por turismo/ exportaciones de fuentes del Banco Central del Ecuador, como lo detalla el siguiente cuadro:

Tabla V: Ingreso por turismo/ exportaciones

AÑOS	* TURISMO	PETROLEO CRUDO	BANANO Y PLATANO 2)	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO 3)	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES 4)	FLORES NATURALES
2011	849,7	11.800,0	2.246,5	1.178,4	1.144,9	895,0	695,9	675,7
UBICACION	6	1	2	3	4	5	7	8
2012	1.032,7	12.711,2	2.077,4	1.279,7	1.080,7	1.147,5	898,9	713,9
UBICACION	6	1	2	3	5	4	7	8

Fuente: Banco Central del Ecuador Dic-13

Según el Diario el Financiero del 21 de diciembre del 2012 http://www.elfinanciero.com/economia/tema_06_2012/economia_02_2012.pdf, el sector más dinámico en el primer semestre de ese año fue el de los Hoteles y Restaurantes con un 22,4%, por otro lado, la tasa de inflación fue del 4,9%, con aumentos importantes en el rubro de bebidas alcohólicas y tabaco del 31,4%.

Según fuentes del Ministerio de Turismo, el turismo en el país creció en un 7,42% entre el año 2012 y 2013, de acuerdo a la llegada de extranjeros. El siguiente cuadro presenta cifras de la llegada de extranjeros en los últimos años.

Tabla VI: Cifras llegada de extranjeros en los últimos años

MES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	86.544	96.109	105.548	127.116	130.842	2,93
FEB	72.742	89.924	86.421	99.521	103.768	4,27
MAR	72.226	82.452	87.495	96.948	113.361	16,93
ABR	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669	-3,19
MAY	70.277	77.618	82.870	92.644	98.420	6,23
JUN	89.889	91.602	99.949	118.292	121.742	2,92
JUL	102.571	110.545	117.966	130.779	138.140	5,63
AGO	87.221	95.219	98.962	106.375	112.576	5,83
SEP	68.124	71.776	80.090	85.990	97.372	13,24
OCT	77.960	83.701	88.357	99.145	111.519	12,48
NOV	76.965	81.253	92.573	99.674	112.061	12,43
DIC	91.070	96.359	113.299	122.790	136.799	11,41
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.901	1.366.269	7,42

Fuente: Dirección Nacional de Migración. Elaborado por: MINTUR Dic-13

Factores Políticos

Según fuentes del Diario El Comercio del 16/04/2013, Ecuador ofrece a los inversores extranjeros estabilidad política y equilibrio social. Por otra parte según fuentes del Diario El Tiempo del 19/01/2014, el Ecuador tiene una buena estabilidad política, marcando la diferencia en relación a décadas pasadas.

Factores Sociales y Culturales

Existen factores sociales que benefician al negocio como son la temporada alta entre enero y marzo, Navidad y Año Nuevo, Carnavales, Semana Santa, por otro lado existen factores que pueden perjudicar al negocio como son el desempleo urbano, que en septiembre del 2013 llegó a una tasa del 4,57%, el subempleo del área urbana que en septiembre del 2013 llegó a 42,69% y la tasa de pobreza urbana que alcanzó un 15%, según cifras del INEC.

Factores Demográficos

Según el INEC 2010, Ecuador tiene una densidad demográfica de 55,8 habitantes por Kilómetro cuadrado, el 75% de los habitantes del país residen en los centros urbanos y la tasa anual de crecimiento urbana se encuentra en el 2,3%.

2.2 El micro-entorno y el FODA

Los proveedores

El Hostal negociará con proveedores de alta calidad, cercanos a las instalaciones, para obtener ahorros en costos de transporte y logística. Entre los principales proveedores se encuentra Mi comisariato para la compra de productos de primera necesidad, de limpieza y alimentos.

La competencia

Como competidores directos tenemos a los hoteles y hostales ubicados cerca del Hostal y cercanos al Malecón. Entre los competidores tenemos a los siguientes:

Cocos Hostal. Tres estrellas, habitación estándar \$25, Plus \$50, Superior \$60

Hostal Diamond of the Sea. Tres estrellas, habitación estándar \$25, Plus \$40, Superior \$50

Hotel Sun Beach. Tres estrellas, habitación estándar \$24, Plus \$36, Superior \$45

Los clientes

El comportamiento de los clientes hacia los productos cambia constantemente debido a las nuevas tendencias en los estilos de vida y gustos y preferencias. Las familias y grupos de amigos gustan de viajar a Salinas, pero en ocasiones no tiene una casa o algún lugar para hospedarse, por lo que se ven en la necesidad de buscar un hostel cómodo, con buen servicio y cercano a la Playa. Por otra parte los turistas tienen la necesidad de adquirir productos turísticos en este destino, lo que hace que la propuesta del hostel con productos turísticos sea satisfactoria.

Análisis FODA

Fortaleza.

- Ubicación cercana a la Playa
- Oferta de productos turísticos
- Gastronomía típica
- Ubicación estratégica
- Servicios de calidad
- Infraestructura acorde al medio
- Ambiente agradable y acogedor

- Higiene en la elaboración de la comida
- Promociones por temporada
- Precios competitivos

Debilidades.

- Negocio nuevo

Oportunidades.

- Demanda Insatisfecha
- Mercado en crecimiento
- Aumento turistas en el sector
- Ingreso de nuevos segmentos
- Competidores no abastecen la demanda
- Competencia sin diferencial

Amenazas.

- Ingreso de competidores

2.3 Objetivo, Mercado objetivo y Posicionamiento.

Objetivo.

Conseguir una participación del mercado del 3% en el primer año.

Mercado Objetivo.

El mercado objetivo donde se encontrarán los clientes potenciales para el Hostal son los turistas entre los 25 a 55 años y sus hijos, que viajan entre familias, con amigos, que gustan de los hoteles y hostales con buen servicio a precios cómodo.

Los lugares de procedencia de los clientes potenciales son la ciudad de Guayaquil, diferentes sitios de la Provincia del Guayas, ciudades en la sierra y del extranjero entre ellos de Estados Unidos y Europa. El nivel socioeconómico de los clientes potenciales es la clase media, con ingresos familiares entre los 1200 y 2600 dólares. Entre los tipos de turismo de preferencia de los clientes potenciales se encuentra el Turismo de Sol y Playa.

Posicionamiento.

En base a los atributos más valorados se propone posicionar al Hostal por su servicio, ubicación y por ofrecer productos turísticos.

2.4 El Marketing Mix.

2.4.1 Estrategias de Producto.

2.4.1.1 Características del servicio.

Intangibilidad.

Las instalaciones del Hostal serán cómodas y bien decoradas, para proyectar una buena imagen a los clientes.

Inseparable.

El Hostal brindará el mejor ambiente y entretenimiento, para que los clientes disfruten de una experiencia agradable.

Heterogéneo.

Los empleados del Hostal serán capacitados en servicio y serán supervisados por un encargado de verificar que todas las actividades tengan el mismo nivel de calidad.

Perecedero.

Los servicios no se pueden almacenar, por lo que se realizará promociones y descuentos para alcanzar el porcentaje de ocupación cuando el caso lo amerite.

2.4.1.2 Dimensiones de la Calidad del servicio.

El servicio contará con las 5 dimensiones de calidad, las cuales son:

Confiabilidad. Cumplir con lo que promete de manera segura y precisa, se capacitará a los empleados en atención al cliente, para que ofrezcan un servicio cómodo, agradable y sin errores.

Capacidad de respuesta. Para que el servicio sea rápido, se realizará una coordinación de procesos para reducir el tiempo y mejorar el beneficio.

Seguridad. Se designará a un empleado para controlar la calidad en todo el proceso del servicio.

Empatía. Se motivará a los empleados para que sean cordiales y brinden una atención personalizada.

Tangibles. Se ofrecerán instalaciones elegantes, cómodas y bien decoradas para proyectar una buena imagen a los turistas.

2.4.1.3 Servicios que se ofrecen.

En lo que respecta a los servicios a ofrecer se pueden detallar los siguientes:

Hospedaje.- El servicio de hospedaje incluye 8 habitaciones cuádruples y 3 habitaciones dobles, cómodas y confortables. La infraestructura del Hostal será adecuada para que el turista se sienta cómodo y en un ambiente

agradable, brindando un ambiente y atmósfera adecuado de acuerdo a los gustos y preferencias del mercado objetivo.

El servicio será atendido por personal con filosofía de servicio al cliente, proactivo, cordial y amable, para que la estadía del cliente sea lo más agradable.

Se tendrá un guardia dedicado a la seguridad de los huéspedes. Las habitaciones serán limpiadas diariamente de forma adecuada y se contará con los servicios de recepción.

Área social.- Se ofrecerá un servicio de comunicación al cliente y área social con conexión wifi y tres computadoras.

Restaurante.- El servicio de comidas será dividido en las tres partes: en desayunos a la carta, almuerzos a la carta y cenas a la carta. Adicionalmente, el huésped podrá acompañar su comida con alguna bebida refrescante de su gusto.

Agencia de viaje.- A través de este servicio ofrecerá a los clientes paquetes turísticos y recorridos en botes, para que ellos aprovechen de mejor manera la visita a los atractivos turísticos.

Entre las actividades a ofrecer se tiene:

Avistamiento de Ballenas en Puerto López: En las temporadas de junio a septiembre de cada año se ofertará unos paquetes turísticos los cuales serán combinados con visitas a la Comuna de Agua Blanca y con Montañita.

Visita a dos Mangas: Se ofrecerá visitas a Dos Mangas, para lo cual se coordinará con la Comunidad de este lugar, la visita a la cascada y a las artesanías.

Visita a Libertador Bolívar: Así mismo se realizarán visitas a la Comunidad de Atravesado, para ver la elaboración de artesanías y disfrutar de aquella playa tan impresionante.

Avistamiento de delfines en Puerto el Morro: Se llevará a los turistas a ver delfines a Puerto el Morro y se combinará con atractivos turísticos de Playas Villamil.

Práctica de Surf en Montañita: ofreceremos visitas a Montañita y tendrá convenio con una escuela de Surf en Montañita; para lo cual el turismo de aventura será una cartera de productos de la empresa propuesta.

Buceo en Ayangue: La Empresa tiene contactos con guías de buceo, los cuales operarán paquetes de turismo de buceo en este sitio privilegiado por la naturaleza.

Práctica de Parapente: Se ofrecerán paquetes turísticos de la práctica de parapente en San Pablo; siempre contando con instructores especializados, para garantizar la seguridad del turista.

A continuación se presenta el logo del hostel, el mismo que representan las Olas del Mar.



2.4.2 Estrategia de Precios

Los precios de los hoteles han subido en los últimos años, pero esto no ha generado inconvenientes en la demanda de los hoteles. En Salinas hay un segmento de turistas que busca la subida de los precios en estos tipos de hoteles.

Los precios aumentan en temporada alta, pero la demanda no se ve afectada debido a la poca disponibilidad de Hoteles en esta temporada.

En los últimos años los hoteles han incrementado sus tarifas debido a la clientela captada que prefiere comodidad y servicio, aunque en temporada baja, los hoteles reducen hasta en un 60% sus precios para aumentar la ocupación.

A continuación mostramos un detalle de los precios de referencia de algunos de los Hoteles tres estrellas:

Hostal Diamond of the Sea. Tres estrellas, habitación estándar \$25, Plus \$40, Superior \$50

Cocos Hostal. Tres estrellas, habitación estándar \$25, Plus \$50, Superior \$60

Hotel Sun Beach. Tres estrellas, habitación estándar \$24, Plus \$36, Superior \$45

Por lo tanto, tomando en cuenta el estudio mostrado anteriormente, se plantean los siguientes precios tanto para temporada alta como para baja:

Tabla VII: Precios por temporada

Habitaciones	Precio por persona temporada alta	Precio por persona temporada baja
Cuádruples	US\$ 25	US\$ 13
Dobles matrimoniales	US\$ 30	US\$ 15

2.4.3 Estrategia de distribución

El Hostal se encontrará ubicado a dos cuadras del Malecón, cercano al hotel *Barceló*, a poca distancia de la Playa.

Imagen No 1: Terreno donde se ubicará el Hostal



Fuente: Elaboración propia

Ver Anexos 2

Los hoteles que se encuentran cercanos son el Hotel *Barceló*, Hostal *Diamond of de Sea*, el Hotel *Monte Carlos*, el Hoteles *Bleu*, *Francisco I*, *Francisco II* y *Francisco III* y el Hostal *Marvento II*. Cercano al Hostal se encontrará ubicado el restaurante *De Mariscos*, reconocido por los mariscos y bien coocurrido.

Imagen No 2: Restaurante D' Mariscos



Fuente: Elaboración propia

A pocas cuadras se encuentra la Discoteca Bar Restaurante *Sin*, el restaurante *Mar azul* a tan solo 3 cuadras, la Parrillada *Entre Fuegos* a pocas cuadras y los lugares de comida rápida como el *Capi*, la *Pizza Express*, y Pizzería *De Mario*. Adicionalmente, se encontraran cercanos al hostal el mini market *El Bodegón*, y la gasolinera *Primax* cerca.

Imagen No 3: Discoteca Bar Restaurante SIN



Fuente: Elaboración propia

Para comodidad de los turistas, los servicios del hospedaje se los podrá adquirir en las Agencias de viajes que tengan convenio con el Hostal. Se contactará con Operadoras de Turismo para que el Hostal forme parte de paquetes turísticos que visiten Salinas, lo que nos ayudará a incrementar el nivel de ocupación de las habitaciones.

2.4.4 Estrategia de Promoción

Se repartirán catálogos en las Agencias de viajes más reconocidas en Guayaquil, ciudades de la Provincia del Guayas y de la Sierra, donde los

turistas podrán encontrar información de los beneficios y característica del servicio.

Se contratará publicidad en revistas especializadas del sector turístico para informar y persuadir al público objetivo de los servicios que ofrece el Hostal

Se realizará un evento de inauguración donde se invitaran a personalidades y autoridades del sector turístico, con el objetivo de hacer conocer el negocio.

En este evento se entregarán algunos obsequios. Se invitarán a este evento a los Comunicadores de los medios más importantes, para que ellos puedan sacar una nota de prensa del negocio que ellos ameriten apropiada.

Se diseñara un sitio web, con el objetivo de promocionar los servicios que se ofrecen, impulsando las ventas off-line. Se creará un enlace a Facebook para realizar promociones y concursos con los clientes, donde ellos podrán participar y ganar obsequios y viajes.

Se realizará gastos en Merchandising para crear un diseño en el establecimiento de acuerdo a la personalidad del viajero, donde exista una buena distribución del espacio y donde los materiales promocionales se puedan exhibirse de forma activa. Se colocará una adecuada señalización y se pondrá un tipo de música adecuado.

Mediante un ejecutivo de ventas externo se ofrecerán los servicios del Hostal en las empresas ubicadas en Guayaquil, ciudades de la Provincia del

Guayas y de la Sierra, ofreciendo beneficios y promociones de acuerdo a volumen, frecuencia y temporada.

CAPÍTULO 3

3 Plan de Operaciones y Recursos Humanos

3.1 Procesos y Productos

3.1.1 Los valores

La administración del Hostal definirá los siguientes valores para el personal que forme parte de la empresa:

- Responsabilidad en las labores asignadas
- Alcanzar la calidad en las actividades de la empresa

- Lograr la satisfacción de los clientes
- No cometer errores
- Escuchar sugerencia y comentarios

3.1.2 Políticas.

La administración del Hostal definirá las siguientes políticas para el personal que forme parte de la empresa:

- Operar dentro de los procedimientos de acuerdo a las leyes en el turismo
- Brindar la privacidad a los clientes
- Usar el uniforme de forma adecuada
- Manipulación adecuada de los alimentos
- Cortesía en el trato a los clientes
- Puntualidad

3.1.3 Proceso para el control del servicio en el Hostal

El proceso del servicio de hospedaje se detalla a continuación:

- El proceso del servicio comienza con el ingreso del cliente al Hostal
- Se lo recibe con un saludo y se lo acompaña hasta el check-in
- El de recepción asesora al cliente en las diferentes opciones de habitaciones y servicios

- El de recepción realiza la transacción
- Cobro del servicio
- Los empleados lo atienden en todas las fases del servicio
- El de recepción realiza el check-out
- Despedida del cliente

3.1.4 Proceso para el control del servicio en el Restaurante del Hostal

El proceso del servicio de Restaurante se detalla a continuación:

- El cliente llega al restaurante y se sienta en una mesa
- El mesero le da la bienvenida y le presenta la carta
- El cliente decide que va a consumir
- Se prepara el menú
- El mesero lleva la orden a la mesa
- El cliente consume
- El cliente pide la cuenta
- El mesero le lleva la cuenta a la mesa
- El mesero toma el efectivo
- El mesero le da el cambio

3.1.5 Proceso de recepción de materias primas

Se verificará que la materia prima se encuentre en buenas condiciones, garantizando la calidad y evitando pérdidas por deterioro o daños en especial de alimento. Para un mejor control se procederá de la siguiente forma:

- Pesar y marcar los productos
- Revisar y verificar que los empaques no se encuentren alterados
- Verificar que todos los productos cumplan con las especificaciones de compras
- Comparar los precios de los productos con los de las órdenes de compras
- Llevar los productos al depósito

3.1.6 Distribución del Hostal

Hospedaje.- El servicio de hospedaje incluye 8 habitaciones cuádruples y 3 habitaciones dobles, cómodas y confortables. Las instalaciones serán equipadas y decoradas para ofrecer un buen servicio.

Cada habitación tendrá un televisor con televisión pagada y aire acondicionado para la comodidad de los clientes.

Área social.- Ofreceremos un área con conexión wifi y una computadora para que pueda ser usada por el huésped.

Área de venta de paquetes turísticos.- Se ubicará en la planta baja cerca de la recepción. Contará con una computadora para la promoción de actividades como venta de paquetes turísticos o recorrido en botes.

Restaurante.- El restaurante contará con una barra y 8 mesas para 4 personas cada una, el mismo que servirá de bar por las noches, especialmente la barra. El restaurante dispondrá de un televisor. El área de la cocina se encontrará al final. Los baños se ubicarán en la parte final a lado, (ver anexo No. 2)

Servicios en el restaurante

Platos a la carta.

- Arroz con camarones apanados Precio: \$ 6
- Arroz marinero Precio: \$ 7
- Arroz con filete de pescado Precio: \$ 4
- Sopa de mariscos Precio: \$ 4

- Cazuela de pescado Precio: \$ 3
- Cazuela mixta Precio: \$ 5
- Ceviche mixto (camarón, concha) Precio: \$ 7
- Cebiche de camarón Precio: \$ 6
- Ceviche de concha Precio: \$ 6
- Ceviche de pescado Precio: \$ 5

Bebidas

- Vasos de jugos Precio: \$ 1
- Jarras de jugo natural Precio: \$ 4
- Cola mediana Precio: \$ 1
- Cola de dos litros Precio: \$ 3
- Jugos Sunny Precio: \$ 1
- Té helado Precio: 1

Cervezas

- Pilsener Light Precio: \$ 1,5
- Club verde Precio: \$ 1,5
- Budweiser Precio: \$ 2.5
- Corona Precio: \$ 2.5
- Jarras de cerveza Pilsener Precio: \$ 5

3.2 Implementos, equipos y maquinarias

3.2.1 Muebles y enseres y los implementos

Se detalla en los siguientes cuadros los muebles y enseres, la lencería, el menaje y la vajilla que facilitarán para la producción del servicio.

Tabla VIII: Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad
HABITACIÓN	
Camas 2 plazas	3
Camas literas 1 1/2 plaza	16
Colchones 2 plazas	3
Colchones 1 1/2 plaza	32
Veladores	19
Lámparas	11
SALA DE ESPERA	
Sofá	2
LAVANDERÍA	
Mesa de planchar	3
RESTAURANTE	
Mesas para 4 personas	8
Sillas	32
Sillas de bebés	3
Juego de copa de vino (6 unit)	4
Juego de vasos de cristal (6 unit)	6
Coctelera	1
Licadoras oster	2
COCINA	
Cocina doméstica 4 hornillas	1
Extractor de aire	1
Campana	1
Trampa de grasa	1

Tabla IX: Lencería

LENCERÍA	Cantidad
LENCERÍA DE HABITACIÓN	
Juegos de sábanas de dos plazas	9
Juegos de sábanas de plaza y media	32
Almohadas	70
Toallas de baño	64
Toallas de mano	64
Cortinas de habitación	11
Cortina de baño	11
LENCERÍA DE RESTAURANTE	
Mantelería	16
Cubre manteles	16
Limpiones	8

Tabla X: Menaje

MENAJE	Cantidad
Olla mediana con mango	1
Escurreidor Alegacy modelo R-39	1
Olla pequeña con mango	2
Sartén mediano modelo SEW1030 30 cm. diámetro	2
Sartén eléctrico	1
Rallo metálico Alegacy modelo SSG-4 varios rallados	1
Cuchillos grandes	3
Cuchillo pelador de vegetales	1
Colador mediano metálico malla fina	1
Espátula metálica Alegacy modelo PC1280 21 x 7.3 cm.	1
Colador chino triangular malla fina Alegacy modelo S510F 10.5" diámetro	1
Hielera Rubbermaid roja	1
Tabla de picar grande Alegacy modelo PER1824 45.72 x 60.96 cm.	1
Pinza metálica Alegacy modelo 5512 mango plástico	1
Cuchareta acero inoxidable	1

Batidor de mano	1
Charol extra grande redondo acero inoxidable	1
Molde pequeño cuadrado de aluminio para cake	1

Tabla XI: Vajilla

VAJILLA	
Cuchillo de mesa (6 unit)	6
Tenedor (6 unit)	6
Cuchara grande (6 unit)	6
Cuchara pequeña (6 unit)	6
Vajilla completa para 8 personas	4
Jugos de vasos (6 unit)	6
Copa de vidrio transparente (6 unit)	6
Juego de copa de vino (6 unit)	6
Juego de vasos WHISKY (6 unit)	6

3.2.2 Equipos y maquinarias

Se detalla en el siguiente cuadro los equipos y maquinarias necesarios para el funcionamiento del Hostal.

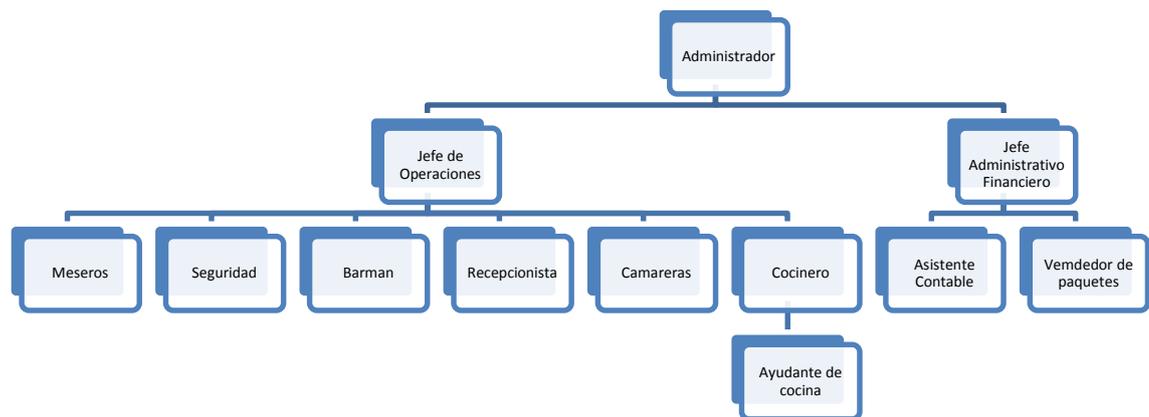
Tabla XII: Equipos y maquinarias

EQUIPOS	
Equipo de oficina	Cantidad
Teléfono	12
Equipos de computación	4
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	
EQUIPOS ÁREA DE SERVICIOS	Cantidad
HABITACIÓN	
Aire acondicionado	11
Televisor Sony de 40 pulgadas	11
COMEDOR	
Televisor Sony de 48 pulgadas	1
Equipo de sonido	1
Extintor	2
LIMPIEZA	
Lavadora 17 kg	2
Secadora 17 kg	2
Aspiradora	2
Plancha	3
COCINA	
Refrigerador	2
Horno Micro ondas	1
Cafetera West Bend	1
Licuada Osterizer con vaso	1
Batidora KitchenAid	1

3.3 Organización y descripción de puestos

3.3.1 Organograma del Hostal

En este organigrama se detallan las posiciones de los empleados de acuerdo a su jerarquía y grado de responsabilidad.

Gráfico No 16: Organigrama del Hostal

3.3.2 Descripción de puestos

ADMINISTRADOR

Funciones:

- Liderar el proceso de Planeación estratégica y Marketing Estratégico
- Desarrollar y ejecutar planes de desarrollo del personal

- Coordinar todas las operaciones del Hostal
- Administrar las operaciones de compras
- Aprobar el presupuesto anual
- Supervisar el rendimiento del personal
- Cumplir la previsión de ventas de hospedaje y de paquetes
- Supervisar las actividades
- Elaborar los procedimientos
- Presidir las reuniones
- Planificar las actividades de gestión
- Controlar el cumplimiento del plan de trabajo

Requerimientos:

Máster en Administración de empresas o Máster en Turismo

Licenciado en Turismo o administración de empresas.

Excelente presentación personal

Más de tres años de experiencia en gerencia en Hoteles de buen servicio

Inglés 100%

Habilidades:

Capacidad de Liderazgo

Capacidad para trabajar en equipo

Excelente comunicación

Manejo de situaciones y problemas

Cualidades:

Responsabilidad

Honradez

JEFE ADMINISTRATIVO FINANCIERO

Funciones:

- Elaborar el presupuesto
- Elaborar los estados financieros y balances de pérdidas y ganancias
- Manejo y supervisión de la contabilidad
- Manejar la relación directa con bancos
- Controlar el cumplimiento del presupuesto asignado
- Controlar el cumplimiento de la venta de paquetes

Requerimientos:

Licenciado en Administración o finanzas

Más de tres años de experiencia como Jefe Administrativo Financiero en Hoteles

Habilidades:

Capacidad de Liderazgo

Capacidad para trabajar en equipo

Capacidad de análisis y síntesis

Cualidades:

Responsabilidad

Puntualidad

Honradez

ASISTENTE CONTABLE

- Asistir en la elaboración del presupuesto
- Asistir en la elaborar los estados financieros y balances de pérdidas y ganancias

Requerimientos:

- Estudiante de Contaduría Pública CPA
- Más de dos años de experiencia como Jefe Financiero en Hoteles

Habilidades:

- Capacidad de numérica
- Capacidad de análisis y síntesis

Cualidades:

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Honradez

JEFE DE OPERACIONES.

- Planificar, organizar y supervisar las operaciones que deberá realizar los empleados
- Controlar funciones y horarios
- Dirigir el personal a su cargo

Requerimientos:

- Licenciado en Turismo
- Más de tres años de experiencia como Jefe de Operaciones en hoteles
- Inglés 100%

Habilidades:

- Capacidad de supervisión
- Capacidad de coordinación

Cualidades:

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Honradez

RECEPCIONISTA**Funciones:**

- Encargada de los procesos de Check in y Checout
- Encargada de las llamadas telefónicas
- Encargada de la caja chica

Requerimientos:

Estudiante de Turismo

Más de dos años de experiencia como recepcionista en hoteles

Inglés 100%

Habilidades:

Capacidad analítica

Capacidad de comunicación

Cualidades:

Responsabilidad

Puntualidad

Honradez

CAMARERAS**Funciones:**

- Limpieza de las habitaciones y otras áreas
- Cambio de instrumentos de limpieza
- Cambio de sábanas
- Servicio de lavandería

Requerimientos:

Bachiller

Más de 2 años como camarera en hoteles

Habilidades:

Destreza manual

Rapidez

Cualidades:

Responsabilidad

Puntualidad

Honradez

COCINERO**Funciones:**

- Mide, mezcla y cocina los platos al gusto de los clientes
- Asigna tareas al ayudante de cocina
- Adiestramiento del personal

Requerimientos:

Curso de cocina en la Escuela de Chef

Más de tres años de experiencia como Cocinero en hoteles de buen servicio

Habilidades:

Habilidad en la preparación de los platos

Habilidad para dirigir asistentes de cocina

Cualidades:

Responsabilidad

Puntualidad

Honradez

AYUDANTE DE COCINA**Funciones:**

- Ayuda en la preparación de los platos según las indicaciones del Cocinero
- Lavar los platos y cubiertos

Requerimientos:

Bachiller

Más de tres años de experiencia como ayudante de cocina en Hoteles de buen servicio

Habilidades:

Habilidad en la preparación de los platos

Destreza manual

MESEROS

Funciones:

- Preparar las mesas
- Recibir el pedido
- Servir los platos de comida
- Presentar la cuenta
- Limpiar la mesa

Requerimientos:

Curso de camarero de un año como mínimo

Más de dos años de experiencia como camarero en Hoteles de buen servicio

Habilidades:

Habilidad en servicio

Habilidad en comunicación

Cualidades:

Responsabilidad

Puntualidad

Honradez

BARMAN

Funciones:

Preparar los cocteles y tragos

Servir las cervezas en la barra

Requerimientos:

Curso de Barman de un año como mínimo

Más de dos años de experiencia como Barman en Hoteles de buen servicio

Habilidades:

Habilidad en la preparación de cocteles y tragos

Destreza manual

Cualidades

Responsabilidad

Honradez

ENCARGADO DE LA SEGURIDAD**Funciones:**

- Vigilar en los interiores de Local
- Salvaguardar los bienes existentes

Requerimientos:

Bachiller

Más de tres años de experiencia trabajando en seguridad en Hoteles de buen servicio

Habilidades:

Habilidad en el manejo de instrumentos para seguridad

Cualidades:

Responsabilidad

Puntualidad

3.4 Reclutamiento del personal y capacitación

3.4.1 Reclutamiento del personal

Se publicará en el diario el Universo un anuncio para la selección del personal, donde se ofrecerá una estabilidad laboral y salarios acorde al mercado.

La preselección se la realizará de acuerdo a los perfiles para cada candidato.

Una vez pre-seleccionados, se verificará si las referencias son verdaderas y se preguntará por detalles de puestos anteriores

La selección del personal será de acuerdo a la experiencia y estudios del candidato, donde la entrevista final a los tres candidatos más idóneos para cada cargo, la realizará el Administrador del Hostal.

3.4.2 Capacitación

Capacitación inicial.

Se realizará un programa de orientación y entrenamiento inicial que incluirá lo siguiente:

- 1.- Descripción de la misión, visión y valores de la organización
- 2.- Descripción de las funciones y objetivos que deben cumplir
- 3.- Descripción de las instalaciones y los servicios del Hostal

Capacitación al personal

Se contratará un curso de capacitación por año a cada empleado de la organización. Se lo capacitará al Administrador, Jefe Financiero y Contablela Asistente contable en un Centro de capacitación en Administración Hotelera, al Barman, los meseros y las camareras se los capacitará en la Escuela de Hotelería. Para el Cocinero y el asistente de cocina se los capacitará en la Escuela de cocina.

CAPITULO 4

4 Estudio Financiero

4.1 Infraestructura e inversiones

4.1.1 Infraestructura Inicial

La infraestructura inicial se refiere a todos los costos, terreno, de construcción y decoración de paredes, del bar, pintura y otros. Este valor asciende a \$ 107.593,90. A continuación se puede observar el detalle de los costos:

Tabla XIII: Inversión en terreno y construcción

INVERSIÓN				
DESCRIPCIÓN	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Total
TERRENO	M2	375	\$ 40,00	15.000,00
INSTALACIONES PRELIMINARES				
Instalaciones Electricas Provisionales y consumo	Global	1,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Instalaciones de agua Provisionales y consumo	Global	1,00	\$ 900,00	\$ 900,00
Instalaciones de Servicios Higienicos Provisional	Global	1,00	\$ 650,00	\$ 650,00
Guardiana	MES	6,00	\$ 450,00	\$ 2.700,00
Desmante del sitio	Global	1,00	\$ 120,00	\$ 120,00
ESTRUCTURA				
Hormigon armado	M2	60,00	\$ 62,00	\$ 3.720,00
Escalera de Ho. Armado	M3	5,00	\$ 460,00	\$ 2.300,00
Pilares 0.25x0.25	M3	0,42	\$ 450,00	\$ 189,00
Riostras 0.20x0.15	M3	0,17	\$ 440,00	\$ 72,60
Vigas de amarre 0.20x0.15	M3	0,17	\$ 460,00	\$ 75,90
Mesones de cocina	ML	5,00	\$ 42,00	\$ 210,00
Pilaretes 0.2x0.10	ML	40,00	\$ 20,00	\$ 800,00
Viguetas 0.20x0.10	ML	80,00	\$ 20,00	\$ 1.600,00
Dinteles 0.20x0.10	ML	46,00	\$ 20,00	\$ 920,00
CUBIERTA				
Cubierta de stillpanel sobre estructura metálica	M2	154,80	\$ 10,50	\$ 1.625,40
MAMPOSTERIA				
Paredes de bloques de 19x39x9	M2	302,00	\$ 13,50	\$ 4.077,00
ENLUCIDOS				
Enlucido interior (pared)	M2	420,00	\$ 8,00	\$ 3.360,00
Enlucido exterior (pared)	M2	180,00	\$ 10,00	\$ 1.800,00
Taco de cubierta enlucidos y chova	ML	12,00	\$ 27,00	\$ 324,00
Amurado de paredes con cubierta	ML	75,00	\$ 7,00	\$ 525,00
Enlucido filos	ML	130,00	\$ 4,00	\$ 520,00
Tinetas de baños enlucidas para ceramicas	U	12,00	\$ 105,00	\$ 1.260,00
Cuadrada de boquetes, puertas	ML	120,00	\$ 5,00	\$ 600,00
Contrapiso de Hormigón Simple	M2	68,00	\$ 15,00	\$ 1.020,00
Cuadrada de boquetes, ventanas	ML	86,00	\$ 5,00	\$ 430,00
Contrapiso con malla parqueo frontal	M2	55,00	\$ 22,00	\$ 1.210,00
Forrada de bajantes y elucidas	ML	14,00	\$ 17,00	\$ 238,00
LINDEROS				
Subida de paredes con vecino	M2	33,00	\$ 15,00	\$ 495,00
Cerramiento frontal y puertas de ingreso h= 2.5	ML	12,00	\$ 40,00	\$ 480,00
ACERAS Y BORDILLOS				
Aceras	ML	10,00	\$ 22,00	\$ 220,00
Bordillos	ML	10,00	\$ 23,00	\$ 230,00
SOBRERPISOS				
Cerámica en pisos	M2	300,00	\$ 20,00	\$ 6.000,00
REVESTIMIENTOS				
Ceramicas en paredes de baños y mesones	M2	180,00	\$ 16,00	\$ 2.880,00

INSTALACIONES ELECTRICAS				
Punto de luz	PTO	40,00	\$ 37,00	\$ 1.480,00
Punto de luz para extractores de olores	PTO	10,00	\$ 37,00	\$ 370,00
Punto de luz emergencia	PTO	4,00	\$ 37,00	\$ 148,00
Tomacorriente 110 V, polarizados	PTO	40,00	\$ 42,00	\$ 1.680,00
Tomacorrientes 110 v especiales	PTO	12,00	\$ 62,00	\$ 744,00
Tomacorriente 220 V	PTO	3,00	\$ 70,00	\$ 210,00
Punto de TV Cable	PTO	12,00	\$ 65,00	\$ 780,00
caja dist de tv cable	U	1,00	\$ 125,00	\$ 125,00
Punto de telefono	PTO	12,00	\$ 38,00	\$ 456,00
caja dist de telefonos	U	1,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Tablero de medidores	U	1,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Panel distribución 12-24 (1 en cada piso)	U	2,00	\$ 270,00	\$ 540,00
Alimentacion del panel de medidor a paneles de distribucion	ML	30,00	\$ 25,00	\$ 750,00
INSTALACIONES SANITARIAS				
Punto de agua potable fria	PTO	40,00	\$ 22,00	\$ 880,00
Punto de agua servidas	PTO	40,00	\$ 32,00	\$ 1.280,00
Tuberia AA/PP fria de 1/2"	ML	22,50	\$ 8,00	\$ 180,00
Tuberia AA/PP fria de 3/4"	ML	42,00	\$ 10,00	\$ 420,00
Tuberia AA/PP fria de 1"	ML	22,00	\$ 13,00	\$ 286,00
Tuberia AA/SS 2"	ML	28,00	\$ 9,00	\$ 252,00
Tuberia AA/SS 4"	ML	23,00	\$ 17,00	\$ 391,00
Tuberia AA/SS 6"incluido sanja	ML	42,00	\$ 22,00	\$ 924,00
Tuberia Bajante 4" AA/SS	ML	13,00	\$ 17,00	\$ 221,00
Tuberia ventilación 3" AA/SS	ML	14,00	\$ 13,00	\$ 182,00
Caja de registro exterior matriz 80x80	U	3,00	\$ 220,00	\$ 660,00
caja registro interior 60x60	U	6,00	\$ 110,00	\$ 660,00
PIEZAS SANITARIAS				
Equipo Hidroneumatico incluido accesorios desde cisterna	U	1,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Lavatorio blanco, de pedestal sencillo	U	12,00	\$ 13,00	\$ 156,00
Inodoro blanco, FV	U	12,00	\$ 140,00	\$ 1.680,00
Urinario blanco, FV	U	1,00	\$ 130,00	\$ 130,00
Griferia lavatorio, sencilla	U	12,00	\$ 26,00	\$ 312,00
Griferia y ducha calentador	U	10,00	\$ 78,00	\$ 780,00
Lavadero de cocina 2 posos profundos y griferia	U	1,00	\$ 260,00	\$ 260,00
Lavadero de ropa	U	1,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Llave angular de control	U	12,00	\$ 22,00	\$ 264,00
Extrator de olor, tumbado de baño	U	12,00	\$ 48,00	\$ 576,00
VENTANAS				
Ventanas aluminio/ vidrio	M2	21,00	\$ 65,00	\$ 1.365,00
TUMBADO				
Cielo raso de yeso	M2	195,00	\$ 15,00	\$ 2.925,00

CARPINTERIA DE MADERA				\$	-
Puertas de madera de 0.80 ctm	U	12,00	\$ 163,86	\$	1.966,32
Puertas de madera baño de 0.70 ctm	U	11,00	\$ 155,00	\$	1.705,00
Puerta de ingreso principal	U	1,00	\$ 280,00	\$	280,00
CERRAJERIA					
Rejas	M2	30,24	\$ 49,00	\$	1.481,76
Pasamano	ML	3,20	\$ 45,00	\$	144,00
Puertas metalicas	U	2,00	\$ 185,00	\$	370,00
PINTURA					
Empasteado y pintura de caucho nuevo	M2	580,00	\$ 8,00	\$	4.640,00
Repintado de paredes	M2	430,00	\$ 6,00	\$	2.580,00
Repintado de tumbado en losa	M2	110,00	\$ 6,00	\$	660,00
VARIOS					
Limpieza final	Global	1,00	\$ 100,00	\$	100,00
Desalojo	Global	1,00	\$ 220,00	\$	220,00
Permiso de contruccion municipio	Global	1,00	\$ 750,00	\$	750,00
TOTAL				\$	96.065,98
IVA 12%				\$	11.527,92
TOTAL TERRENO MAS CONSTRUCCION				\$	107.593,90

Gastos de constitución e instalación.

En la siguiente tabla se detallan los gastos de constitución e instalación que están conformados por: Los honorarios por \$ 3.500 y los permisos varios por \$ 800.

Tabla XIV: Gastos de constitución e instalación

Gastos de constitución	
Honorarios (Planos del proyecto)	3500,00
Permisos varios	800,00
Total Gastos de constitución	4300,00

4.1.2 Muebles y Enseres, lencería, menaje y vajilla

En la siguiente tabla se detallan los muebles y enseres, la lencería, el menaje y la vajilla, los mismos que serán necesarios para equipar el hostel y ofrecer todas las comodidades a nuestros clientes. Se necesita invertir en muebles y enseres \$20.579, en lencería \$3.748,95, en menaje \$368 y en vajilla \$447,25.

Tabla XV: Inversión en muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Costo Unitario	Total
HABITACIÓN			
Camas 2 plazas	3	300,00	900,00
Camas literas 1 1/2 plaza	16	350,00	5600,00
Colchones 2 plazas	3	200,00	600,00
Colchones 1 1/2 plaza	32	180,00	5760,00
Veladores	19	100,00	1900,00
Lámparas	11	20,00	220,00
SALA DE ESPERA			
Sofá	2	600,00	1200,00
LAVANDERÍA			
Mesa de planchar	3	20,00	60,00
RESTAURANTE			
Mesas para 4 personas	8	90,00	720,00
Sillas	32	30,00	960,00
Sillas de bebés	3	40,00	120,00
Juego de copa de vino (6 unir)	4	16,00	64,00
Juego de vasos de cristal (6 unir)	6	16,00	96,00
Coctelera	1	14,00	14,00
Licadoras ostero	2	120,00	240,00
COCINA			

Cocina doméstica 4 hornillas	1	200,00	200,00
Extractor de aire	1	25,00	25,00
Campana	1	1500,00	1500,00
Trampa de grasa	1	400,00	400,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			20579,00

Tabla XVI: Inversión en lencería

LENCERÍA	Cantidad	Costo Unitario	Total
LENCERÍA DE HABITACIÓN			
Juegos de sábanas de dos plazas	9	25,00	225,00
Juegos de sábanas de plaza y media	32	30,00	960,00
Almohadas	70	8,00	560,00
Toallas de baño	64	12,50	799,95
Toallas de mano	64	7,00	448,00
Cortinas de habitación	11	30,00	330,00
Cortina de baño	11	14,00	154,00
LENCERÍA DE RESTAURANTE			
Mantelería	16	10,00	160,00
Cubre manteles	16	6,00	96,00
Limpiones	8	2,00	16,00
TOTAL LENCERÍA			3748,95

Tabla XVII: Inversión en Menaje

MENAJE	Cantidad	Costo Unitario	Total
Olla mediana con mango	1	14,00	14,00
Escurreidor Alegacy modelo R-39	1	20,00	20,00
Olla pequeña con mango	2	20,00	40,00
Sartén mediano modelo SEW1030 30 cm. Diámetro	2	23,00	46,00
Sartén eléctrico	1	37,00	37,00
Rallo metálico Alegacy modelo SSG-4 varios rallados	1	5,00	5,00
Cuchillos grandes	3	5,00	15,00
Cuchillo pelador de vegetales	1	5,00	5,00
Colador mediano metálico malla fina	1	14,00	14,00
Espátula metálica Alegacy modelo PC1280 21 x 7.3 cm.	1	3,00	3,00
Colador chino triangular malla fina Alegacy modelo S510F 10.5" diámetro	1	44,00	44,00
Hielera Rubbermaid roja	1	60,00	60,00
Tabla de picar grande Alegacy modelo PER1824 45.72 x 60.96 cm.	1	18,00	18,00
Pinza metálica Alegacy modelo 5512 mango plástico	1	9,00	9,00
Cuchareta acero inoxidable	1	6,00	6,00
Batidor de mano	1	3,00	3,00
Charol extra grande redondo acero inoxidable	1	26,00	26,00
Molde pequeño cuadrado de aluminio para cake	1	3,00	3,00
TOTAL MENAJE			368,00

Tabla XVIII: Inversión en vajilla

VAJILLA			
Cuchillo de mesa (6 unit)	6	8,00	48,00
Tenedor (6 unit)	6	6,00	36,00
Cuchara grande (6 unit)	6	6,00	36,00
Cuchara pequeña (6 unit)	6	5,00	30,00
Vajilla completa para 8 personas	4	31,40	125,62
Jugos de vasos (6 unit)	6	14,20	85,21
Copa de vidrio transparente (6 unit)	6	14,40	86,42
Juego de copa de vino (6 unit)	6	16,00	96,00
Juego de vasos WHISKY (6 unit)	6	16,00	96,00
TOTAL VAJILLA			447,25

4.1.3 Maquinarias y equipos

Equipos del área de servicios

Se necesita invertir en equipos del área de servicios \$28.010.

Tabla XIX: Inversión en equipos área de servicios

EQUIPOS ÁREA DE SERVICIOS	Cantidad	Costo Unitario	Total
HABITACIÓN			
Aire acondicionado	11	800,00	8800,00
Televisor Sony de 40 pulgadas	11	1100,00	12100,00
COMEDOR			
Televisor Sony de 48 pulgadas	1	1300,00	1300,00

Equipo de sonido	1	300,00	300,00
Extintor	2	50,00	100,00
LIMPIEZA			
Lavadora 17 kg	2	700,00	1400,00
Secadora 17 kg	2	700,00	1400,00
Aspiradora	2	180,00	360,00
Plancha	3	50,00	150,00
COCINA			
Refrigerador	2	700,00	1400,00
Horno Micro ondas	1	120,00	120,00
Cafetera West Bend	1	320,00	320,00
Licuada Osterizer con vaso	1	140,00	140,00
Batidora KitchenAid	1	120,00	120,00
TOTAL EQUIPOS ÁREA DE SERVICIOS			28010,00

Equipos de oficina.

La inversión en equipos de oficina asciende a \$2.480. En la siguiente tabla se muestra la información detallada:

Tabla XX: Inversión en equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA	Cantidad	Costo Unitario	Total
Teléfono	12	40,00	480,00
Equipos de computación	4	500,00	2000,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			2480,00

Suministros de oficina.

La inversión en suministros de oficina asciende a \$594.

Tabla XXI: Suministros de oficina

Suministros de Oficina	Cantidad	Costo Unitario	Total
Toner para impresoras	4	90,00	360,00
Resma de papel Bond	4	5,00	20,00
Carpetas	25	0,40	10,00
Impresora	2	90,00	180,00
Pendrives	2	12,00	24,00
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA			594,00

4.2 Costos y Gastos

4.2.1 Costos

4.2.1.1 Costos Directos.

Estos costos son principales durante la operación del restaurante y dependen de la demanda. Los costos de alimentos y bebidas se determinan en un 40% en relación a los ingresos. Los costos directos ascienden a \$69.624 en el primer año

A continuación se detallan los costos directos necesarios proyectados a diez años.

Tabla XXII: Costos directos

Costos Directos										
Detalles	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Alimentos y bebidas	12024	12746	13510	14321	15180	16091	17056	18080	19165	20314
Mano de Obra	57600	61056	64719	68603	72719	77082	81707	86609	91806	97314
TOTAL COSTOS DIRECTOS	69624	73802	78230	82923	87899	93173	98763	104689	110970	117628

4.2.1.2 Costos Indirectos

Son los costos que se ven afectados por la demanda pero de una forma indirecta, lo cuales ascienden a \$4.185 en el primer año. A continuación se detalla los costos indirectos necesarios proyectados a diez años.

Tabla XXIII: Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS										
	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materiales indirectos	220	233	247	262	278	294	312	331	351	372
Mantenimiento de instalac	650	689	730	774	821	870	922	977	1036	1098
Mantenimiento de equipos	600	636	674	715	757	803	851	902	956	1014
Servicios basicos	1900	2014	2135	2263	2399	2543	2695	2857	3028	3210
Reposición de menaje	815,35	864	916	971	1029,36	1091	1157	1226	1299,541	1378
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	4185	1558	1652	1751	1856	1967	2085	2210	2343	2484

4.2.2 Gastos

4.2.2.1 Gastos Administrativos y de ventas

Son los gastos que se incurren con la implementación del proyecto como son: Sueldos de personal, alquiler de Local, gastos de mercadeo y ventas, las capacitaciones, los suministros de oficina y los gastos financieros. Los gastos administrativos ascienden a \$36.000 y los de ventas a \$12.500. A continuación se detallan los gastos administrativos y de ventas del proyecto:

Tabla XXIV: Gasto Administrativo

GASTO ADMINISTRATIVO	
Administrador	16800
Jefe Administrativo y Financiero	9600
Asistente Contable	4800
Vendedor de paquetes turísticos	4800
Capacitación	7000
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	36000

Tabla XXV: Gasto de ventas y mercadeo

GASTO DE VENTAS Y MERCADEO	
Catálogos agencias de viajes	1500
Revistas especializadas	2000
Relaciones Públicas (eventos)	5000
Internet	2000
Promociones y Merchandising	2000
TOTAL GASTO DE VENTAS Y MERCADEO	12500

4.2.2.2 Gastos financieros

El financiamiento para el Hostal es el préstamo por el monto de \$ 81.481 con pagos semestrales a 10 años a una tasa de interés anual del 10%. A continuación se detalla los dividendos e intereses que le corresponde por semestre:

Tabla XXVI: Gasto financiero

Semestres	Capital	Interés	Pagos	Saldos
0		0	0	81481,45
1	1423	8148	9571	80059
2	1565	8006	9571	78494
3	1721	7849	9571	76773
4	1894	7677	9571	74879
5	2083	7488	9571	72796
6	2291	7280	9571	70505
7	2520	7050	9571	67985
8	2772	6798	9571	65212
9	3050	6521	9571	62163
10	3355	6216	9571	58808
11	3690	5881	9571	55118
12	4059	5512	9571	51059
13	4465	5106	9571	46595
14	4911	4659	9571	41683
15	5402	4168	9571	36281
16	5943	3628	9571	30338
17	6537	3034	9571	23801
18	7191	2380	9571	16610
19	7910	1661	9571	8701
20	8701	870	9571	0
	81481	109934	191416	

4.2.2.3 Gastos de Amortización

Todos los valores de gastos constituidos se amortizan a 5 años y representan a los activos diferidos del proyecto. Los gastos se amortizaran a \$860 por año. A continuación se muestra la respectiva amortización:

Tabla XXVII: Tabla de amortización

Tabla de Amortización						
Descripción	Valor	1	2	3	4	5
Honorarios	3500,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Impuestos	800,00	160	160	160	160	160
TOTAL GASTOS AMORTIZACIÓN	4300,00	860,00	860,00	860,00	860,00	860,00

4.2.2.4 Gastos de Depreciación

El siguiente cuadro muestra la respectiva depreciación de los activos del Hostal mediante el método de línea recta. La depreciación anual asciende a \$8.965,72. A continuación se muestra la información en la siguiente tabla:

Tabla XXVIII: Tabla de depreciación

Tabla de Depreciación					
Descripción	Valor	Vida útil	% Valor Salvamento	Valor Salvamento	Depreciación Anual
Infraestructura	90793,90	20,00	0,05	4539,69	4312,71
Equipos	28010,00	10,00	0,10	2801,00	2520,90
Muebles y enseres	20579,00	10,00	0,10	2057,90	1852,11
Equipo de computación	2000,00	5,00	0,30	600,00	280,00
TOTAL GASTOS DEPRECIACIÓN	141382,90			9998,59	8965,72

4.3 Estado de Pérdida y Ganancia

4.3.1 Estimación de los Ingresos

Ocupación en temporada alta

En temporada alta se estima que el 85% del hotel estará ocupado los fines de semana y el 70% los días de semana, por lo que tenemos una ocupación de 1019 hospedajes en habitaciones cuádruples y 400 hospedajes en habitaciones dobles, en los 3 meses de temporada alta.

Ingreso por habitaciones

De acuerdo a los precios fijados en el Plan de Marketing, se estiman ingresos de \$112.368,2 al año.

Tabla XXXI: Ingreso por habitaciones

Habitaciones	Precio por persona temporada alta	Precio por persona temporada baja	Demanda temporada Alta	Demanda temporada baja	Total Demanda Temporada alta en dólares	Total Demanda temporada baja en dólares	Total Demanda anual en Dólares
Cuádruples	25	13	1909	3329	47736	43280,64	91016,64
Dobles matrimoniales	30	15	400	624	11988	9363,6	21351,6
TOTAL							112368,2

Ingresos por alimentos y bebidas

Se estima que el 60% de los turistas consumen en el restaurante y bar, a un promedio de \$8 por persona, lo cual se estima un total de ingresos de \$30.060 al año.

Tabla XXXII: Ingreso por alimentos y bebidas

Ingreso por alimentos y bebidas	Demanda temporada Alta (turistas)	Demanda temporada baja (turistas)	Total Demanda (turistas)	Total ingresos en dólares
Cuádruples	1909	3329	5239	25146
Dobles matrimoniales	400	624	1024	4914
	2309	3954	6263	30060

Otros ingresos (paquete)

Se estima que el 40% de los turistas que se hospedan en el Hostal demandarán algún paquete turístico. Por otro lado se estima que el Hostal obtiene ingresos de \$15 en promedio por paquete. El total de ingresos para el primer año se estima en \$37.575.

4.3.2 Estado de Pérdida y ganancia (proyectado)

Refleja los ingresos, egresos y la utilidad proyectados a 10 años, con un crecimiento de los ingresos anuales del 6% y del 4,5% en los costos. Se obtiene una utilidad neta de \$20.218 en el primer año.

Tabla XXXIII: Estado de pérdidas y ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias										
INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cuádruples	91016,6	96477,6	102266	108402	114906	121801	129109	136855	145067	153771
Dobles matrimoniales	21352	22633	23991	25430	26956	28573	30288	32105	34031	36073
Alimentos y bebidas	30060	31864	33776	35802	37950	40227	42641	45200	47912	50786
Otros ingresos (paquetes tu	37575	39830	42220	44753	47438	50284	53301	56499	59889	63483
TOTAL INGRESOS	180004	190804	202252	214388	227251	240886	255339	270659	286899	304113
EGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos Directos										
Alimentos y bebidas	12024,1	12746	13510	14321	15180	16091	17056	18080	19165	20314
Mano de Obra DIRECTA	57600	61056	64719	68602,52	72719	77082	0	0	0	0
TOTAL COSTOS DIRECTOS	69624	73802	78230	82923	87899	93173	17056	18080	19165	20314
Costos Indirectos										
Materiales indirectos	220	233	247	262	278	294	312	331	351	372
Mantenimiento de instalac	650	689	730	774	821	870	922	977	1036	1098
Mantenimiento de equipos	600	636	674	715	757	803	851	902	956	1014
Servicios basicos	1900	2014	2135	2263	2399	2543	2695	2857	3028	3210
Reposición de menaje	815,35	864	916	971	1029,36	1091	1157	1226	1300	1378
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	4185	1558	1652	1751	1856	1967	2085	2210	2343	2484
TOTAL COSTOS OPERATIVO	73809	75360	79881	84674	89755	95140	19142	20290	21508	22798
UTILIDAD BRUTA	106194	115444	122371	129713	137496	145746	236197	250369	265391	281315
Gastos Administrativos	36000	38160	40450	42877	45449	48176	51067	54131	57379	60821
Gastos de Ventas	12500	13250	14045	14888	15781	16728	17731	18795	19923	21118
Gastos de Amortización	860	860	860	860	860					
Gastos de Depreciación	8966	8966	8966	8966	8966	8966	8966	8966	8966	8966
UTILIDAD OPERACIONAL	47869	54209	58051	62123	66440	71876	158433	168477	179124	190409
Gastos Financieros	16154	15527	14768	13849	12738	11393	9765	7796	5414	2531
UTILIDAD ANTES PARTICIPA	31715	38682	43283	48274	53703	60484	148668	160681	173710	187878
Participación Trabajadores	4757	5802	6492	7241	8055	9073	22300	24102	26057	28182
UTILIDAD ANTES DE IMPUES	26957	32880	36791	41033	45647	51411	126368	136579	147654	159696
25% Impuesto a la Renta	6739	8220	9198	10258	11412	12853	31592	34145	36913	39924
UTILIDAD NETA	20218	24660	27593	30775	34235	38558	94776	102434	110740	119772

4.4 Flujo de Caja

Se obtiene un Flujo de Caja Neto en el primer año de \$27.056. A continuación se muestra el Flujo de Caja proyectado a 10 años.

Tabla XXXIV: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO DE LOS INVERSIONISTAS											
INGRESOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cuádruples		91016,6	96477,6	102266	108402	114906	121801	129109	136855	145067	153771
Dobles matrimoniales		21352	22633	23991	25430	26956	28573	30288	32105	34031	36073
Alimentos y bebidas		30060	31864	33776	35802	37950	40227	42641	45200	47912	50786
Otros ingresos (paquetes turísticos)		37575	39830	42220	44753	47438	50284	53301	56499	59889	63483
TOTAL INGRESOS		180004	190804	202252	214388	227251	240886	255339	270659	286899	304113
EGRESOS	Inversión Inicial	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos de terreno y Constr	\$ (107.593,90)										
Dotación General	-51884,25										
Gastos de constitución	-4300,00										
TOTAL GASTOS	-56184										
TOTAL GASTO DE CONSTRU	-163778										
UTILIDAD BRUTA		180004	190804	202252	214388	227251	240886	255339	270659	286899	304113
EGRESOS OPERACIONALES											
Costos Directos de Operación		69624	73802	78230	82923	87899	93173	17056	18080	19165	20314
Costos Indirectos de Operación		4185	1558	1652	1751	1856	1967	2085	2210	2343	2484
Gastos Administrativos		36000	38160	40450	42877	45449	48176	51067	54131	57379	60821
Gastos de Ventas		12500	13250	14045	14888	15781	16728	17731	18795	19923	21118
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		122309	126770	134376	142439	150985	160044	87940	93216	98809	104738
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		57694	64034	67876	71949	76266	80842	167399	177443	188090	199375
EGRESOS NO OPERACIONALES											
Gastos Financieros	0.00	16154	15527	14768	13849	12738	11393	9765	7796	5414	2531
Participación empleados 15%		4757	5802	6492	7241	8055	9073	22300	24102	26057	28182
25% Impuesto a la Renta		6739	8220	9198	10258	11412	12853	31592	34145	36913	39924
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		27651	29549	30458	31348	32205	33318	63658	66043	68384	70637
UTILIDAD NETA		30044	34485	37419	40601	44061	47524	103742	111400	119706	128738
Prestamos recibidos (amor)	81481	2988	3615	4374	5293	6404	7749	9376	11345	13728	16610
FLUJO NETO DE EFECTIVO		27056	30871	33045	35308	37657	39775	94365	100055	105978	112128
Inversión	-81481										
Valor de Salvamento											49133
FLUJO DE CAJA	-81481	27056	30871	33045	35308	37657	39775	94365	100055	105978	161261

4.5 Indicadores Financieros

A continuación se muestra un Valor Actual neto de \$265.623,83 y una tasa interna de retorno del 45%, con una TMAR del 10%. Por lo que el Proyecto es factible y rentable para su implementación.

Tabla XXXV: Indicadores financieros de retorno

Indicadores Financieros de retorno	
VAN	\$265.623,83
TIR	45%
TMAR	0,1

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de realizar este trabajo se ha podido determinar las ventajas de un hostel con productos turísticos, donde los turistas podrán obtener un servicio de calidad y una oferta de paquetes turísticos que les permitirá conocer mejor los atractivos cercanos al lugar.

Las conclusiones de este trabajo son;

1. Salinas es un destino turístico con mucho potencial, donde hay una gran demanda de turistas que necesitan hospedarse en establecimientos con buen servicio y valor agregado.
2. La demanda de turistas que necesitan un hospedaje es mayor que la oferta, lo que provoca que varios turistas no puedan obtener un lugar adecuado para hospedarse de acuerdo a sus expectativas.
3. La propuesta de la creación de un Hostel con productos turísticos es factible, lo que permitirá mejorar los servicios en el destino, al mismo tiempo mejorará la diversidad de opciones a la hora de buscar hospedaje.

Las recomendaciones de este trabajo son:

1. Mejorar la oferta de servicios de hospedaje en Salinas, especialmente en temporada alta, lo que servirá para proveer hospedaje a los turistas que necesitan un lugar para descansar.
2. Que se impulse a la creación de hoteles y hostales con servicios innovadores, para que los turistas tengan una mayor diversidad de opciones y servicios para elegir.
3. Mejorar la promoción y oferta de paquetes turísticos, para que los turistas disfruten mejor de los atractivos turísticos cercanos al destino

ANEXOS

ANEXO No 1 Encuesta

Señor turista

La siguiente es una encuesta que tiene por objetivo determinar los aspectos fundamentales para la creación de un hostel con productos turísticos en Salinas

1. Usted es Turista?

- a) Nacional
- b) Extranjero

2. Su edad se encuentra en el tramo de?

- a) Menos de 18 años
- b) Entre 18 a 24 años
- c) Entre 25 a 36 años
- d) Más de 36 años

3. Usted visita Salinas?

- a) Dos o menos veces al año
- b) De tres a cuatro veces al año
- c) Más de cuatro veces al año

4. Con quién usted viaja a Salinas?

- a) Solo
- b) Con su pareja
- c) Con amigos
- d) Con familiares
- e) Otros

5. En qué temporadas viajas a Salinas?

- a) De enero a marzo
- b) De abril a junio
- c) De julio a septiembre
- d) De octubre a diciembre

6. Cuando días permaneces en el destino?

- a) De uno a dos días
- b) De tres a cuatro días
- c) Más de cuatro días

7. En donde te hospedas?

- a) En un Hotel
- b) En un hostel
- c) En casa de amigos/ familiares
- d) Casa propia
- e) Otros

8.- Haz tenido problemas en encontrar hospedaje en temporada alta?

Si No

9. Qué tipo de hospedaje piensa usted que faltaría en el destino?

- a) Hoteles de lujo
- b) Hoteles tres estrellas
- c) Hostales a buenos precios
- d) Hosterías
- e) Otros

10. Le gustaría hospedarse en un hostel que ofrezca productos turísticos?

Si No

11. Le gustaría adquirir alguno de sus paquetes turísticos?

Si No

12. Qué tipo de paquetes turísticos le gustaría adquirir?

- a) Avistamiento de Ballenas en Puerto López
- b) Snorkeling en Ayangue
- c) Buceo en Ayangue
- d) Avistamiento de delfines en el Morro y Posorja
- e) Parapente en San Pedro
- f) Surf en Montañita
- g) Ciclismo
- h) Otros

13. Cuáles son para usted los factores más importantes que debería tener el Hostal?

- a) Servicio rápido
- b) Ubicación cerca a la Playa
- c) Empleados cordiales
- d) Instalaciones cómoda
- e) Ambiente agradable
- f) Buenas promociones
- g) Buena comida
- h) Buenos precios

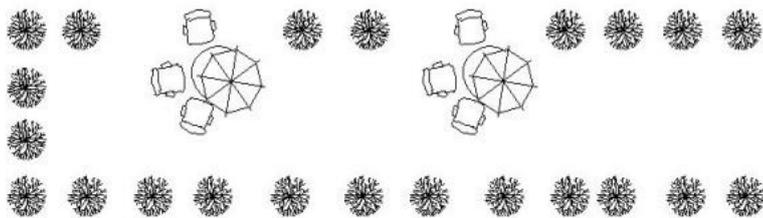
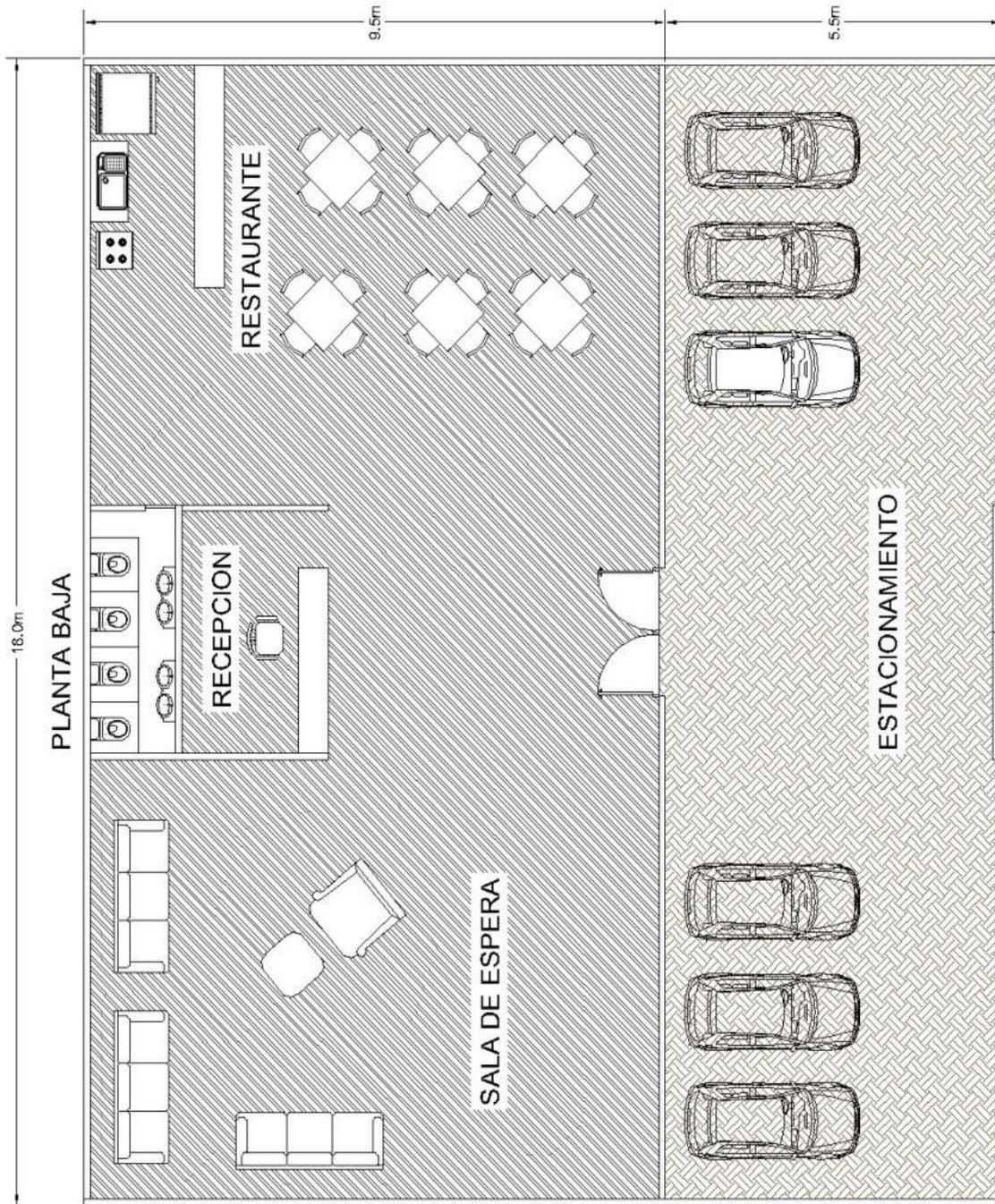
14. Cuales piensa usted que serían los clientes más frecuentes?

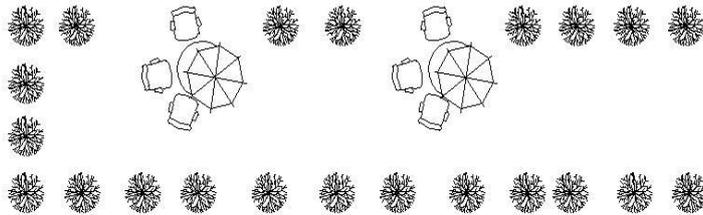
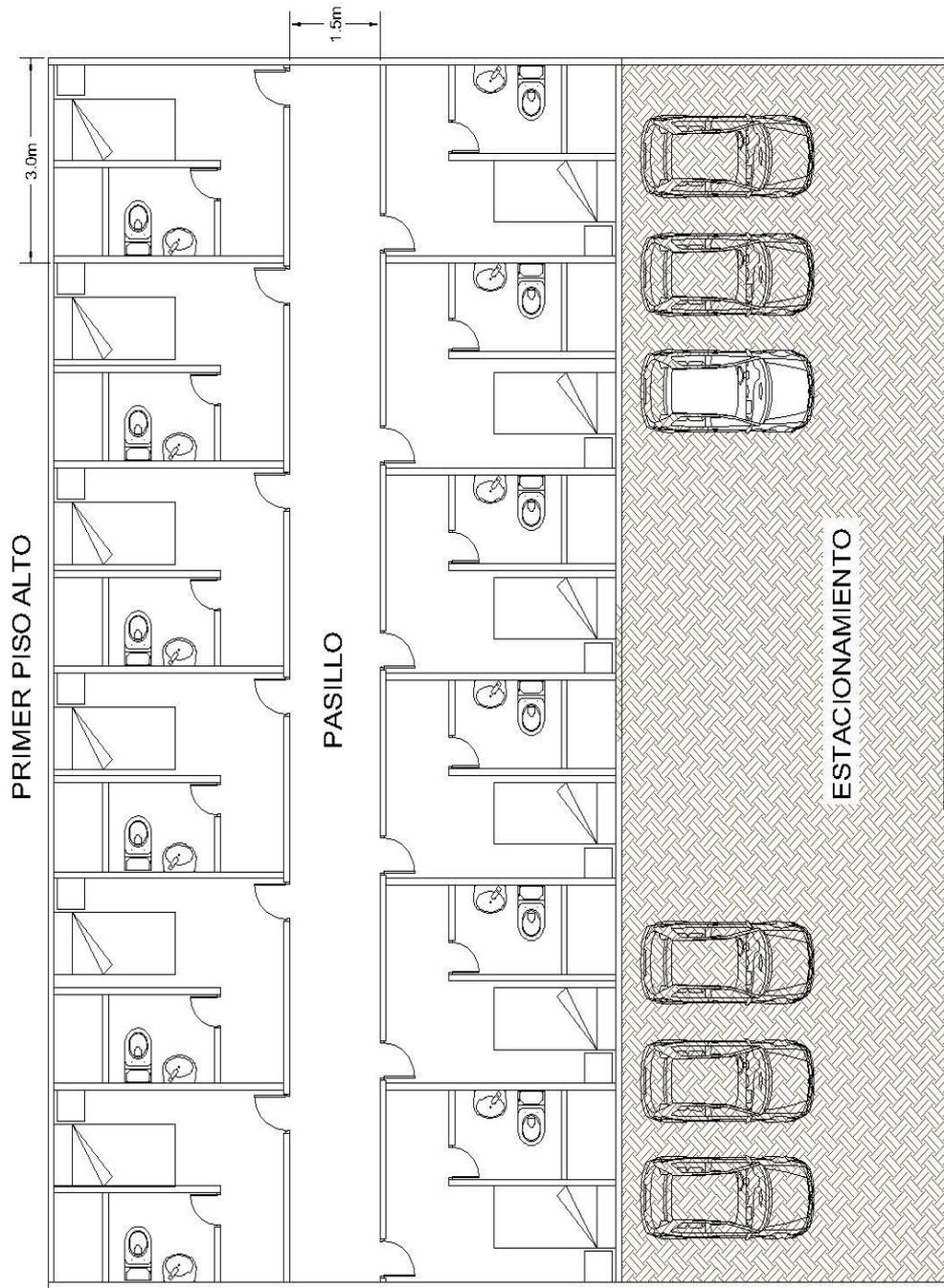
- a) Grupos de amigos entre los 19 a 36 años
- b) Familias con niños pequeños
- c) Familias con hijos adolescentes
- d) Extranjeros
- e) Otros

15. Cuánto usted pagaría por hospedarse en temporada alta?

- a) Entre 20 a 25 dólares por noche
- b) Entre 25,01 y 30 dólares por noche
- c) Entre 30,01 y 35 dólares por noche
- d) Más de 35 dólares por noche

ANEXO Nº 2 DISTRIBUCION DEL HOSTAL





BIBLIOGRAFÍA

Philip Kotler y Gary Armstrong (2003). *Fundamentos de Marketing.*, Pearson Educación, Estados Unidos

K. Douglas Hoffman, John E. G. Bateson. *Fundamentos de Marketing de Servicios.* Thomson International.