

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas
Turísticas y Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**PROPUESTA DE REACTIVACIÓN DEL HOSTAL SASS UBICADO
EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL
GUAYAS PARA EL MEJORAMIENTO INTEGRAL DEL NEGOCIO**

PRESENTADO POR:

Paola Berenice Loor Garcés

DIRECTORA DE TESIS:

Lic. Mariela Pinos

Guayaquil, febrero 2014.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Paola Berenice Loor Garcés, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TUTOR (A)

Lcda. Mariela Pinos, Mgs.

REVISOR(ES)

Lcda. Alicia Calderón, Mgs.

Dra. María Auxiliadora Egas, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 del mes de enero del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Paola Berenice Loor Garcés**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación Propuesta de reactivación del hostel Sass ubicado en el cantón general Villamil Playas, provincia del Guayas para el mejoramiento integral del negocio, previa a la obtención del Título de **ingeniería en administración de empresas turísticas y hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

LA AUTORA

Paola Berenice Loor Garcés

Guayaquil, a los 31 del mes de enero del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
ESPACIALIDADES EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Paola Berenice Loor Garcés**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Propuesta de reactivación del hostel Sass ubicado en el cantón general Villamil Playas, provincia del Guayas para el mejoramiento integral del negocio, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 del mes de enero del año 2014

LA AUTORA:

Paola Berenice Loor Garcés

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecerle a mi familia, especialmente a mis padres por dejarme escoger libremente la universidad y carrera que yo consideraba era más acorde a mis preferencias, por su paciencia y amor muchas gracias. Extiendo también mi sincero agradecimiento a mi profesor Eduardo Guzmán, por toda la paciencia y la confianza brindada durante este proceso de formación académica. Por último, gracias a la vida y al destino porque de alguna manera me condujo hasta este punto de gran felicidad y realización personal.

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a todos quienes confiaron en mí y me apoyaron durante todo este proceso de alguna u otra manera.

ÍNDICE GENERAL

Estudio técnico

CAPÍTULO.....	14
INTRODUCCIÓN.....	14
1.1 INTRODUCCIÓN AL TEMA.....	14
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	17
1.5 OBJETIVOS.....	18
1.5.1 Objetivo General.....	18
1.5.2 Objetivos Específicos.....	18

CAPITULO I

Marco Teórico

CAPÍTULO I.....	19
MARCO TEÓRICO.....	19
1.1 Marco Contextual.....	19
1.2 Marco Referencial.....	23
1.3 Marco Conceptual.....	25
1.4 Marco Legal.....	27
1.5 Metodología de la investigación.....	28
1.5.1 Técnica de recolección de información.....	30

CAPITULO II
Análisis del Entorno

2.1 Análisis turístico y económico del cantón.....	31
2.1.1 Catastro.....	32
2.2 Historia del Sass.....	36
2.3 Estado actual del hostel.....	37
2.3.1 Línea gráfica.....	39
2.3.2 Página Web.....	41
2.3.4 Fotografías del hostel.....	45
2.4 FODA.....	62
2.5 Estadísticas de los clientes.....	63

CAPITULO III
Estudio de mercado

3.1 Estudio de mercado.....	67
3.2 Tamaño de la muestra.....	67
3.3 Tabulación y análisis de las encuestas.....	70

CAPITULO IV
Desarrollo de la propuesta

4 Desarrollo de la propuesta.....	80
4.1 Manual de funciones.....	80
4.1.1 Organigrama.....	81
4.1.2 Descripción del puesto.....	81

4.1.3 Horarios y funcionamiento.....	84
4.2 Estrategias de marketing.....	85
4.2.1 Línea gráfica.....	88
4.4 Tabla situación actual del Sass.....	92
4.5 Costos del proyecto.....	95
Inversión Inicial	
Préstamo y Amortización	
Sueldos y Beneficios Sociales	
Ingresos por Ventas	
Presupuesto de Gastos Generales	
Estado de Pérdidas y Ganancias	
Flujo de Caja	
Índices Financieros de Evaluación del Proyecto	
CONCLUSIONES.....	111
RECOMENDACIONES.....	113
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

CAPITULO I

Marco Teórico

Imagen No. 1 – Pasos de reingeniería de procesos.....	22
---	----

CAPITULO II

Análisis del entorno

Imagen No. 2 – Mapa de Guayas.....	31
Tabla No. 1 – Inventario de hoteles, bares y restaurantes.....	31
Figura No. 1.....	41
Figura No. 2.....	42
Figura No. 3.....	43
Figura No. 4.....	44
Figura No. 5.....	45
Figura No. 6.....	45
Figura No. 7.....	46
Figura No. 8.....	47
Fotografías del hostel.....	48
Tabla No. 2 Estadísticas de clientes.....	65
Tabla No. 3 Estadísticas de clientes.....	66
Tabla No. 4 Estadísticas de clientes.....	66
Tabla No. 5 Estadísticas de clientes.....	67
Tabla No. 6 Estadísticas de clientes.....	67

CAPITULO III

Estudio de mercado

Tabla No. 7 Población de Guayaquil.....	70
Gráfico No.1 Resultado de encuesta.....	72
Gráfico No.2 Resultado de encuesta.....	72
Gráfico No.3 Resultado de encuesta.....	73
Gráfico No.4 Resultado de encuesta.....	73
Gráfico No.5 Resultado de encuesta.....	74
Gráfico No.6 Resultado de encuesta.....	75
Gráfico No.7 Resultado de encuesta.....	75
Gráfico No.8 Resultado de encuesta.....	76
Gráfico No.9 Resultado de encuesta.....	77
Gráfico No.10 Resultado de encuesta.....	77
Gráfico No.11 Resultado de encuesta.....	78
Gráfico No.12 Resultado de encuesta.....	79

RESUMEN EJECUTIVO

El hostel Sass empezó como un negocio familiar pero debido a la falta de conocimiento en la rama hotelera sus dueños no veían beneficios y se vieron obligados a detener el funcionamiento del establecimiento. Por medio de una reingeniería de procesos se buscará reactivar el negocio.

La idea de elaborar una Reingeniería de procesos para un hostel del cantón Playas se origina por varias razones. Entre la más importante destaca el hecho de que la tesinante quería ayudar a sus dueños a que el negocio en el que habían invertido gran parte de sus ahorros de vida, salga a flote debido a que actualmente sus procesos administrativos son deficientes y el potencial del local no se ve reflejado.

El hostel Sass maneja un sistema administrativo muy limitado debido a que no cuentan con una adecuada promoción por lo que la afluencia de nuevos clientes es mínima, por otra parte su personal de planta es mínimo por lo que el servicio que se ofrece es nulo, lo que ocasiona una mala impresión al cliente.

Una reingeniería de procesos es una alternativa para remediar todas las falencias que el establecimiento sufre. Empezando por poner un personal de planta con su respectivo manual de funciones y organigrama. El servicio al cliente es un factor primordial al momento de manejar un negocio en la hospitalidad.

Estándares de calidad altos serán los nuevos lineamientos del Sass, para que de esa manera los clientes se sientan satisfechos y empiecen a transmitir su grata experiencia en el hostel Sass. Así también el caso del hostel podría servir como referencia en excelencia de servicio al cliente para todos los establecimientos turísticos y hoteleros del cantón, de manera que Playas logre ser competitivo en relación con otros balnearios y su economía se vea gratamente favorecida.

Palabras claves: hostel, servicio al cliente, reingeniería de procesos, reactivación.

ABSTRACT

The hostel Sass began as a family business but due to lack of knowledge in the hotel industry the owners didn't see any benefit and were forced to stop operation of the property. Through a reengineering process will seek to revive the business.

The idea of developing a reengineering process for a hostel located in Playas-Ecuador is caused by several reasons. Among the most important highlights the fact that the student wanted to help their owners to the business in which they had invested much of their life savings, quit afloat because they currently have deficient administrative processes and the potential of the hostel is not being reflected.

Hostal Sass handles a very limited administrative system because they do not have adequate promotion so the influx of new customers is minimal, otherwise the person who works there is minimal so the service offered is null, and that brings the customer a bad impression.

A reengineering of process is an alternative to remedy any shortcomings that the property suffers. Beginning by putting people who works full time, with their respective functions and organizational manual. The customer service is a primary factor when you are running a hospitality business.

High quality standards will be the new guidelines of Sass, so that way the customers will feel satisfied and it's going to start transmitting their pleasant experience at hostel Sass to other people. Also the case of the hostel could serve as a reference for excellence in customer service for all tourist accommodation establishments and the canton, so Playas manages will convert itself in to a competitive destiny in comparison with other resorts and their economy will be pleasantly favored.

Key words: hostel, customer service, process reengineering, reactivation

INTRODUCCIÓN

Introducción al tema

Guayas, luego de su separación con la provincia que actualmente se conoce como Santa Elena, queda con un balneario principal en toda la provincia por lo que, en teoría, debería ser uno de los destinos no sólo más promocionado sino con mejor infraestructura para poder competir con las demás playas del país.

Villamil Playas está ubicado a 96 km de la ciudad de Guayaquil. Entre las actividades que más desarrollan sus habitantes se encuentran la pesca, actividad que se ubica entre los principales trabajos realizados en el cantón, seguido por el cultivo de camarón.

A diferencia de lo que se pueda pensar, Playas tiene un servicio, en general, muy estándar pero con el potencial para ser excelente. Quizá la infraestructura vial no esté 100% adecuada para un mejor impacto al turista (vía data) pero tiene el mejor atractivo natural que son sus playas, clima y cultura.

No se puede dejar de lado que poco a poco el cantón es objetivo de inversionistas que ven viable el mercado para tener negocios exitosos. Aunque si se empieza a investigar la oferta de hoteles es vasta en el lugar, pero ciertamente el servicio o precios que ofrecen no son los más adecuados en comparación con su infraestructura o ubicación, lo que genera que muchos turistas no tengan la intención de volver a dicho balneario.

La motivación de realizar este proyecto se da por dos razones principales: la primera se debe a que familiares de la tesinante son los dueños de dicho establecimiento y su conocimiento en el ámbito hotelero es casi nulo, por lo que la administración del hostel no es la más adecuada. Por ello, se convierte en una excelente oportunidad para poner en práctica todo lo aprendido durante esos años de estudio en la UCSG para de esa manera ayudar a generar una experiencia inolvidable para el turista y que su inversión

en el establecimiento se vea favorecida. La siguiente razón es ofrecer un servicio de calidad para los clientes que decidan elegir al hostel Sass como preferencia para sus vacaciones y, de esa manera, empezar a marcar un estándar en el servicio que los hoteles de la zona ofrecen.

Por otra parte, el desarrollar una correcta reingeniería de procesos donde se establezca un adecuado estándar de calidad, podría servir como pauta para los demás establecimientos de la zona con el mismo problema para que se mejoren las competencias del cantón y eventualmente atraer a más turistas logrando establecer a Playas como un potencial destino primario.

Planteamiento del problema

El hostel Sass fue creado con un propósito familiar, en donde el dueño pensaba construir una casa para que sus familiares se pudieran hospedar cada vez que visitaran el cantón, pero bajo la insistencia de los hijos y apoyo de su esposa, decide construir una edificación que más tarde serviría como un lugar de alojamiento para el turista.

A simple vista este lugar podría competir con cualquier otro establecimiento del mismo status que hay en la zona, pero sus diferentes falencias administrativas, como por ejemplo inadecuada promoción, lo vuelve un negocio no rentable y poco atractivo para posibles inversionistas.

El principal problema del hostel es sin duda alguna el manejo de los procesos administrativos para un correcto desempeño de las funciones de los empleados, donde se determina que no cuentan siquiera con un manual de funciones o un organigrama para poder tener el personal necesario y capacitado para los diferentes trabajos que el hostel necesita. Por otra parte, es importante señalar las promociones y publicidades inadecuadas que poseen o han implementado durante el tiempo, lo que ha ocasionado que muy pocas veces tengan todas las habitaciones vendidas al mismo tiempo. Los

dueños, con la preocupación de ver que su inversión no rendía frutos, vendían paquetes promocionales a precios muy económicos, los cuales eran difundidos sólo en redes sociales de los mismos propietarios del Sass e incluso, ni aún así, lograban tener el establecimiento totalmente ocupado.

En el año 2013 el portal Hoteles.com realizó una encuesta a viajeros de todo el mundo preguntando ¿Qué es lo que más busca al momento de hospedarse? Y los resultados arrojaron la siguiente conclusión: *"Encabezando la lista de los amenities que no deben faltar en un hotel se posicionaron el Wi-Fi, la comida y la bebida gratis como los imprescindibles en una estadía de hotel"* (par. 4), lo que resalta una desventaja más, ya que el hostel no cuenta con el servicio de comida para los clientes que así lo requieran, pero si con la infraestructura necesaria para implementarlo.

Otro problema que la tesinante encuentra del establecimiento radica en su nombre, el cual no parece ser atractivo para los turistas y no logra transmitir la esencia del lugar.

El nombre con el que el hotelero bautiza a su establecimiento es una decisión clave. Puede hacerle ganar o perder mucho dinero durante años. Tiene tanta importancia que debería estudiarse con detenimiento y, si es necesario, con el asesoramiento de profesionales, antes de tomar una decisión que condicionará las acciones de marketing para siempre (Borja Monforte, 2011, Par 1).

Formulación del problema

¿De qué manera una adecuada reingeniería de procesos logrará reactivar el negocio y mejorar su rentabilidad?

Justificación

Playas es el balneario más importante de la provincia del Guayas debe ir mostrándose competitivo frente a los demás destinos similares del país y, una manera de hacerlo es prestando un buen servicio a los clientes que visiten los diferentes establecimientos del cantón.

Actualmente, el Ministerio de Turismo por medio de campañas publicitarias busca promover destinos del país de tal manera que cada vez más turistas opten por visitarlos, donde entre otros destinos, las playas son de las más destacadas promociones lo que, en teoría, debe obligar a todos los habitantes que tengan negocios en el cantón a ofrecer un servicio de calidad a quienes lo visitan. La tesinante cree pertinente que al generar un proyecto con altos estándares de calidad dentro del hostel, eventualmente se podría empezar a adoptar el mismo patrón en todos los locales de Playas.

El presente proyecto busca reestructurar el sistema administrativo del hostel Sass para que se vuelva un negocio rentable y competitivo en el cantón. Resulta indispensable que todos los miembros del hostel conozcan los beneficios de lograr y mantener la satisfacción del cliente. Si bien existen diversos beneficios que toda organización puede obtener al lograr la satisfacción del cliente, estos se pueden resumir en los siguientes:

- Un cliente satisfecho, vuelve a comprar. Por lo tanto, el establecimiento obtiene como beneficio su lealtad y preferencia sobre los competidores.
- Un cliente satisfecho comunica a otros su experiencia positiva al adquirir el producto del lugar que le dio un buen servicio con su punto de vista personal; y esto es publicidad gratuita para el hostel.

Se vuelve fundamental que el Sass logre superar a la competencia a base de innovaciones o por el contrario, todo por lo que se ha trabajado desde su creación,

terminará siendo un rotundo fracaso, para esto se necesita aplicar estrategias y una correcta reingeniería.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una propuesta de reactivación del hostel Sass por medio de una reingeniería con la finalidad de una mejora integral en el negocio.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar el estado actual de la oferta turística de Playas y del hostel Sass
- Analizar las preferencias de los potenciales clientes a base de un estudio de mercado que determine las estrategias a utilizar.
- Desarrollar la propuesta de reactivación por medio de una reingeniería de procesos para el hostel Sass, que busque mejorar el servicio y aumentar el número de clientes potenciales.

CAPÍTULO I

1. MARCO CONTEXTUAL

Es de conocimiento general que la hotelería va muy de la mano con el turismo ya que este es el lugar donde el turista se hospeda durante su visita a un determinado lugar. La constante innovación en infraestructuras y servicios logran que el desarrollo económico de una ciudad se vea favorecido, por lo que es primordial generar un impacto positivo a los visitantes y de manera consecutiva, lograr mantener dicho impacto.

El secretario general de la OMT asegura que:

"El turismo es uno de los modos más potentes de transmisión de medios de unas personas a otras, de aquellos que tienen dinero, a los que con alegría proponen a cambio servicios. Esto es mejor que la ayuda económica para cualquier Estado, puesto que el dinero del turismo llega directamente a las personas y se crean puestos de trabajo" (Nifán, 2011, par 2)

El turismo quien va muy de la mano con la hotelería presta un servicio tangible o intangible que el cliente o en este caso turista busca en cualquier destino. La economía de cualquier lugar

El desarrollo de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística, es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, que ha de ser la máxima beneficiaria del proceso turístico, considerando además los intereses de generaciones futuras. (Benites, 2012, par 10)

Este proyecto se va a enfocar en establecer una pauta de excelencia de servicios de tal manera que los servicios que se ofrezcan estén a la altura de las exigencias del turista.

Una reingeniería de procesos busca reestructurar un sistema que se encuentra obsoleto o defectuoso, de tal manera que pueda mejorar su funcionamiento. Es necesario conocer los pasos que se deben seguir para lograr una exitosa reingeniería de procesos.

Un proceso es una serie de actividades vinculadas, que se consagra a las necesidades y expectativas del mercado (procesos estratégicos). Los procesos son la base sobre la cual, las organizaciones generan riqueza. (Cuellar, S.f, Par 4).

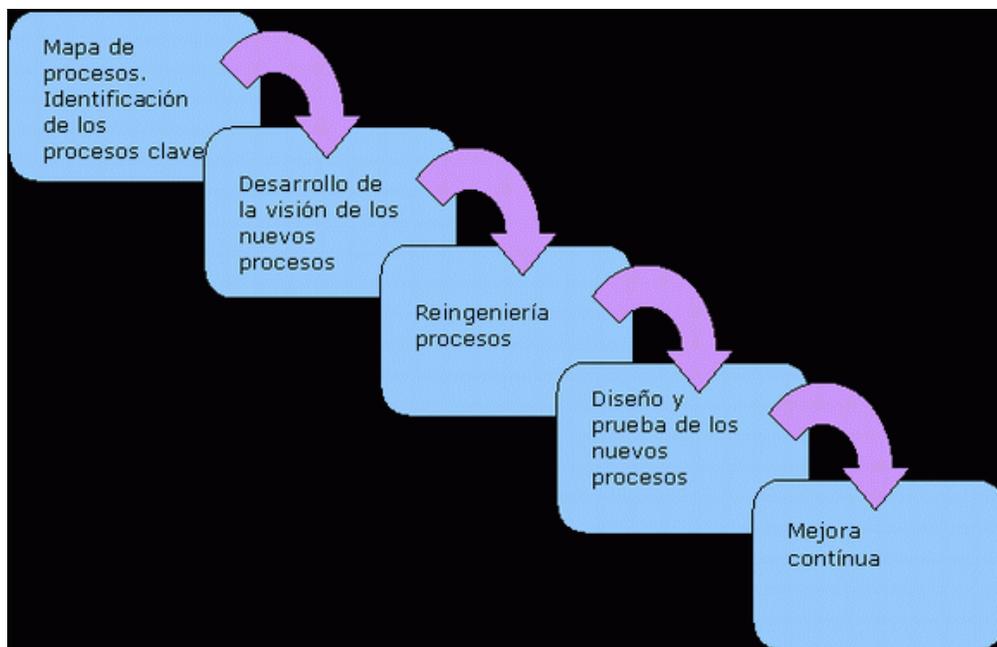


Imagen 1: Pasos de una reingeniería de procesos
Autor: Eduardo Navarro

Entre los pasos para una reingeniería se encabeza la identificación de los procesos que están fallando o en su defecto que se quieren mejorar. Esto sirve para diagnosticar el estado de la empresa y de esa manera partir de una realidad específica. Una vez identificado los problemas hay que partir por las propuestas y visión de las mejoras y

proyectos que favorecerán al funcionamiento del establecimiento. Luego de identificar los problemas y buscar sus posibles soluciones, se procede a implementar la reingeniería de procesos para el mejoramiento de los procesos fallidos que tiene la empresa. Realizar seguimiento de las mejoras y nuevos procesos implementados es un paso fundamental ya que de esa manera se pueden identificar cuáles están funcionando de maneras favorables y cuáles no. Cabe recalcar que la reingeniería de procesos no es un método estático ni estricto, los procesos se pueden ir modificando o cambiando a lo largo de la implementación de la misma para obtener a un determinado plazo los resultados que se esperaban. Cuando el proceso se encuentre en marcha con todos los procesos y cambios que se hicieron a lo largo de esta aplicación de reingeniería, la empresa va a experimentar una mejora continua.

Una empresa que tiene como base fundamental el servicio al cliente, necesita generar una buena impresión de tal manera que el mismo quiera volver al lugar. Un impacto positivo es generado por un adecuado uso del marketing, es decir, si se saben aprovechar los recursos y promocionarlos de manera correcta, se pueden generar beneficios innumerables para la empresa que los lleve a cabo. El Blog informativo de turismo SantIgnasi, expone en uno de sus post un artículo que revela las 5 grandes tendencias en marketing Hotelero del año 2013, que son:

1. ***Aprovechar el potencial visual de las webs de viajes.*** El 89% de los viajeros vacacionales miran vídeos online.
2. ***Fuerte crecimiento del móvil.*** Los compradores vía tableta gastan un 20% más que los que compran a través del ordenador.
3. ***Creciente social media.*** El 52% de los viajeros usan social media para sus ideas de viaje.
4. ***Captar oportunidades en los viajes corporativos.*** El 70% de los viajeros de empresa usan dispositivos móviles para buscar información sobre el viaje.
5. ***Marketing de contenidos.*** El contenido interesante es una de las tres razones por las que la gente sigue a las marcas en social media. (Turismo SantIgnasi, 2012, par 2).

La propuesta se desarrollará en un establecimiento del cantón Playas, tomando en cuenta que en general la infraestructura turística del cantón es aceptable más no excepcional como podría tenerla. Este destino tiene el potencial para ser de las primeras opciones para los turistas, claro está, si en el lugar en mención se manejaran estándares de calidad altos. Si se toma al hostel Sass como referencia, se determina que la infraestructura está relativamente aceptable para alojar a los turistas, pero en lo que a promoción y servicios se refiere es bastante deficiente.

Los ya muy conocidos y probados métodos de CALIDAD TOTAL permiten a las empresas privadas obtener ventajas competitivas consistentes, mediante la introducción sistemática de mejoras de calidad y disminución simultánea de costos de no calidad, para atender cada vez mejor los requerimientos de los clientes al menor costo posible, optimizando el uso de sus recursos económicos, técnicos y humanos (Arnoletto, s.f)

De esta manera se reafirma que una adecuada reingeniería basada en un servicio de calidad para los turistas podría llevar al hostel a mejorar sus ingresos. Pero cabe recalcar que la misma no se hace con la seguridad de que todo vaya a ser óptimo en lo que se refiere a ganancias, sino más bien se trata de reestructurar todos los sistemas administrativos del establecimiento que hasta ahora no le han dado resultados positivos al Sass.

La reingeniería no es otra idea importada de Japón. No es un remedio rápido que los administradores puedan aplicar a sus organizaciones. No es un nuevo truco que prometa aumentar la calidad de un producto o servicio de la compañía o reducir determinado porcentaje de costos... No se trata de arreglar nada... La reingeniería de negocios significa volver a empezar, arrancando de cero.(Maldonado, sf, par 8).

1.2 MARCO REFERENCIAL

Los procesos que una empresa aplica día a día deben tener un respaldo o una certificación de que de hecho funcionan o generan rentabilidad para el lugar que los aplique.

La empresa Servatur quien actualmente maneja ocho establecimientos hoteleros en algunas ciudades de Puerto Rico y está teniendo una gran acogida por los turistas.

La Reingeniería de Procesos y Gestión integral de la empresa Servatur es un caso de éxito según la Red Canaria de Innovación y Desarrollo Empresarial (CIDE). Según se indica en esta noticia, Servatur está inmersa en un intenso proceso de Innovación, acometiendo diferentes proyectos que le permitirán alcanzar importantes resultados.

Los logros hasta el momento se resumen en el impulso de la cultura de mejora continua y la creación de un equipo multidisciplinar para la definición, ejecución y puesta en marcha de dichos proyectos. La Red CIDE ha ejercido de mediador entre la empresa y diferentes actores de colaboración, además de asesorar en materia de ayudas necesarias para la realización de los proyectos. (Servatur, S,f)

Lo que la empresa fue fortaleciendo en todo el proceso gira en torno de saber que herramientas utilizar al momento de analizar y tomar decisiones así como también mejoraron su gestión organizativa de tal manera que se vieron beneficiados por el incremento de la productividad que se generó a partir de la implementación de los nuevos procesos.

Una vez identificados los problemas de determinada empresa, es más sencillo buscar la solución a los mismos. Por lo que el hostel Sass empezará su reingeniería con un análisis del entorno e identificación de los problemas para luego poder emprender las alternativas de solución que beneficien más al establecimiento.

El alcance la de la reingeniería se puede extender a todas las industrias, desde la agricultura, comercio, instituciones del estado, empresas de servicios, que requieran

simplificar los procesos o crear formas de reducir costos, mediante la eliminación de actividades innecesarias.

Una reingeniería que fue aplicada a una empresa por Cura (2011), se llevó a cabo debido a que dicha empresa estaba recibiendo muchas quejas de sus denominados “clientes de mostrador” lo que ocasionaba una disminución en su clientela ya que los mismos no podían cancelar en efectivo por los servicios prestados y tenían que hacer todo un proceso de pago de crédito lo que se convirtió en un problema para la empresa y luego del análisis del problema, alternativas de solución y proyección de los beneficios, se llegó a la conclusión de que;

Esta investigación demostró que un solo procedimiento tiene un impacto enorme y que puede ser parte fundamental del éxito de una empresa y el fracaso de otra compitiendo en el mismo mercado. Los procedimientos son la base de los negocios y deben atenderse con la prontitud del caso (Pág. 38)

Donde de cierta manera se certifica que una adecuada reingeniería en el hostel realmente puede generar una empresa exitosa. Es válido mencionar que todo cambio o proceso de cualquier índole es derivado de un problema previo que se busca solucionar o mejorar. Por lo que una investigación es necesaria para definir cuáles son las deficiencias del negocio.

Uno de los problemas del Sass es su posicionamiento en el mercado hotelero y en la mente del consumidor. En una tesis de reingeniería de procesos en un hotel en Jutiapa, realizada por Ortega, 2005, se afirma que:

El posicionamiento da un margen a la empresa para determinar cuál es su ubicación dentro del mercado, y se definen las metas que se quieran alcanzar para ubicarse en un mejor lugar o mejorar lo que se está haciendo para obtener la confianza de sus clientes en caso de una empresa de servicios. (Pág. 24)

Por lo que una correcta estrategia de marketing podría ser la manera de lograr la imagen que se quiere tener dentro de la mente del consumidor. El marketing debe ser totalmente comprendido por todos los que conforman la empresa, donde se concuerda que:

El marketing no es un proceso de compraventa, es un proceso relacional en el que el cliente, agrupado en un mercado, manifiesta ya sea de modo verbal o conductual, explícito o implícito, sus deseos y en el que la empresa trata de satisfacer esos deseos de modo que se produzca un intercambio de valor y en el que ambas partes se sientan satisfechas. (López, sf, Par 3).

1.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Hostal:** Es hostal 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. (Reglamento general de actividades turísticas, 2009).
- **Reingeniería de procesos:** es una herramienta gerencial mediante la cual se rediseñan radicalmente los procesos medulares de una empresa, para lograr mejoras dramáticas en productividad, tiempos de ciclo y calidad. (Piedra, sf, par 1).
- **Turista:** Se conoce popularmente con el término de turista a aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino. (Definiciónabc.com, sf).

- **Calidad:** La calidad no puede definirse fácilmente, por ser una apreciación subjetiva. La calidad significa llegar a un estándar más alto en lugar de estar satisfecho con alguno que se encuentre por debajo de lo que se espera cumpla con las expectativas. También podría definirse como cualidad innata, característica absoluta y universalmente reconocida. (Scribd.com, sf).
- **Manual de funciones:** Compila las distintas descripciones en un único documento que facilita la consulta sobre cada puesto. (Aiteco.com, sf).
- **Administración:** Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz. (Thompson, 2008).
- **Turismo de sol y playa:** Demanda turística cuya motivación se fundamenta en estos dos elementos y que se caracteriza por las negativas consecuencias de su estacionalidad y masificación. (Fog, sf).
- **Turismo Deportes extremos:** Viaje o excursión con el propósito específico de participar en las actividades para explorar una nueva experiencia, por lo general supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre. (Sung, 1997, Pag. 7, par. 12).

1.4 MARCO LEGAL

El hostel Sass va a guiar su nueva estructura basado en PLANDETUR 2020. El cuál propone un modelo de desarrollo del turismo sostenible basado en sus territorios y productos turísticos que permitan satisfacer las necesidades cambiantes de los segmentos de turistas actuales y potenciales aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad. Uno de estos elementos es el liderazgo del Ecuador en el turismo gestionado por sus comunidades que ofrecen experiencias memorables a través la convivencia e intercambio con culturas ancestrales. (Ministerio de turismo, 2007)

“Reglamento General de Actividades Turísticas”, Título 6, Art. 141:

(...) Obligación de registro y licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos (Presidente de la República - Gustavo Noboa Bejarano, 2002).

Sección 5

HOSTALES Y PENSIONES

Art. 17.- Hostal.- Es hostal 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.

Art. 20.- Hostales y pensiones de dos estrellas.- Los hostales y pensiones de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

a) De recepción, que deberá estar convenientemente atendido por personal que al mismo tiempo se ocupará del servicio telefónico;

b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación directa con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciocho habitaciones como mínimo, debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones;

c) De comedor. Este servicio deberá permitir a los clientes sustituir uno de los platos que compongan el menú por el que a tal efecto deberá ofrecer el establecimiento en cada comida;

d) De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado;

e) Teléfono público en la recepción; y,

f) Botiquín de primeros auxilios.

(Reglamento general de actividades turísticas, sf)

1.5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En lo que a metodología se refiere el método a utilizar será el Deductivo. Resulta importante conceptualizarlo para poder comprender con mayor facilidad el fin investigativo de este proyecto.

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlo a hechos particulares (César Bernal, 2006, pág. 56, par 1)

Una vez definido dicho concepto, el método deductivo también afirma que el mismo empieza con una investigación de: conclusiones, paradigmas, métodos, entre otros aspectos, que tienen su validez comprobada para luego aplicarlo a un caso en particular.

Hasta el momento todo lo expuesto en este proyecto se basa en teorías, lecturas en línea, otras tesis relacionadas con el tema, libros de administración. El objetivo de establecer una correcta metodología y técnicas de recogida de datos es para respaldar los resultados que se esperan obtener contando así con una base real de estadísticas para el éxito de este trabajo.

Estudio de casos, porque se ha delimitado el estudio específicamente en la ciudad de Playas, además se han analizado casos exitosos de desarrollo turístico.

Enfoque: Cualitativo

La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. De aquí, que lo cualitativo (que es el todo integrado) no se opone a lo cuantitativo (que es sólo un aspecto), sino que lo implica e integra, especialmente donde sea importante. (La coctelera, s.f, par 1)

TIPO DE ESTUDIO: EXPLICATIVO

Buscan encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste. “Están orientados a la comprobación de hipótesis causales de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes) y sus resultados, los que se expresan en hechos verificables (variables dependientes). Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis interpretación. (Club ensayos, 2011, par 1)

En base a un análisis general del cantón, se empieza a enfocar en lo específico. Las razones por las que Playas no tiene mucha afluencia turística y luego las razones por las que el hostel no es muy concurrido

1.5.1 TÉCNICA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Existen varias técnicas para recopilar información entre las que destacan: la entrevista, encuesta, observación, sesiones de grupo, etc. La técnica más adecuada para este proyecto será por medio de encuestas.

Es de conocimiento general que las encuestas son preguntas concretas para una parte representativa de la población a la que se quiere llegar, cuyo fin es conocer situaciones, gustos, preferencias específicas sobre un tema.

CAPITULO II

ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 ANÁLISIS TURÍSTICO Y ECONÓMICO DEL CANTÓN PLAYAS

Con una temperatura promedio de 24° el cantón Playas se encuentra ubicado a 93 km de la ciudad de Guayaquil.



Imagen 2: Mapa del Guayas

Fuente: Guayaquil Turismo Ecuador, s. f.

Entre las principales actividades de producción que realizan sus habitantes, destacan: la pesca artesanal, de camarón, atuneras, el sembrío para la compra y venta de pitahaya, el negocio de alojamiento y de alimentos y bebidas. Mientras que el comercio es una actividad complementaria para los ingresos del cantón. (Prefectura del Guayas, s,f)

Entre sus principales atractivos turísticos definitivamente se resaltan sus extensas playas donde, entre otras actividades recreativas, los turistas optan mucho por las

cabalgatas por la orilla del mar y del alquiler de lanchas artesanales para recorrer la costa desde el mar.

De los balnearios y puntos más conocidos del cantón se tiene:

- La playa Rosada, ubicada aproximadamente a unos 150km de la ciudad de Guayaquil, cerca del Faro. Es considerada un sitio ideal para los bañistas y también para los turistas que disfrutan de excursiones.
- Playa El Pelado, es un sitio magnífico para relajarse en playas tranquilas rodeadas de locales con mucha comida típica de la zona.
- Cerca del Ocean Club, los turistas también pueden disfrutar del avistamiento de aves y excursiones.
- Otro punto muy visitado por aquellos que visitan el cantón es el Santuario de la Virgen de la Roca, en el Morro. (Folleto turístico del cantón)

Por otra parte, el cantón tiene durante el año algunas fiestas, tales como, La fiesta de San Pedro y San Pablo, la fiesta de cantonización, la temporada de playa, carnaval, entre otras. Las mismas que se convierten también en una oportunidad para atraer a muchos turistas al balneario y sean parte de la cultura y tradiciones del lugar.

El cantón Playas siendo el único balneario de la provincia del Guayas, ha venido desarrollando su infraestructura turística para poder ser competitivo en relación a otros balnearios del país. Por lo que los negocios locales han ido en aumento en los últimos 6 años. A continuación se detallan los hoteles, hostales, hosterías, centros de entretenimiento, bares, locales de comida, bebidas y tiendas que cumplen con todos los reglamentos y se encuentran registradas en el municipio del cantón Playas.

2.1.1 Hoteles, Hosterías, Hostales y otros tipos de alojamiento

Actividad	Zona
Hostal El Descanso del Quijote	Av. Jaime Roldós S/N y Calle 9na
Hostal el Cattán	Av. 3 de Noviembre y Jambelí
Hotel Los Patios	Km. 1 Vía Posorja
Cabaña bar Punto G	Bajada Av. Paquisha

Hotel Tucano	Km. 1 Vía Posorja
Hostería Porto Dimare	Km. 2 Vía Posorja
Hostal Restaurant Los Arcos Hermanos	Av. Jaime Roldós y Calle 8
Hostal Residencial Dorado	Av. Jambelí y Malecón
Hotel Castillo de Arena	Av. Simón Bolívar S/N y Calle A
Hotel Marianela	Av. Jaime Roldós Aguilera y Paquisha
Hotel Residencia Nevada	Av. Paquisha y Av. Guayaquil
Hostal Rumbo al Sol	Av. Paquisha y Calle 8
Hostería Mercymar	Vía Data
Hostal Residencia Jesús del Gran Poder	Av. Asiclogaray y 15 de Agosto
Cabañas casa Playas	A tres cuadras del Hotel Oro Azul
Pensión El Jardín de Playas	Barrio Corazón de Jesús S/N Vía a Data, Km. 12
Hostal El Delfín	Km. 1 Vía Posorja
Hostal Ana	Km. 1/2 Vía Posorja
Hostal Caracol	Av. 3 de Noviembre y Jambelí
Hostería Brisas del Mar	Vía Guayaquil Por La CTE
Hostal Olas del Mar	Av. 15 de Agosto y Pablo Muñoz
Hostal Residencial Cabaña Típica	Av. Sixto Chang y Calle Novena
Hostal Bellavista	Km. 2 Vía Posorja
Hostal Promenade	Av. Jaime Roldós # 327 y Callejón
Hostal Yolán	Av. 24 de Septiembre
Hotel Arena caliente	Av. Guayaquil y Paquisha
Hostal La Posada del Sueco	Km. 2 Vía Posorja
Hostería Guayas y Quil	Km. 14 Vía Posorja
Hostal Residencial Acapulco Playas	Av. Jaime Roldós y Calle 9
Hostal Oro Azul	Jardines de Villamil
Hostal Brisas del Pacifico	Av. Jambelí y estero del Mar
Hostería La Mía Casita	Av. Principal S/N detrás de Bodega de la Coca Cola
Hostal La Terraza	Av. 15 de Agosto y Paquisha
Hotel Barrio Ecuador	Av. Tercera y Calle Séptima
Hostal Rico Mar	Av. Jaime Roldós y Callejón S/N (Parq. La Madre)
Hotel Playas	Av. Jambelí y calle 9na
Pensión El Río	Av. Principal S/N Km. 1 Vía Playas – Guayaquil
Hostal Marbella	Ciudadela Marbella
Hostal Rey David	Av. Jambelí y calle 9na
Hostal Nathalye	Km. 1/2 Vía Posorja
Hotel del Mar S.A. Hotelmar	Contiguo a la Ciudadela Shangrila

Hostería Sol de Playas	Km. 2 1/2 Vía Posorja
Hotel Novia del Pacifico	Av. Jaime Roldós Frente al Miraglia
Hostal Brisas Marina	Av. Jaime Roldós
Hostal James Times	Barrio Las Brisas
Hotel Las Redes	Km. 1 Vía Posorja
Hostal Sass	Km. 1/2 Vía Posorja
Hostería Familiar Don Villo	Km. 1 1/2 Via Posorja

Fuente: Municipio del Cantón Playas/Dirección de turismo, año 2013

2.1.2 Restaurantes y comedores

Actividad	Zona
Restaurante Jalisco	Av. Paquisha y Av. Alexander
Restaurante Fruta Mar	Av. Guayaquil y Pedro Menéndez
Restaurante Rey Pollo	Av. Pedro Menéndez y 24 de Sep.
Restaurante El Tiburón	Av. 15 de Agosto
Comedor Elenita	Av. Asiclo garay y 15 de Agosto
Comedor Juanita	Patio 8
Comedor Sol y Mar	Patio 8
Restaurante Los Ajos	Av. Pedro Menéndez y Sixto Chang
Restaurante Doña Gladys	Av. Paquisha y Guayaquil
Restaurante Jalisco Surf	Av. Guayaquil y Paquisha
Restaurante Café Bar Marea Alta	Av. Jaime Roldós y Jaime Núñez
Comedor Lucy	Av. 15 de Agosto y Asiclo Garay
Restaurante Chifa Cantón	Av. Pedro Menéndez y 9 de Octubre
Restaurante Menú de María José	Av. 15 de Agosto Plaza Cívica
Restaurante Richard	Av. La Concordia y Av. Sixto Chang
Restaurante Cevichería Carmita	Av. Paquisha y Jaime Roldós
Restaurante Cevichería Carmita 2	Av. Paquisha y Av. Jaime Roldós
Restaurante El Pez Volador	Av. Paquisha y Guayaquil
Restaurante Sabor Manaba	Av. Paquisha y Jaime Roldós
Restaurante Cevichería Manabita Chonerita	Av. Paquisha y Jaime Roldós
Comedor Las Gaviotas	Patio 5 local 3
Restaurante Carolina	Av. 15 de Agosto y Zenón Macías
Restaurante Cevichería Marlene 1	Av. Paquisha y Guayaquil
Restaurante Cevichería Marlene 2	Av. Paquisha y Guayaquil
Restaurante Cevichería Marlene 3	Av. Paquisha y Guayaquil
Restaurante La Conchita	Av. Jambelí y Malecón
Restaurante Lolita	Av. Jaime Roldós
Restaurante Manantial Beach	Cdla. Victoria
Restaurante Cevichería El Puneñito	Av. Paquisha y 15 de Agosto
Restaurante Sazón Playero	Av. Pedro Menéndez

Comedor Isla Sol	Av. Paquisha y Guayaquil
Restaurante Cevichería Maritza # 7	Av. Paquisha y Guayaquil
Restaurante Cevichería María Luz	Av. Guayaquil y Av. Paquisha
Restaurante Asadero la Estancia	Av. Asiclo Garay y Octava
Restaurante Normita	Av. Paquisha y Jaime Roldós
Restaurante Esperanzita	Av. Paquisha y Jaime Roldós
Restaurante Marujita	Av. Jambelí
Restaurante El Viagra Marino	Av. 15 de Agosto y Paquisha
Comedor Las Costillita	Av. Zenón Macías y Av. 24 de Septiembre
Restaurante Chifa Ton Wa	Av. 15 de Agosto y Paquisha
Restaurante Katherine	Av. Paquisha y Guayaquil

Fuente: Municipio del Cantón Playas/Dirección de turismo, año 2013

2.1.3 Bares, Cafeterías, Discotecas y Fuentes de soda.

Actividad	Zona
Bar D'Alex Salsa	Av. Jambelí y Estero
Bar Vanessa	Av. Jaime Roldós y Calle 9
Bar La Viradita	Av. Zenón Macías y Sixto Chang
Bar El Regreso	Av. Sixto Chang (por la viradita)
Bar Yemaya	Frente al Hotel Tucano
Bar Monkey	Av. Jaime Roldós y Calle 9
Bar Aloha Friday	Av. Jaime Roldós y Av. Pacifico
Bar Papillon	Av. Jaime Roldós y Calle 9
Bar Centro Cerveceros	calle 9 entre Jaime R. y Jambelí
Bar Norman Café	Av. Jaime Roldós y Calle 9
Bar D'Farah	Av. Jaime Roldós y Calle 9
Bar Cabaña de Jacho	Av. Jambelí y Paquisha
Bar Palacio de la Música	Av. Zenón Macías y Victoriano Orrala
Bar D'Felo	Plaza Cívica
Bar El Pescador	Av. Jaime Roldós y Calle 9
Bar Ukulele	Av. Jambelí y calle 9
Bar La Ricura de Cali	Av. 15 de Agosto y Calle 8 (Plaza Cívica)
Bar Grasshopper	Av. Jaime Roldós y 3 Noviembre
Discoteca Caribe	Av. Juan Pablo Mazzini y Pedro Menéndez
Discoteca Los Delfines	Av. Jambelí y calle 9na
Discoteca NumberOneForever	Av. Zenón Macías
Discoteca Éxtasis	Av. Jambelí y calle 9na
Discoteca High Tide Beach	Av. Jambelí y calle 9na
Fuente de Soda Heladería Pingüino	Av. 15 de Agosto
Fuente de Soda Ka-fe D'Yoly	Frente Plaza Cívica

Fuente de Soda Helados Pinguino	Plaza Cívica
Fuente de Soda Empanada de Playas	Av. Jaime Roldós
Soda Bar Jamaica	Calle 9 y Guayaquil
Pastelería La Casa de Marie et Gabriel	Av. Jaime Roldós
Café Bar Restaurante Las Ventas	Av. 15 de Agosto y Calle 8
Fuente de Soda Empanada Chilenas Yogurt	Av. Jaime Roldós

Fuente: Municipio del Cantón Playas/Dirección de turismo, año 2013

2.2 HISTORIA DEL HOSTAL SASS

En el año 2008 el Sr. Miguel Garcés y su Esposa Leonor Villón empiezan a construir una pequeña edificación en un terreno de 570 m², la cual tenía como fin, ser departamentos para sus 3 hijos y unos adicionales para los amigos que fueran a visitarlos, donde se completaba un total de 5 suites.

Entre los amigos más cercanos del Sr. Miguel estaba el Sr. César Salguero, el cuál apoyó la idea y se encontró muy presente durante el proyecto, aportando ideas y ánimos durante su construcción. Este amigo era una persona muy carismática y tenía una manera bastante peculiar de expresarse, entre las que destacan expresiones como: “Que Sass es esto” o exclamaba “Sass” al finalizar algún comentario gracioso. Meses antes de terminar con la edificación, el Sr. Salguero desafortunadamente fallece y Don Miguel decide ponerle nombre a esa edificación y lo bautiza con el nombre, “Hostal Sass, el Son de un amigo”, con el objetivo de que se transmita un mensaje familiar y acogedor en honor a su amigo. A inicios del 2009 al ver que no eran muy utilizados esos departamentos por sus hijos, decide cambiar la estructura de los mismos para crear 3 cuartos más y de esa manera empezar a rentarlos para turistas que visitaran el cantón.

En el año 2011 se toma la decisión de comprar un terreno vacío que quedaba al lado del hostel extendiendo el establecimiento a 800mts² y así empezar a construir una edificación de 3 pisos, que ahora corresponden al garaje, un piso de cuartos y una terraza. De esa manera se buscaba mejorar los ingresos y se comienza oficialmente a ser un hostel respaldado por las respectivas escrituras.

Todas las habitaciones cuentan con un armario, un televisor, DVD, mini refrigerador, un velador y su baño privado. El problema de estos muebles es que algunos se encuentran deteriorados por la falta de mantenimiento o tienen un olor propio del paso del tiempo. Otro inconveniente que la tesimalante denota en las habitaciones son los televisores y acondicionadores de aire, los mismos que le dan al Hostal una apariencia aún más deteriorada o antigua.

Se podría concluir que el hostal puede no llegar a ser del status de 5 estrellas o algo parecido, pero con mejoras de ciertos problemas que se ven en las fotografías, definitivamente se puede convertir en un lugar más atractivo para los turistas.

2.3 ESTADO DEL HOSTAL

Ubicado en el Barrio San Jacinto, Km 0,5 vía Data, el hostal no se encuentra en una favorecida posición ya que su distancia a la playa más cercana es de 5 cuadras y del nuevo Shopping es de 300mts desde la vía principal, pero aun así contando con esa desventaja, sus inadecuados procesos lo conllevan a no ser un negocio muy rentable.

Desde su creación el hostal Sass ha carecido de un personal de planta, a excepción de una persona encargada de: cuidar el establecimiento, hacer los check in y check outs, limpiar las habitaciones, entre otras obligaciones necesarias para el funcionamiento del hostal.

Por otra parte la incorrecta publicidad, ha generado que la afluencia de turistas sea baja durante casi todo el año. Donde no solo falla la línea gráfica, la cual resulta poco atractiva, sino la incorrecta manera de distribuirla crea el mayor inconveniente ya que como no se tiene un grupo objetivo establecido se convierte en un desperdicio la inversión. El método que empleaban para publicitarse era por medio de redes sociales y

volantes que repartían en la oficina del dueño en Guayaquil, ubicada en Bellavista. Todo esto era consecuencia de la falta de inversión en un marketing que valiera la pena.

Entre las “22 leyes inmutables de Alries y Jack Trout” se afirma que:

Ley de los recursos: “Sin los fondos adecuados, una idea no despegará del suelo”. Recuerde que una idea sin dinero no vale nada. El motor del marketing es el dinero. Se requiere dinero para entrar en la mente del consumidor y dinero para mantenerse en ella. (Ries, 1993).

Lo que confirma que es necesario destinar una determinada cantidad de dinero para la promoción del negocio, sino, será un desperdicio de dinero. Cabe recalcar que el marketing busca resultados tanto a corto como a largo plazo. Es por eso que una adecuada estrategia, lograría ser transmitida a lo largo del tiempo sin necesidad de ser cambiada y seguir generando el mismo impacto favorable.

2.3.1 LINEA GRÁFICA

A continuación se presentan algunos de los banners que los dueños del hostel utilizaban para promocionar su establecimiento, donde el mayor medio de difusión eran las redes sociales Facebook y Twitter.



Figura 1 Publicidad de Hostal Sass
Fuente: www.facebook.com/hostalsass



Figura 2 Publicidad del Hostal Sass
Fuente: www.facebook.com/hostalsass

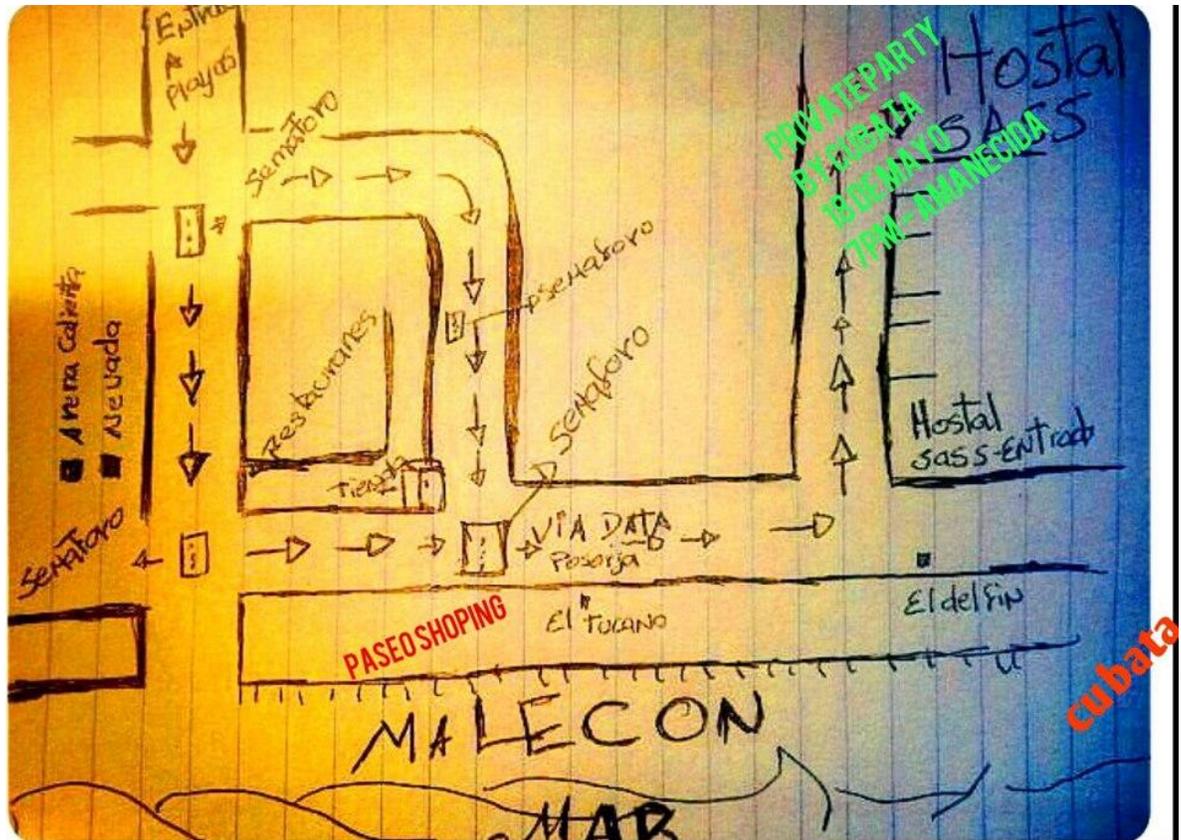


Figura 3 Croquis que se utilizaba en redes sociales para indicar ubicación del SASS
Fuente: www.facebook.com/hostalsass

2.3.2 PÁGINA WEB

El hostel cuenta con una página web donde brindan mayor información sobre los servicios que ofrecen. El inconveniente que presenta dicha página data en su estructura, donde lo que a primera vista se denota es el uso excesivo de texto y poco uso de colores. Por otra parte el contenido en sí, contiene ciertas faltas de ortografía e inadecuada redacción. Las siguientes imágenes presentan algo de los problemas antes mencionados.

La dirección web del hostel es: www.hostalsass.com

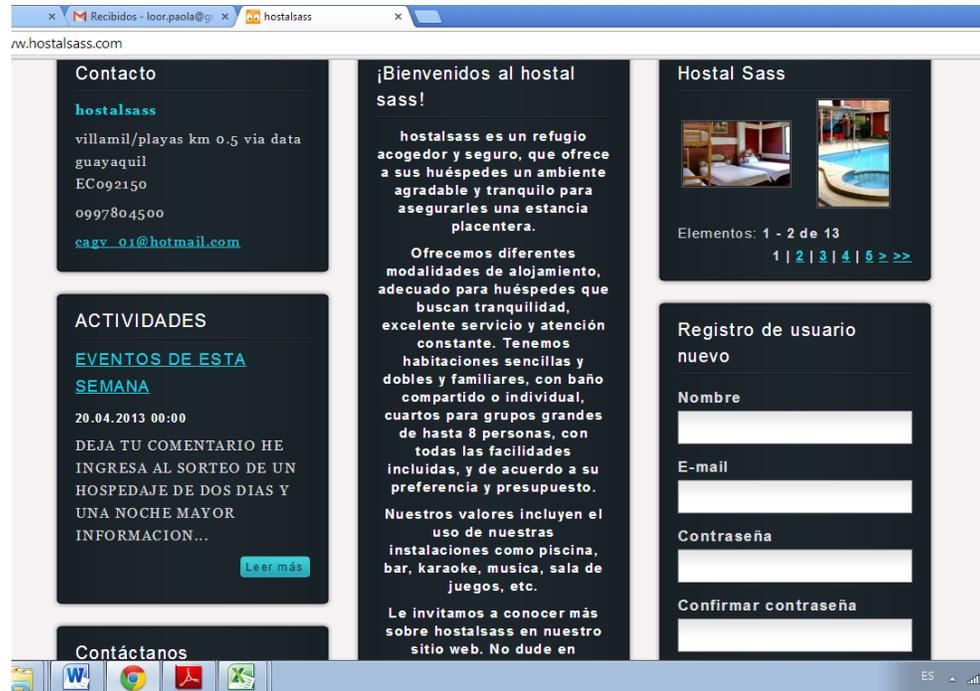


Figura 4 Captura de pantalla de página web del Hostal

Fuente: Hostalsass.com (s,f)

Como se mencionó anteriormente, en la actual página web del hostel predomina el texto y no las imágenes. Por lo que se dificulta para el cliente potencial hacerse una idea más clara acerca del lugar y su ubicación.

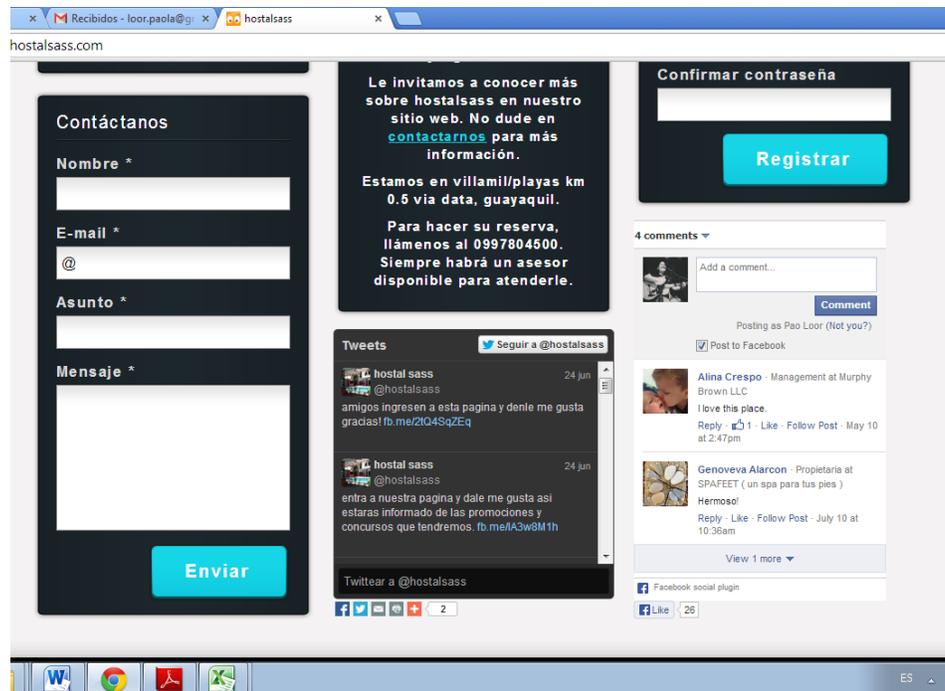


Figura 5 Captura de pantalla de página web del Hostal
Fuente: Hostalsass.com (s,f)

En teoría la página web se encuentra enlazada con sus respectivas redes sociales pero nunca se ven las actualizaciones de comentarios y/o tweets. Lo que da a entender que sus clientes no visitan mucho sus páginas o no muchas personas la conocen.

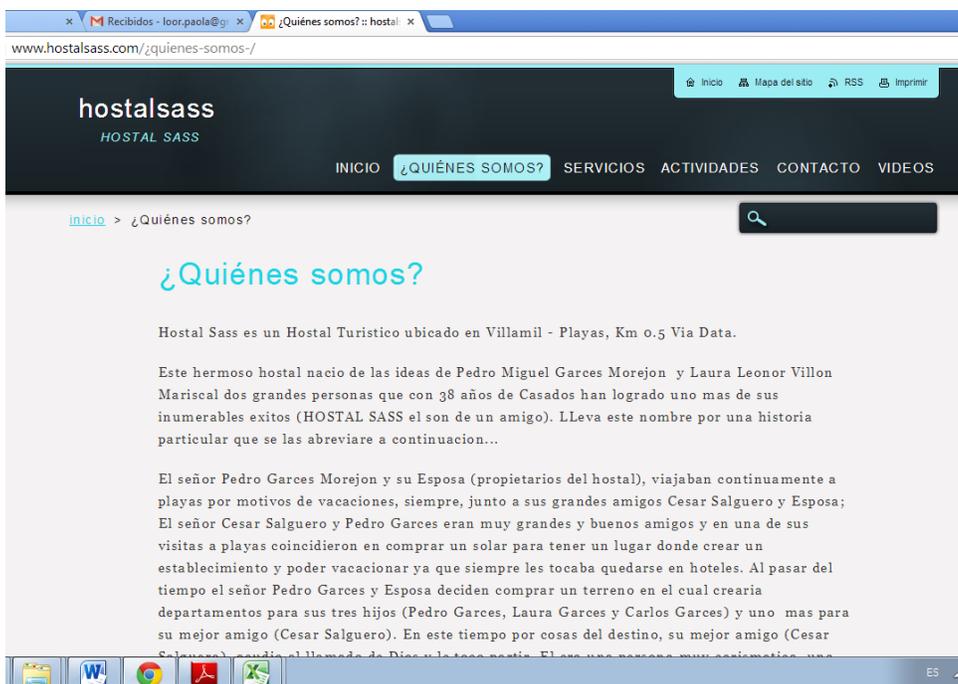


Figura 6 Captura de pantalla de página web del Hostal
Fuente: Hostalsass.com (s,f)

Ciertas faltas ortográficas, lenguaje informal y nula estética del texto. Generan que no se despierte interés alguno por leer cualquier información que existe en dicha página.



Figura 7 Captura de pantalla de página web del Hostal
Fuente: Hostalsass.com (s,f)



Figura 8 Captura de pantalla de página web del Hostal
Fuente: hostalsass.com (s,f)

3.2.4 FOTOGRAFÍAS DEL HOSTAL

A continuación se expondrán las fotos del hostel Sass y sus alrededores para que se pueda constatar el estado del establecimiento y entender una de las razones por las que quizás no tiene mucha afluencia de clientes.

Al salir del pueblo hacia la vía Data se puede constatar que la carretera se encuentra en un estado deplorable, donde se concreta que desde el inicio se vuelve un destino poco atractivo para quienes decidan tomar esa vía. Sin tomar en cuenta que aún no entramos a la época invernal donde seguramente por las lluvias se volverá aún peor transitar por la vía Data.



Imagen 1 Vista de la vía Data
Fuente: Autor

Luego, en el Km 0.5 de la vía data se encuentra el único letrero que el hostel tiene en todo el cantón, el cual indica su ubicación. El problema del letrero es que es pequeño y no tiene más indicaciones que una flecha apuntando hacia la derecha que indica la dirección hacia donde se encuentra el Sass. Por otra parte la tipografía no es la más adecuada ya que no es tan legible para las personas que pasan con sus vehículos a velocidad, lo cual ocasiona que el letrero pase desapercibido la mayor parte del tiempo.



Imagen 2 Letrero del Hostal en la vía Data
Fuente: Autor

Al momento de girar hacia donde el letrero indica lo primero que se divisa es calles sin pavimentar y en mal estado. Todo el barrio San Jacinto se encuentra en la misma situación.



Imagen 3 Vista de la entrada al Barrio San Jacinto para dirigirse al Sass
Fuente: Autor

Justo antes de llegar al hostel esta es la primera impresión que el cliente se lleva.



Imagen 4 Fotografía desde la esquina del Hostal
Fuente: Autor

Se puede divisar que el único letrero que se ve a lo lejos, es una de sus paredes pintadas con el nombre del establecimiento. Por otra parte el estado de la calle sigue siendo lamentable, por lo que se deduce que la primera impresión del turista no es buena.



Imagen 5 Letrero del hostel
Fuente: Autor



Imagen 6 Vista frontal del hostal Sass
Fuente: Autor

La entrada del hostal es pequeña, en forma de pasillo y cuenta con una especie de techo/carpa como decoración. El problema de este techo superpuesto es que tiene huecos y no se ve limpio.



Imagen 7 Entrada del Sass
Fuente: Autor

Vista desde la piscina desde el lado izquierdo y derecho. Esta área es la más utilizada por los huéspedes y aunque se encuentra relativamente bien arreglada, el espacio es un poco estrecho.



Imagen 8 Área social y de la piscina
Fuente: Autor

Detrás del bar, el hostel cuenta con un área para cocina, actualmente no se utiliza pero cuando recién se construyó sí era utilizada exclusivamente para desayunos, el área estuvo funcional por 2 años hasta que el dueño decidió que no era rentable tener una persona de planta que cocinara en relación con los pocos clientes que se recibían.



Imagen 9 Cocina planta baja

Fuente: Autor

Cerca del bar se encuentra un salón que actualmente es utilizado como una especie de comedor aunque el hostel no ofrezca esos servicios actualmente, los clientes pueden utilizarlo como sala de reuniones.



Imagen 10 Salón utilizado como comedor

Fuente: Autor



Imagen 11 Vista exterior e interior de la recepción

Fuente: Autor

Desde el segundo piso del hostel, la vista se vuelve menos atrayente debido que se pueden ver los techos de las habitaciones del primer piso, los cuales se encuentran oxidados y ocupan gran espacio de la vista de la planta baja.



Imagen 12 Vista desde el lobby del segundo piso del Hostal

Fuente: Autor



Imagen 13 Lobby del segundo piso
Fuente: Autor



Imagen 14 Foto de la terraza del Hostal desde la escalera de ingreso
Fuente: Autor

La terraza del hostel se encuentra en un estado prácticamente de abandono. La idea inicial de la misma, era utilizarla como un pequeño bar o espacio de relajación para los clientes donde también podían hacer uso de ciertos juegos de mesa tales como: mesa de billar, mesa de ping pong y algunos juegos de mesa. Pero la falta de uso e iniciativa para poner el lugar funcional ha ocasionado que termine siendo utilizada como tendedero y bodega.



Imagen 15 Foto del área del Bar en la terraza.
Fuente: Autor



Imagen 16 Mesa de Billar de la terraza
Fuente: Autor



Imagen 17 Mesas de la terraza

Fuente: Autor

Otra de las opciones de la terraza era convertirla en cocina por lo que se destinó un espacio que cumpla con todas las normas de regulación, pero la falta de presupuesto y la falta de ingresos que tenía el Hostal conllevó a que nunca se materializara la idea por completo.



Imagen 18 Área de la cocina en la terraza

Fuente: Autor



Imagen 19 Baños de la terraza

Fuente: Autor

El hostel cuenta con 19 habitaciones que se dividen en: matrimoniales, dobles, triples, cuádruples y grupales donde entran hasta 8 personas cómodas.



Imagen 20 Habitación triple
Fuente: Autor



Imagen 21 Literas en las habitaciones
Fuente: Autor

3.4 ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Habitaciones confortables
- Ambiente tranquilo alejado del ruido del pueblo
- Ubicación
- Garaje

Debilidades

- No se cuenta con un personal apropiado de planta
- No cuenta con servicio de restaurante
- Servicio al cliente deficiente
- El hostel no es reconocido
- La ciudadela en la que está ubicado el hostel no tiene todas sus cuadras pavimentadas

Oportunidades

- Implementación de restaurante
- Contratación por méritos a personal calificado
- Creciente inversión por parte de la provincia para atraer a los turistas guayaquileños

Amenazas

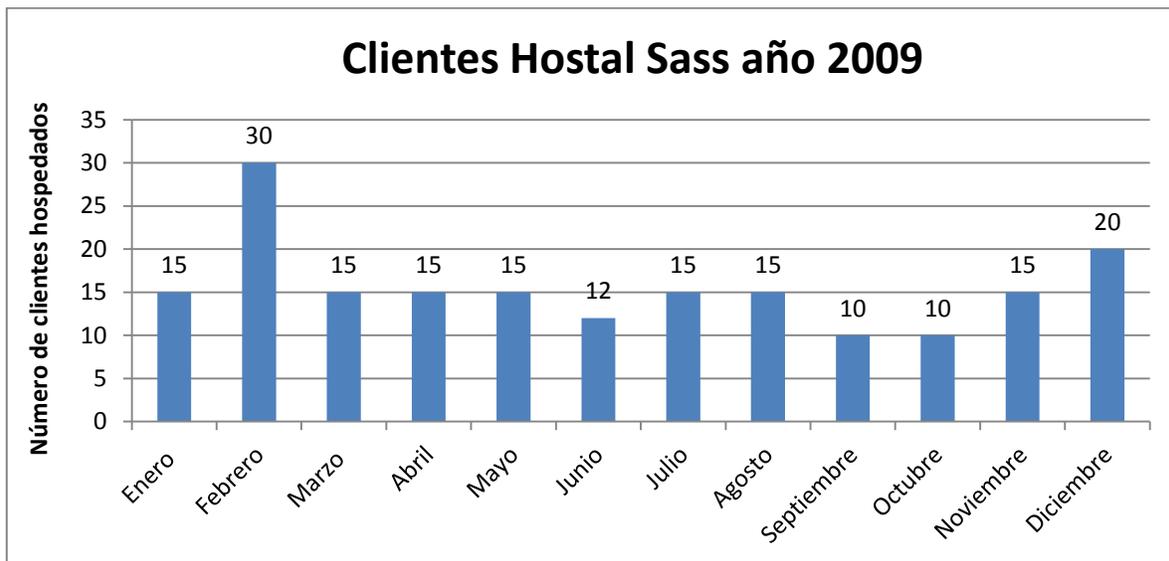
- Fuerte competencia en la misma vía del hostel
- Nacimiento de nuevas hosterías, hoteles u hostales

3.5 ESTADÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Debido a que no contaban con un libro de registros para calcular el número de clientes que recibían a diario, no se puede reflejar un dato real sobre las personas que se han hospedado en el Sass desde el año 2009. Las estadísticas presentadas a continuación fueron proporcionadas por el dueño del establecimiento pero no tienen un soporte físico real ya que son basadas en su memoria.

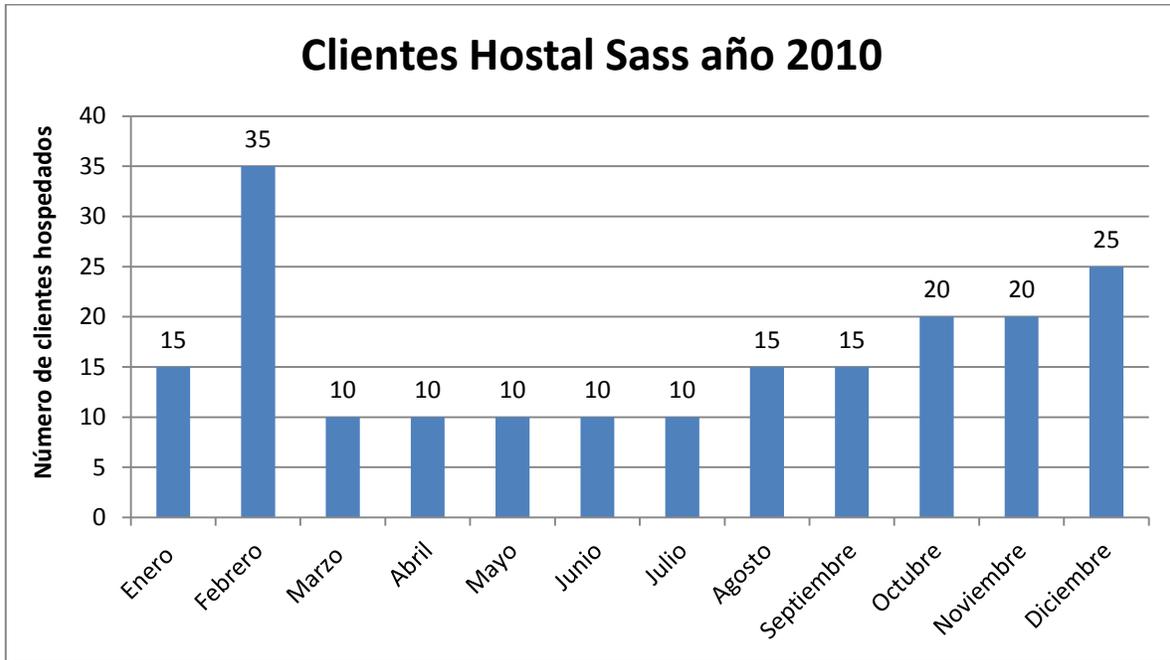
El hostel tiene una capacidad de alojamiento para 70 personas distribuidas cómodamente entre las 19 habitaciones con las que cuenta.

Figura 9 Estadística de clientes del Hostel en el año 2009



Autor: Paola Loor

Figura 10 Estadística de clientes del hostel en el año 2010



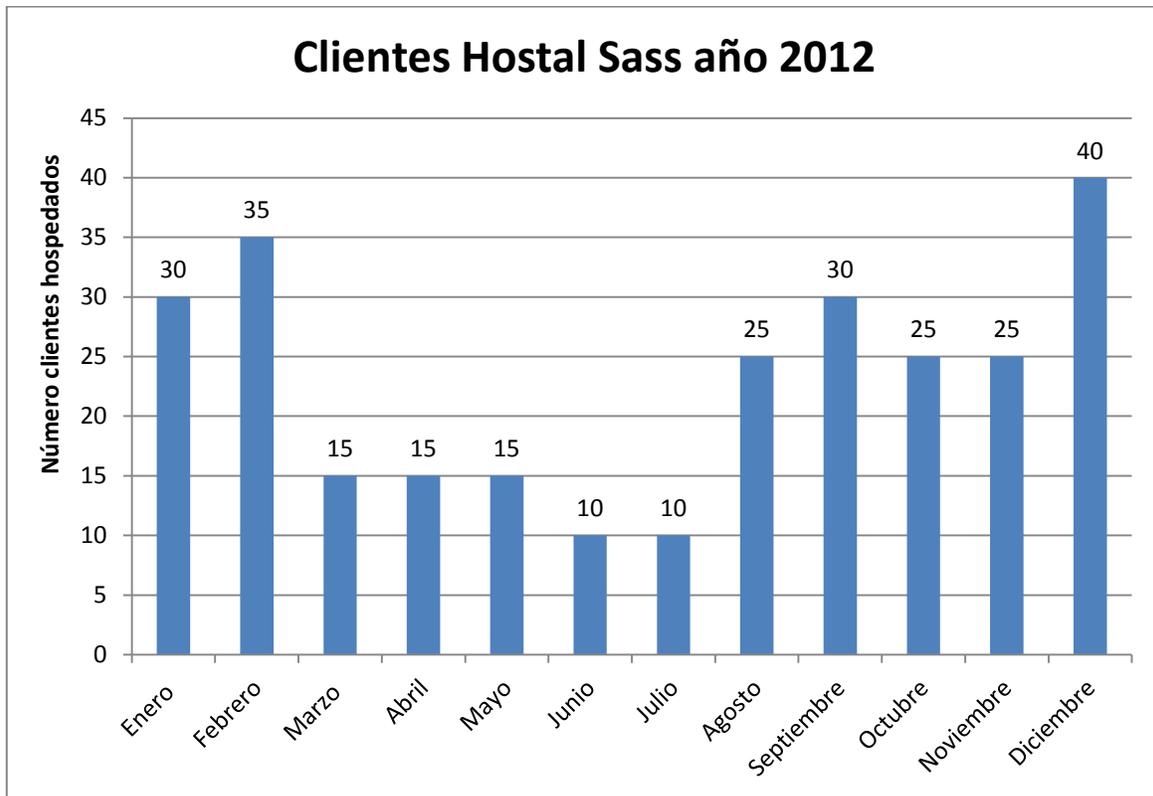
Autor: Paola Loor

Figura 11 Estadística de clientes del hostel en el año 2011



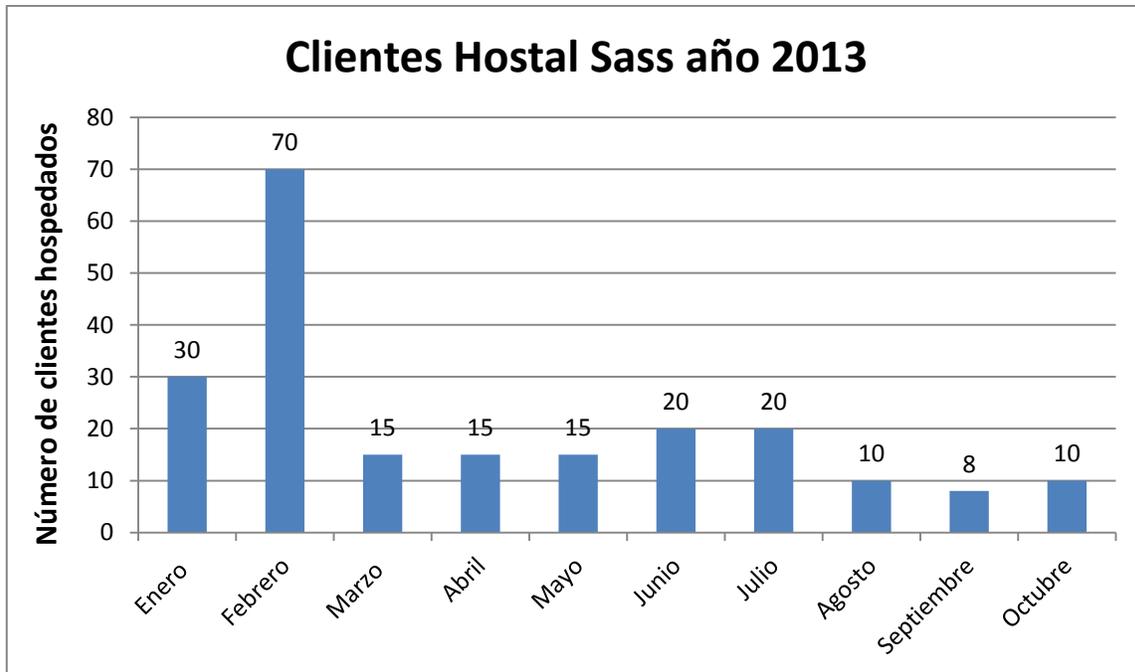
Autor: Paola Loor

Figura 12 Estadística de clientes del hostel en el año 2012



Autor: Paola Loor

Figura 13 Estadística de clientes del hostel en el año 2013



Autor: Paola Loor

En base a estas estadísticas se concluye que el hostel sólo ha tenido un lleno total en el mes de febrero del presente año, y esto fue debido a un evento que se realizó en el Sass en conjunto con una discoteca del cantón llamada CUBATA. Donde ambos establecimientos publicitaron el evento, el cual consistía en una fiesta animada por el centro de entretenimiento, pero en el Hostel con opción a que los invitados pudieran hospedarse a un menor costo.

CAPITULO III

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

Ya que el estudio de mercado es un proceso de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y/o mercado es necesario realizarlo para conocer las preferencias de los potenciales consumidores.

Los usos del estudio de mercado incluyen, ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos. (Emprendedores, s.f)

Existen varios métodos para realizar un estudio de mercado, uno de ellos es por medio de encuestas. Dicho método va a ayudar a identificar si el lugar donde se desarrolla el proyecto es conocido, si el cantón cuenta con suficiente afluencia de turistas y cuáles son las preferencias de los potenciales clientes al momento de hospedarse.

El grupo objetivo principal serán personas de 20 años en adelante, específicamente de la provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil. Se escogió este lugar debido a que es el que mayor cercanía tiene del destino a promocionar y cuenta con el target económico con el que se quiere contar.

3.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Acorde con el sitio web definiciónabc.com el significado de muestra responde a:

Subconjunto de casos o individuos de una población estadística. El objetivo primordial de las muestras en estadística es el de poder inferir propiedades,

comportamientos, entre otras cuestiones de la totalidad de la población, por eso es que deben ser representativas de la misma.

En la presente investigación se ha tomado la fórmula para población infinita, puesto que la población a considerar será de la zona Rural de la Provincia de Guayas, específicamente de la ciudad de Guayaquil la misma que excede a las 500.000 personas.

Tabla N° 8. Población de Guayaquil

Población Total (Urbana y Rural) Provincia del Guayas:	3'645,483
Población Total (Urbana y Rural) de Guayaquil:	2'350,915
Población Urbana de Guayaquil:	2'278,691
Población de Guayaquil de 20 a 45 años	1'033,120

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Propia

La fórmula de población infinita es:

$$n = \frac{z^2 p * q}{e^2}$$

Donde:

n= tamaño muestra

z= nivel de confianza

p= variabilidad negativa

q= variabilidad positiva

e= error

Se tomó un nivel de confianza del 95% equivalente a 1.96 según la tabla proporcional y un margen de error de 5% con una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia de 0.50 cada una. Se toma 0.50 ya que no se conoce de estudios anteriores la probabilidad de éxito, y así tomando 0.50 produce el menor error muestral con relación a p.

$$n= \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0.05^2}$$

$$n= \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n= 384 \text{ encuestas}$$

El resultado concluyó en que se deben realizar 384 encuestas. Las mismas que serán realizadas de manera presencial a familias de clase media de la ciudad de Guayaquil ya que es la ciudad con mayor número de habitantes de la provincia del Guayas y por otra parte porque Playas es el balneario más cercano a la ciudad.

Específicamente se realizaron en lugares de alta afluencia de personas tales como el terminal terrestre de la ciudad de Guayaquil, así también como centros comerciales (San Marino, Mall del Sol, City Mall) y parques tales como el de la Kennedy, que respondan al target que se quiere tener como clientes potenciales del hostel. El grupo objetivo a encuestar deberá tener una edad superior a 20 años para motivos de contar con un resultado más cercano y acertado acerca del cliente que se busca en cuanto a sus preferencias.

3.3 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

FORMATO DE ENCUESTA

Se está realizando un levantamiento de información con la finalidad de obtener respuestas a interrogantes relacionadas al proyecto de reingeniería del hostel Sass en el cantón Playas. Es muy importante su opinión, por ello se solicita que destine un par de minutos para que responda con la mayor sinceridad. Gracias por su colaboración.

Género: M F

Edad: _____

1.- ¿Qué lo/la incentiva al momento de visitar un destino de “Sol y Playa”?

Elija las opciones que crea pertinente.

- Clima
 - Distancia
 - Vida Nocturna
 - Infraestructura Hotelera
 - Precios
 - Posibilidad de realizar deportes extremos
 - Otros
- Especifique
-

2.- ¿Ha visitado alguna vez el cantón Playas?

SÍ **NO**

3.- Enumere de acuerdo a sus prioridades, las condiciones que busca para hospedarse en un hotel de Playas, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante.

- Excelencia en el Servicio al Cliente
- Ubicación
- Servicio de Restaurante
- Comodidad completa en la Habitación
- Precios accesibles

4.- ¿Qué tarifa estaría dispuesto(a) a pagar por una noche de hospedaje en Playas, que cuente con todos los servicios y comodidades?

- De \$15 a \$20

- De \$21 a \$30
- De \$31 a \$40
- De \$41 en adelante

5.- ¿Por qué medios de comunicación prefiere usted informarse sobre hospedajes y servicios hoteleros?

- Radio
- E-mail
- Televisión
- Páginas web
- Redes Sociales
- Anuncios en periódicos y/o revistas

6.- ¿Qué servicios complementarios cree indispensables que estén presentes en un hotel en Playas? Marque con una [X] los servicios que considere importantes.

- Servicio de Internet Inalámbrico (Wi-Fi)
- Atención 24 horas
- Prensa nacional gratuita
- Oferta de paquetes turísticos (afiliación con operadoras)
- Servicio de transporte ejecutivo (cooperativas aliadas)
- Televisión con Cable
- Servicio de Guardianía y Garaje

7.- ¿Conoce usted el Hostal Sass ubicado en el cantón Playas (vía Data)?

SÍ **NO**

8.- ¿Cuál medio de transporte utiliza para ir a Playas?

- Cooperativa de Transporte
- Alquiler de vehículo
- Vehículo propio
- Motocicleta
- Bicicleta

9.- ¿Considera importante que un establecimiento hotelero cuente con las facilidades y accesibilidad para que una persona con discapacidad pueda hospedarse?

SÍ **NO**

10.- ¿Qué otros factores considera importante al momento de seleccionar el hotel u hostel para hospedarse en el cantón Playas? Puntualice sus respuestas.

A continuación se detalla el análisis de cada una de las preguntas realizadas en la encuesta de la investigación de mercado con su gráfico respectivo.

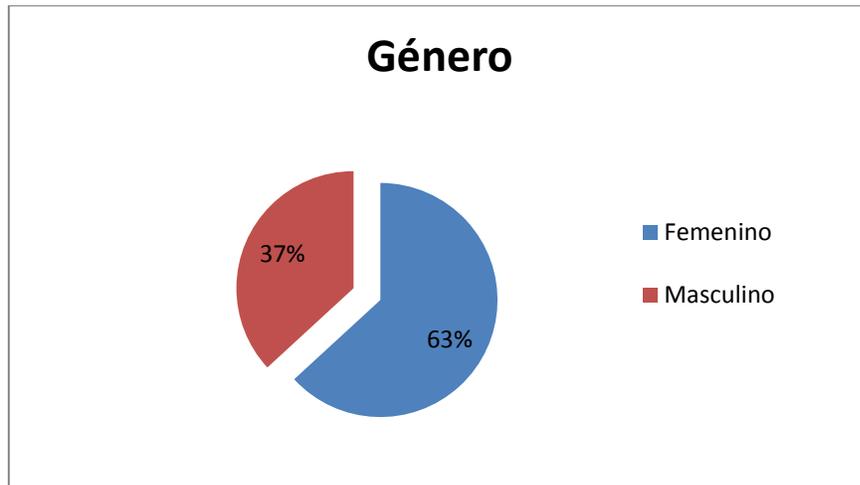


Figura 14
Autor: Paola Loor

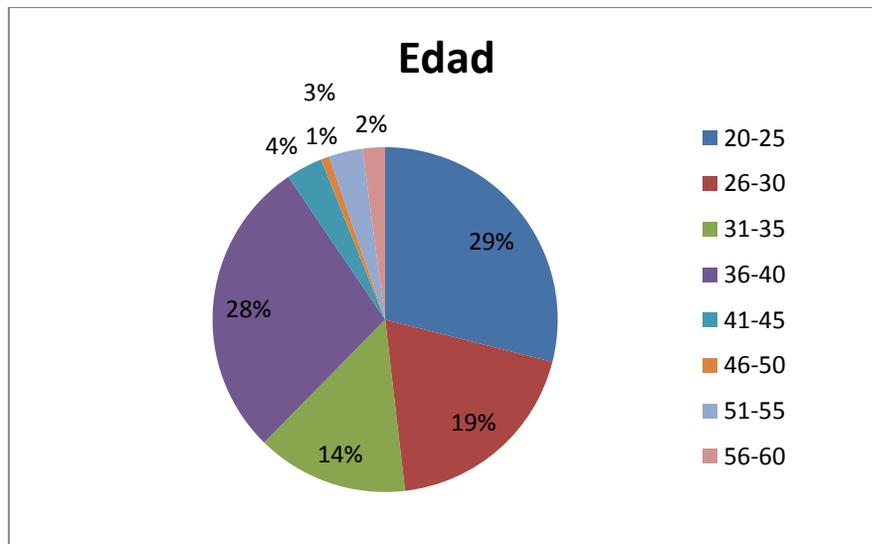


Figura 15
Autor: Paola Loor

Se observa que del total de encuestados el rango de edad que más prevalece es el de 20 a 25 años de edad

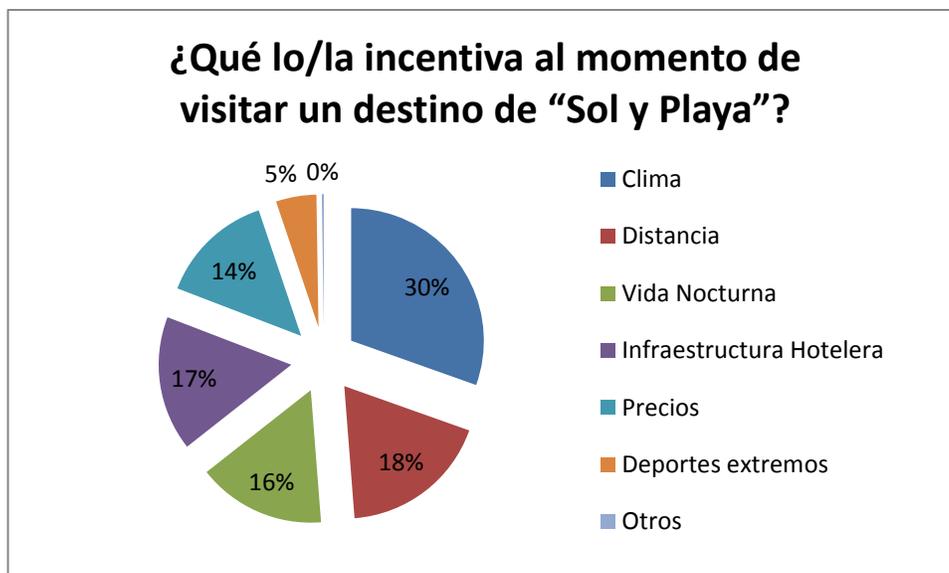


Figura 16
Autor: Paola Loor

En base a la encuesta se concluye que el factor más motivador que el turista busca al momento de visitar un destino de “Sol y Playa” es el clima con un 30% de preferencia, seguido de la distancia de la que queda de Guayaquil. Un 17% de los encuestados opinan que la infraestructura hotelera es importante, muy seguido a este porcentaje con el 16% coinciden en sentirse atraídos por la vida nocturna al momento de escoger un destino. Los precios ocupan un 14% en el total de los encuestados y por último los deportes extremos se ubican con un menor porcentaje (5%) en lo que a preferencias se refiere.

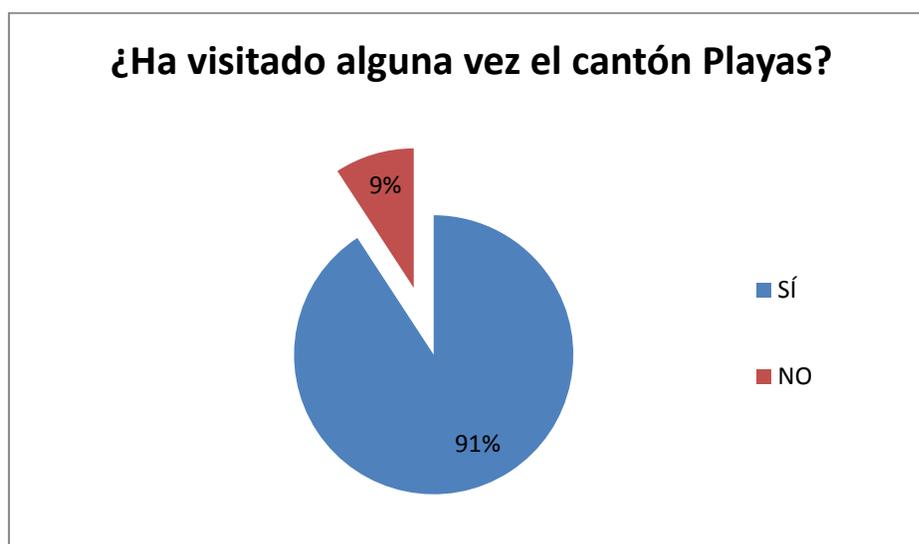


Figura 17

Autor: Paola Loor

De los 384 encuestados la gran mayoría ha visitado el destino estudiado en este proyecto de tesis mientras que un 9% admite no conocer el cantón.

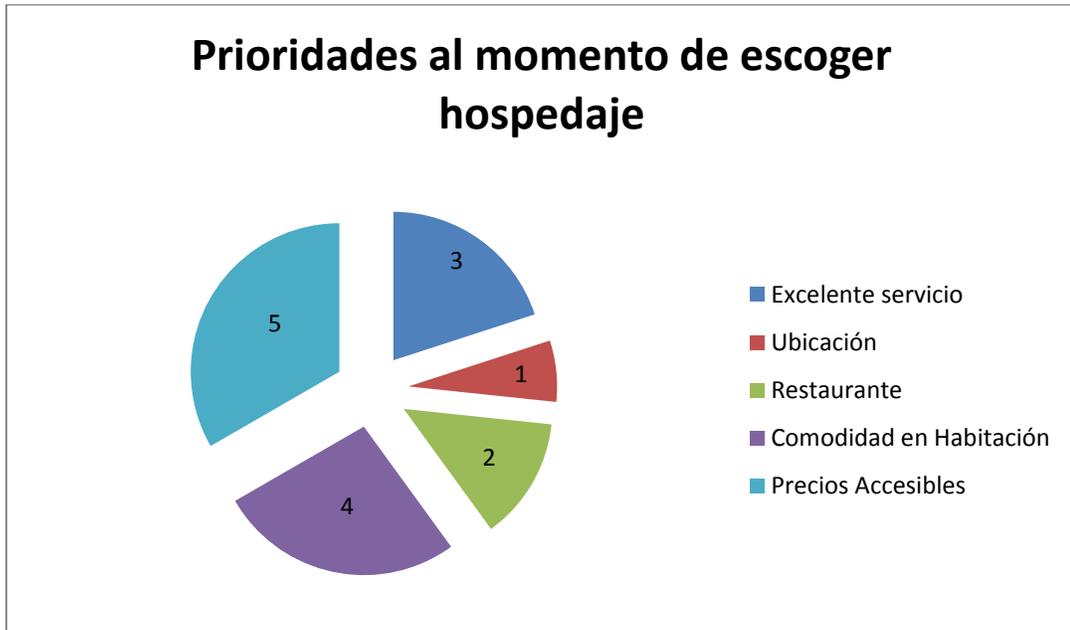


Figura 18

Autor: Paola Loor

Entre las prioridades que tienen los potenciales clientes del hostel se encuentra como la más escogida, los precios accesibles y le sigue la comodidad completa en la habitación y se refleja que el cliente potencial no es tan exigente en base a la ubicación de un establecimiento hotelero ya que fue la menor prioridad al momento de escoger un lugar para hospedarse.

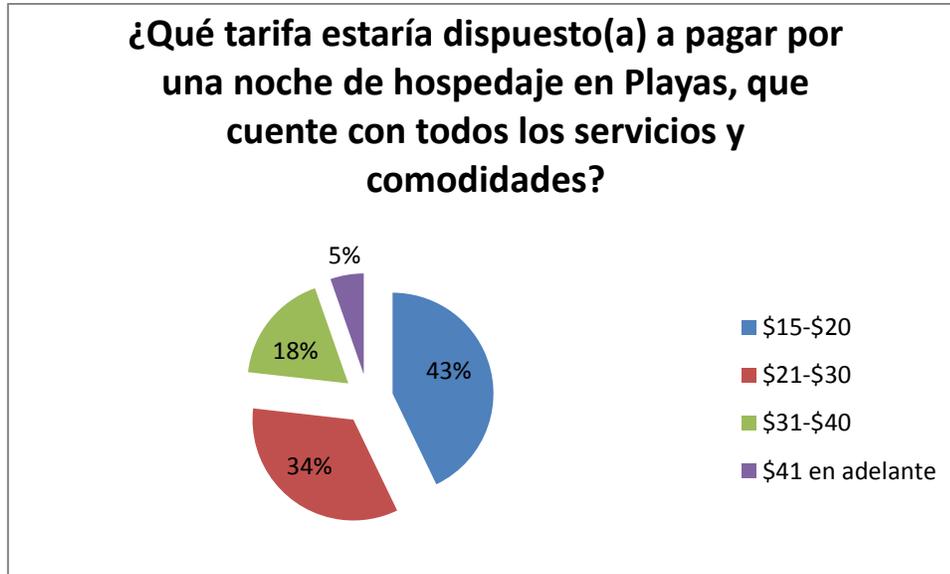


Figura 19
Autor: Paola Loor

En base a las tarifas que los turistas están dispuestos a pagar por una noche de hospedaje, el monto con mayor puntaje pertenece al rango que va de los \$15 a los \$20. Se podría concluir que esto se debe a que de los 384 encuestados, la mayoría corresponde a una población joven. Donde es lógico que busquen un precio más cómodo a sus presupuestos.

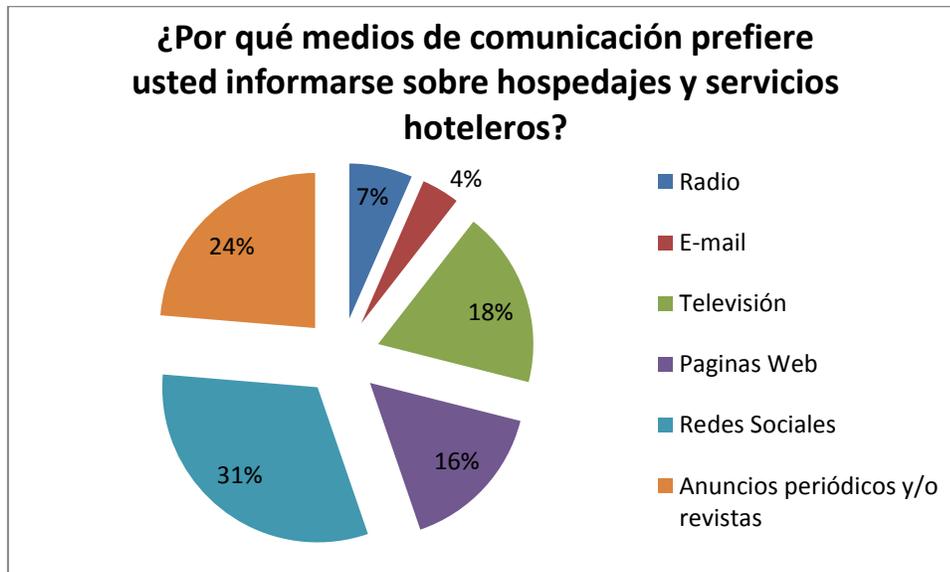


Figura 20

Autor: Paola Loor

Sobre las preferencias al momento de informarse de servicios y hospedajes hoteleros, la mayor parte de los encuestados concuerda en que preferirían saber de estos temas por medio de las redes sociales seguido por medio de anuncios de periódicos y/o revistas. La televisión también es una preferencia como medio de comunicación para el 18% de los encuestados mientras que las páginas web parecen ser el medio perfecto para un 16% de la población encuestada.

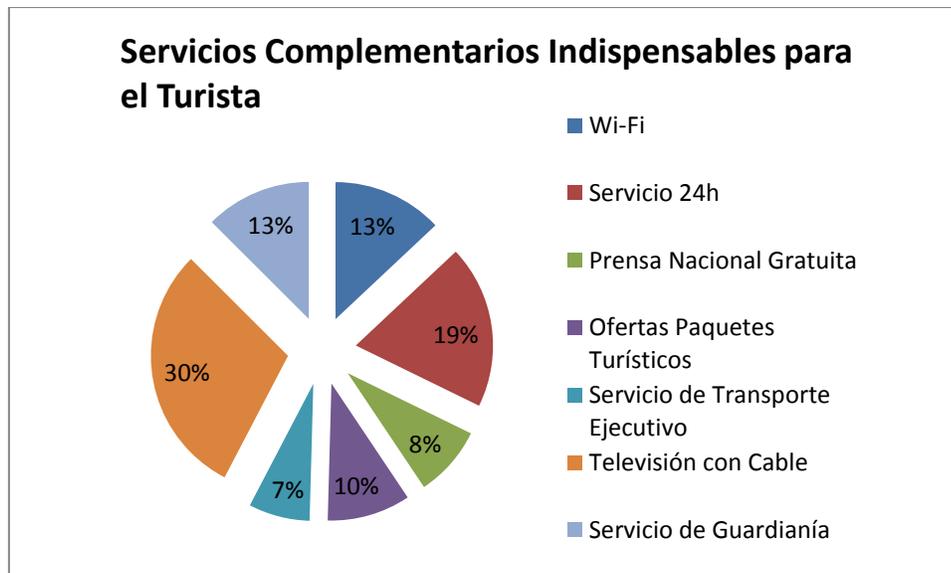


Figura 21

Autor: Paola Loor

Al referirse a servicios complementarios, la mayor parte de los encuestados (30%) opta por la televisión con cable. El 19% considera importante que un establecimiento hotelero cuente con servicio de atención de 24 horas, mientras que el internet inalámbrico y el servicio de guardianía ocupan el 13% cada una.

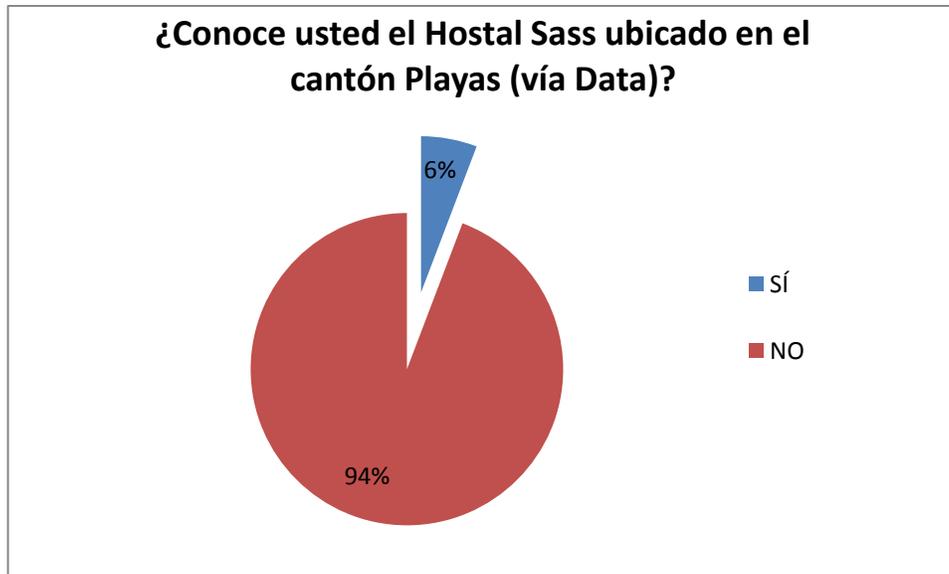


Figura 22
Autor: Paola Loor

A manera de tener una idea sobre si existía conocimiento alguno del Hostal Sass entre la población encuestada, la gran mayoría afirmó no conocer de dicho establecimiento.

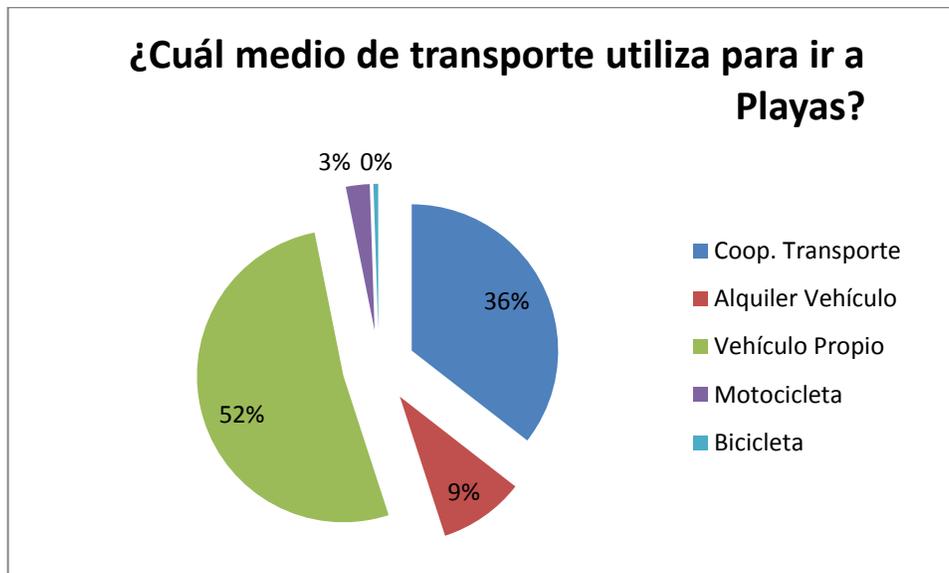


Figura 23
Autor: Paola Loor

Acercas de los medios de transporte que utilizan los turistas para viajar al Cantón Playas se refiere, se concluye que los vehículos propios son de los más usados. Las

cooperativas de transporte se ubican en segundo lugar como opciones para viajar a este destino turístico. Un 9% de los encuestados utilizan como medio de transporte el alquiler de vehículos.



Figura 24

Autor: Paola Loor

El 96% de los encuestados coinciden en que es importante que un establecimiento hotelero cuente con las facilidades y accesibilidad para que una persona con discapacidad pueda hospedarse.

El gráfico de la última pregunta que contenía la encuesta, no se puede reflejar como estadística debido a que es una pregunta cualitativa. La pregunta es: **¿Qué otros factores considera importante al momento de seleccionar el hotel u hostel para hospedarse en el cantón Playas? Puntualice sus respuestas.** Sin embargo, las respuestas más destacadas por los encuestados fueron:

- Que quede frente al mar
- Que tenga Bar
- Que disponga de un área para niños
- Que se ofrezcan shows o eventos determinados en fechas importantes y/o feriados

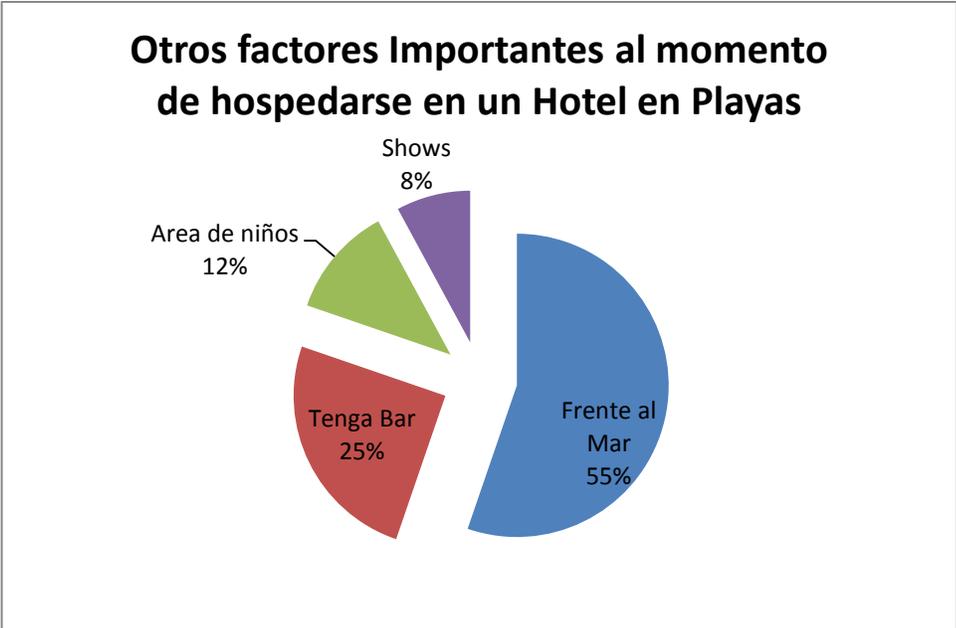


Figura 25
Autor: Paola Loor

CAPITULO IV

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

A lo largo de todo este proyecto de investigación, se ha podido corroborar que una reactivación del establecimiento por medio de una reingeniería de procesos es una posible solución para que el Sass se vuelva un negocio rentable. Ciertamente algunas áreas del hostel necesitan una atención inmediata por lo que se encuentran en la lista de prioridades. Los primeros problemas que busca resolver este proyecto son: establecer un personal de planta para determinar el equipo de trabajo y asegurarse que se cubran todas las áreas que el establecimiento demanda, así mismo, crear el manual de funciones del hostel. También se vuelve necesario mejorar estrategias de marketing y renovar la línea gráfica del Sass para proyectar adecuadamente la nueva imagen que se busca posicionar en la mente del consumidor. En orden de satisfacer las demandas de los huéspedes, es necesario realizar cambios y adiciones arquitectónicas. A continuación, se detallan cada uno de estos aspectos para el entendimiento de cómo esta reingeniería de procesos va a terminar siendo una solución viable.

4.1 MANUAL DE FUNCIONES

El presente manual de funciones busca que cada uno de los trabajadores y trabajadoras del hostel Sass brinden un servicio de excelencia aportando toda su responsabilidad, empeño y dedicación para que la empresa mantenga un excelente producto y servicio al cliente.

4.1.1 ORGANIGRAMA

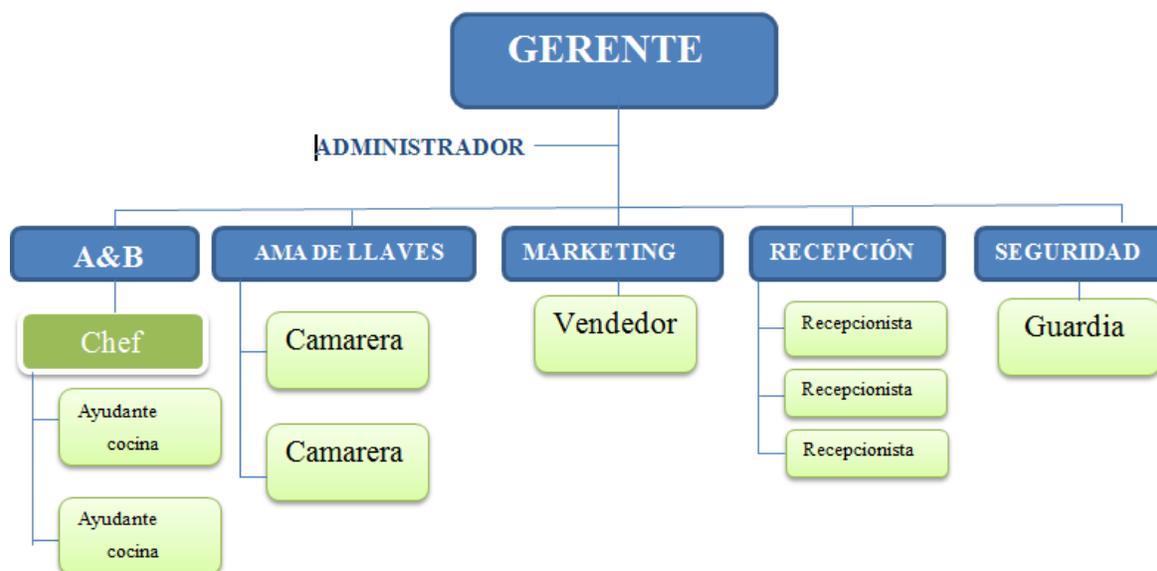


Figura. 26 Organigrama Propuesto
Autor: Paola Loor

4.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

FRONT DESK:

La función que desarrollará esta(s) persona(s) es crucial debido a que es el primer contacto que el cliente tiene con la empresa, por lo que es fundamental que sea la mejor impresión. Aquella persona que se desempeñe en esta área tendrá las siguientes funciones sujetas a cambios acorde a la necesidad del cliente y el hostel. Entre las responsabilidades fijas que debe tener un/a recepcionista están: Atender un sistema de líneas tanto para reservar habitaciones como para atender cualquier pedido de los huéspedes, darle la bienvenida a los clientes, guiarlos, responder cualquier duda y realizar un adecuado registro de entrada (check-in) y salida (check-out), realizar los cobros por los servicios, así como llevar al día los registros contables.

PERFIL:

Sexo: Indistinto

Edad: De 23 a 35 años

Estado civil: De preferencia soltero/a

Estudios: Universitarios

Experiencia: Mínima de pasantías

AMA DE LLAVES:

Las funciones que un ama de llaves debe realizar son muy importantes, ya que la misma se encarga de mantener una óptima limpieza de las habitaciones e instalaciones del hostel en general por medio de las rigurosas supervisiones. Como responsabilidades específicas deben: asegurarse de que las habitaciones se encuentren en óptimo estado, realizar los pedidos de materiales necesarios, realizar horarios de camareras.

PERFIL

Sexo: Femenino

Edad: De 30 a 45 años

Estado civil: Indistinto

Estudios: No necesarios

Experiencia: 1 año en cargos similares

CAMARERAS:

Su función principal es realizar la limpieza de habitaciones y áreas sociales del Hostel así como cumplir con las órdenes del ama de llaves en lo que respecta al trabajo.

PERFIL

Sexo: Femenino

Edad: De 18 a 45 años

Estado civil: Indistinto

Estudios: No necesarios

Experiencia: No necesaria

CHEF

Se encarga de todo lo que a cocina se refiere, mantiene la higiene y cumple con las necesidades de los clientes que usen nuestro servicio de restaurante. Entre sus obligaciones principales destacan: elaboración de menú en base a conocimientos, pedidos de alimentos y materiales para tener la cocina abastecida y en buen funcionamiento, horarios de sus subordinados, realización de platos así como explicación de su elaboración a sus ayudantes para que puedan cubrir el trabajo en caso de ausencia.

PERFIL

Sexo: Indistinto

Edad: De 25 a 45 años

Estado civil: Indistinto

Estudios: Escuela de Chefs

Experiencia: No necesaria

AYUDANTE DE COCINA

Su principal labor será asistir al chef en todo lo que necesite dentro del horario laboral, mantener la cocina limpia así como los utensilios, platos, cubiertos que se vayan ensuciando. Debe poder realizar los platos que el chef hace en caso de que este se ausente por cualquier motivo.

PERFIL

Sexo: Indistinto

Edad: De 20 a 45 años

Estado civil: Indistinto

Estudios: No necesarios

Experiencia: Cursos o pasantías en el área

VENDEDOR

De preferencia se buscará una persona de sexo femenino para desarrollar el cargo. El mismo que consiste en: mantener actualizada la página web del Sass así como sus

redes sociales. Encargarse de idear nuevas ofertas y promociones para ganar clientela y de ser necesario realizar las reservas por medio de la página web.

PERFIL

Sexo: Femenino

Edad: De 24 a 45 años

Estado civil: Indistinto

Estudios: Marketing, Ventas o afines

Experiencia: No necesaria

GUARDIA DE SEGURIDAD

Cargo realizado por personas del sexo masculino. Encargado de relevar el turno del recepcionista en turno “B”, de mantener la paz y asistir a los huéspedes que necesiten llamadas para despertar, que les den las llaves de su habitación en caso de haber llegado luego que el recepcionista se haya retirado al finalizar su turno.

PERFIL

Sexo: Masculino

Edad: 30 a 50 años

Estado civil: Indistinto

Estudios: No necesarios

Experiencia: No necesaria

4.1.3 Horarios y días de funcionamiento

El hostel Sass está presto a satisfacer las demandas de sus clientes por lo que se atiende todos los días del año.

Front desk: Servicio de 16 horas al día con dos turnos rotativos que consisten en turno A y turno B.

Turno A: de 5:45 am a 14:00 pm

Turno B: De 13:45 pm a 22:00 pm

Ama de llaves: Servicio de 8 horas al día, este turno será de 8:30 am a 16:30 pm.

Camarería: Servicio de 16 horas al día con turnos compartidos y rotativos, que van de 7:00 am a 12:00 pm y de 17:00 a 20:00.

Alimentos y bebidas: Servicio de 18 horas al día. El chef tendrá un horario fijo de 12:00 a 20:00 debido a que el almuerzo y cenas son los que más tiempo y personal demandan. Sus días libres serán rotativos, previos a dejar un menú establecido y al cocinero de turno encargado.

Los cocineros tendrán un horario rotativo con turno A que va desde las 05:00 a 14:00 pm y el turno B que va desde 14:00 pm a 23:00 pm.

Marketing y ventas: Servicio de 8 horas al día, su turno será de 9 a 17:00 pm con días libres los fines de semana.

4.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Como se ha explicado de manera superficial a lo largo de este proyecto, las redes sociales serán el principal medio de impulso publicitario del hostel. De tal manera que van a estar en constante actualización tanto como de promociones, nuevos productos así como de eventos que se puedan realizar en el establecimiento.

Acorde con estadísticas el 62% de la población mundial utiliza redes sociales en la actualidad (Reuters, Marzo 2012). Así mismo los resultados de la encuesta que se realizó, arrojaron que la mayor fuente preferencial para informarse sobre promociones o eventos específicos es por medio de redes sociales. El departamento de ventas buscará promociones atractivas y accesibles para los potenciales clientes y las promocionará mayormente por redes sociales, previa a la aprobación de la gerencia general.

Otra forma de promoción es por medio de la página web con la que actualmente cuenta el Sass, pero antes de lanzarla al público nuevamente, esta debe ser actualizada y

reestructurada. De tal manera que las fotos predominen y los interesados puedan realizar su reservación por medio de la misma.

El departamento de marketing y ventas va a enfocarse también es realizar alianzas estratégicas con agencias de viajes ubicadas preferencialmente en la ciudad de Guayaquil, ya que ese es el mayor grupo objetivo del hostel, de tal manera que por cada reservación que la agencia le haga al Hostel estos recibirán un porcentaje en base al número de personas a hospedarse.

Se realizará un lanzamiento oficial de la nueva imagen del hostel Sass, el evento ayudará a impulsar al establecimiento en los medios de comunicación que asistan al evento, así como también se informará sobre los nuevos servicios que ofrecerá el hostel para todos sus clientes. En este lanzamiento también se aprovechará para anunciar la primera oferta del Sass que consiste en los primeros 100 clientes que reserven, tendrán un porcentaje determinado de descuento.

PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS

Luego de realizar las 384 encuestas se pueden llegar a determinar estrategias específicas que se apeguen a lo que el cliente busca de un establecimiento al momento de hospedarse. Los resultados arrojan detalles concisos, que ayudan a identificar gustos e inclinaciones que el grupo objetivo demanda.

Respondiendo a las preferencias de los clientes, en lo que a infraestructura se refiere, las tres estrategias primordiales serán ofrecer el servicio de cocina, inauguración del servicio de bar y al menos la calle del hostel volverla más accesible para que en invierno las calles llenas de lodo no presenten un impedimento para los clientes de hospedarse en el Sass.

Al referir a la cocina, que aunque aparentemente la infraestructura del área de cocina existe, habría que realizar modificaciones para que cumpla a cabalidad con la demanda que se quiere tener del hostel. Así mismo, proceder a comprar los

electrodomésticos y artículos varios correspondientes a la cocina. Donde la meta será ofrecer platos a la carta o en su defecto contar con al menos las tres comidas del día que son: desayuno, almuerzo y cena.

Una de las particularidades que se observaron durante la tabulación de las encuestas es que muchos de los potenciales clientes del hostel buscan vida nocturna o que el establecimiento cuente con el servicio de bar. Debido a la distancia de la que se encuentra el Sass del centro de Playas, se considera que un servicio de bar dentro del establecimiento puede ser una alternativa para que el cliente disfrute de un momento de esparcimiento dentro del mismo hostel y de esa manera se solucionen dos situaciones. La primera, que la lejanía de la vida nocturna no se convierta en una excusa por parte del cliente para no hospedarse debido a que ya tendrían un lugar de diversión. La otra razón data en la oportunidad de tener un ingreso extra.

El área del bar estaría ubicada en la terraza, ya que en la misma se cuenta con los juegos de mesa y el espacio suficiente en caso de que los clientes decidan bailar o reunirse en grupo. La idea es que tenga música ambiental todo el tiempo hasta una hora determinada. Otra razón por la que el bar sería en el área de la terraza, es porque el ruido queda más aislado debido a que en el tercer piso no hay habitaciones, por lo que no se molestaría a ningún cliente en particular. Por el contrario, si se traslada el bar a planta baja donde también existe la infraestructura para un bar, las 6 habitaciones que ahí quedan podrían quejarse por el ruido.

La tercera estrategia que se refiere a infraestructura se inicia no sólo por el lamentable estado de las calles del barrio en donde se encuentra el hostel, sino también, por la mayoría de encuestados quienes afirmaron que un adecuado y cómodo acceso al lugar también influye al momento de decidirse por un determinado lugar. La idea es rellenar la cuadra del hostel con piedra chispa, cabe aclarar que el Sass es la única infraestructura en su cuadra de tal manera que sería responsabilidad total de sus dueños velar por un acceso más cómodo para sus clientes, por otra parte esta sería una solución temporal debido a que el municipio del cantón planea empezar con el arreglo y

pavimentación de las calles a mediados del año 2014, dicho por Jorge Cedeño, Director de Turismo del Cantón Playas, año 2013.

Dentro de las estrategias de marketing que se planean utilizar, las encuestas confirmaron que el adecuado uso de las redes sociales se puede convertir en una poderosa herramienta para llegar a los potenciales clientes.

Como primera medida, la página web del hostel debe ser reestructurada por completo. Donde primen las imágenes de las instalaciones, de manera que los clientes puedan apreciar el establecimiento. La redacción debe ser corta y precisa, brindando información determinada y correctamente redactada para quienes la visiten. Por otra parte, las redes sociales del Sass deben estar en permanente actualización tanto de fotografías, como de ofertas y novedades del lugar. Como se mencionó anteriormente, los encuestados confirmaron que su mayor medio de información es por medio de redes sociales, entonces se concluye que es necesario promover el local por medio de las mismas y así se llegará de manera más efectiva a los potenciales clientes.

4.2.1 LÍNEA GRÁFICA

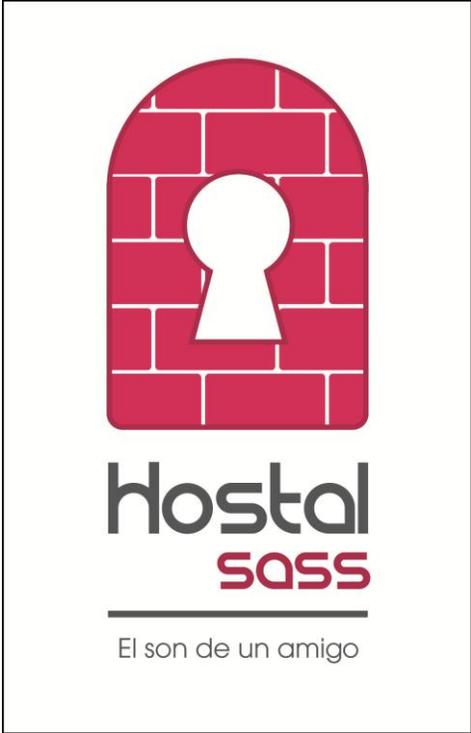
La línea gráfica presentada a continuación busca mantener la identidad del hostel. Se sabe que el diseño tanto interior como exterior del establecimiento es con la ilusión de que fuesen ladrillos, con el afán de rescatar ese detalle, el nuevo logotipo y sus aplicaciones tendrán de manera predominante estos ladrillos. Otra característica del logotipo data en una cerradura, con lo que se quiere transmitir que el hostel está diseñado para hacerte sentir como en casa.

LOGOTIPO

Aplicación Horizontal



Aplicación Vertical



Hoja Membretada



Firma de mail



Tarjetas de presentación

Fondo Negro



Fondo Blanco



Fondo Rojo



Uniforme



**4.4 TABLA DE SITUACION ACTUAL DEL SASS Y SU PROYECCION
LUEGO DE APLICAR EL PROYECTO**

ESTADO ACTUAL	PROPUESTA
<p>MARKETING</p> <p>Actualmente el hostel Sass no cuenta con un plan de marketing determinado. La promoción que tienen es por medio de redes sociales las cuales no siempre son actualizadas. La página web con la que cuentan en la actualidad tiene mucho texto y no es visualmente atractiva lo que ocasiona que los clientes no se muestren interesados en informarse sobre los servicios que el hostel ofrece y como consecuencia el hostel disminuye su capacidad de promoción.</p>	<p>Aprovechando la gratuidad y acogida que las redes sociales tienen en la actualidad, se mantendrán los usuarios en las mismas para no perder los seguidores que hasta el momento tiene la fan page, pero ahora se conservará constantemente actualizada y se cambiará la estructura junto con la renovada línea gráfica. Se prevé reforzar las redes sociales por medio de promociones y descuentos que incentiven a los clientes frecuentes y atraigan a nuevos potenciales clientes. Por otra parte se van a crear alianzas con agencias de viajes para que de esa manera por medio de canjes en publicidad se pueda llegar a más personas de nuestro grupo objetivo.</p> <p>La renovada línea gráfica dará pauta para realizar un nuevo lanzamiento de la marca Sass, donde por medio de una pequeña rueda de prensa se buscará promocionarse por medios de comunicación como la prensa escrita.</p>
<p>PERSONAL</p> <p>El hostel Sass no cuenta con personal de planta lo que limita mucho de los servicios que se podrían ofrecer. El único empleado</p>	<p>Una de las propuestas en la reingeniería se centra en generar un organigrama y manual de funciones con personal de</p>

<p>de planta que tienen es un guardia de seguridad, que se encarga de hacer de hacer check in, atender el teléfono, limpiar la piscina, etc. En definitiva un encargado de todos los procesos que se requieren en el hostel.</p>	<p>planta para las diferentes áreas que demanda el hostel. Las áreas que se implementarán serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Camarería • Cocina • Departamento de Ventas • Seguridad • Recepción <p>Cada uno de los nuevos empleados del hostel Sass recibirá su salario acorde a las actividades que realice con un contrato previo firmado y aceptado por ambas partes. Un renovado personal de planta va a generar un mejor servicio e impresión lo que se convierte en una ventaja para el hostel y permitirá cubrir con mayor eficacia las necesidades de los clientes.</p>
<p>SERVICIOS</p> <p>Entre los servicios que ofrece el hostel tienen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prestación de películas de DVD para todos los huéspedes • Piscina y Jacuzzi • Área de reuniones • Garaje • Implementación de camas extra 	<p>Los servicios con los que actualmente cuenta el hostel, se van a mantener pero con ciertas modificaciones asimismo se van a agregar servicios de tal manera que los huéspedes se sientan a gusto con su elección de estadía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La prestación de películas para DVD será sólo de estrenos y formatos originales ya que como negocio nacional hay que aportar en la disminución de la piratería. • Todo el hostel tendrá wifi para que todos los huéspedes puedan

	<p>navegar libremente en internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se ofrecerán llamadas para despertar • Aunque la recepción no es 24 horas, durante las altas horas de la noche el guardia de seguridad estará capacitado para cubrir con las necesidades de los huéspedes • Se implementará una cocina para que los clientes tanto internos como externos puedan disfrutar de una deliciosa comida sin necesidad de alejarse tanto del pueblo • En la terraza se ofrecerá el servicio de bar con música de fondo para quienes buscan relajarse y tener una vista parcial de Playas. Se ofrecerán bebidas soft, cocteles y cervezas nacionales.
<p>INFRAESTRUCTURA</p> <p>El Sass tiene actualmente problemas de infraestructura en lo que se refiere a aprovechar espacios. Por otra parte las vías de acceso al hostel no se encuentran en las más óptimas condiciones lo que genera que muchos clientes no se vean atraídos por hospedarse en el hostel.</p>	<p>Los espacios que actualmente no están siendo correctamente utilizados, serán renovados. La terraza, por ejemplo, actualmente está abandonada teniendo el espacio para un bar, cocina o área de juegos. Se restaurarán los juegos de mesa (billar y ping pong) para todos los clientes que deseen distraerse con una actividad recreativa y grupal. Asimismo el bar empezará su funcionamiento con música de fondo y oferta de bebidas.</p>

	<p>En la planta baja se encuentra una cocina que está fuera de uso, la misma va a ser restaurada para que empiece a funcionar el restaurante del hostel, se ofertarán desayunos y platos a la carta.</p> <p>Aunque el gobierno seccional del cantón ha informado que van a pavimentar toda el área del barrio San Jacinto, Específicamente la cuadra del hostel será, por el momento, rellena con granito para la comodidad de los huéspedes y facilidad de acceso.</p>
--	---

INVERSIÓN INICIAL

INVERSION INICIAL					
<i>Efectivo</i>		Cantidad	P. Unitario	P. Total	TOTAL
	Sueldos			\$ 28.367,50	
	Imprevistos			\$ 10.000,00	
TOTAL EFECTIVO					\$ 38.367,50
Equipo de oficina		Cantidad	P. Unitario	P. Total	TOTAL
	Caja registradora	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA					\$ 500,00
<i>Equipos de Computación</i>					
	Computadoras	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00	
	Impresora Multifuncional	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
	Router y antenas	3	\$ 300,00	\$ 900,00	
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN					\$ 2.850,00
<i>Equipos de Producción</i>		Cantidad	P. Unitario	P. Total	TOTAL
	Cocina industrial	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
	Parrilla	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
	Campana	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
	Horno eléctrico	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
	Refrigeradora	1	\$ 950,00	\$ 950,00	
	Horno microondas	1	\$ 125,00	\$ 125,00	
	Mesa de trabajo	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
	Licuada	1	\$ 80,00	\$ 80,00	
	Batidora	1	\$ 65,00	\$ 65,00	
	Extractor de jugo	1	\$ 160,00	\$ 160,00	
	Tostadora	1	\$ 75,00	\$ 75,00	
	Cafetera	1	\$ 80,00	\$ 80,00	
	Platos, cubiertos y otros	1	\$ 700,00	\$ 700,00	
TOTAL DE EQUIPOS DE PRODUCCIÓN					\$ 4.935,00
<i>Gastos de Venta</i>		Cantidad	P. Unitario	P. Total	TOTAL
	Publicidad			\$ 20.000,00	
TOTAL GASTOS DE VENTA (PUBLICIDAD)					\$ 20.000,00
TOTAL INVERSIÓN					\$ 66.652,50

PRÉSTAMO Y AMORTIZACIÓN

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO	
Inversión Inicial	\$ 66.652,50
Monto del Crédito	\$ 46.656,75
Tasa Interes Anual	11,50%
Periodos en el año	12
Tasa Interes Mensual	0,96%
Plazo	5
Nro. Dividendos	60
Cuota Anual	
Cuota Mensual	\$ 1.026,10

PERÍODO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN (CAPITAL)	DIVIDENDOS (CUOTA MENSUAL)	SALDO CAPITAL
0				\$ 46.656,75
1	\$ 447,13	\$ 578,98	\$ 1.026,10	\$ 46.077,77
2	\$ 441,58	\$ 584,52	\$ 1.026,10	\$ 45.493,25
3	\$ 435,98	\$ 590,13	\$ 1.026,10	\$ 44.903,12
4	\$ 430,32	\$ 595,78	\$ 1.026,10	\$ 44.307,34
5	\$ 424,61	\$ 601,49	\$ 1.026,10	\$ 43.705,85
6	\$ 418,85	\$ 607,26	\$ 1.026,10	\$ 43.098,59
7	\$ 413,03	\$ 613,08	\$ 1.026,10	\$ 42.485,52
8	\$ 407,15	\$ 618,95	\$ 1.026,10	\$ 41.866,57
9	\$ 401,22	\$ 624,88	\$ 1.026,10	\$ 41.241,68
10	\$ 395,23	\$ 630,87	\$ 1.026,10	\$ 40.610,81
11	\$ 389,19	\$ 636,92	\$ 1.026,10	\$ 39.973,90
12	\$ 383,08	\$ 643,02	\$ 1.026,10	\$ 39.330,88
13	\$ 376,92	\$ 649,18	\$ 1.026,10	\$ 38.681,69
14	\$ 370,70	\$ 655,40	\$ 1.026,10	\$ 38.026,29
15	\$ 364,42	\$ 661,68	\$ 1.026,10	\$ 37.364,60
16	\$ 358,08	\$ 668,03	\$ 1.026,10	\$ 36.696,58
17	\$ 351,68	\$ 674,43	\$ 1.026,10	\$ 36.022,15
18	\$ 345,21	\$ 680,89	\$ 1.026,10	\$ 35.341,26
19	\$ 338,69	\$ 687,42	\$ 1.026,10	\$ 34.653,84
20	\$ 332,10	\$ 694,00	\$ 1.026,10	\$ 33.959,84
21	\$ 325,45	\$ 700,66	\$ 1.026,10	\$ 33.259,18
22	\$ 318,73	\$ 707,37	\$ 1.026,10	\$ 32.551,81
23	\$ 311,95	\$ 714,15	\$ 1.026,10	\$ 31.837,66
24	\$ 305,11	\$ 720,99	\$ 1.026,10	\$ 31.116,67
25	\$ 298,20	\$ 727,90	\$ 1.026,10	\$ 30.388,77
26	\$ 291,23	\$ 734,88	\$ 1.026,10	\$ 29.653,89
27	\$ 284,18	\$ 741,92	\$ 1.026,10	\$ 28.911,97
28	\$ 277,07	\$ 749,03	\$ 1.026,10	\$ 28.162,94
29	\$ 269,89	\$ 756,21	\$ 1.026,10	\$ 27.406,73
30	\$ 262,65	\$ 763,46	\$ 1.026,10	\$ 26.643,28

31	\$ 255,33	\$ 770,77	\$ 1.026,10	\$ 25.872,50
32	\$ 247,94	\$ 778,16	\$ 1.026,10	\$ 25.094,35
33	\$ 240,49	\$ 785,62	\$ 1.026,10	\$ 24.308,73
34	\$ 232,96	\$ 793,14	\$ 1.026,10	\$ 23.515,58
35	\$ 225,36	\$ 800,75	\$ 1.026,10	\$ 22.714,84
36	\$ 217,68	\$ 808,42	\$ 1.026,10	\$ 21.906,42
37	\$ 209,94	\$ 816,17	\$ 1.026,10	\$ 21.090,25
38	\$ 202,11	\$ 823,99	\$ 1.026,10	\$ 20.266,26
39	\$ 194,22	\$ 831,89	\$ 1.026,10	\$ 19.434,38
40	\$ 186,25	\$ 839,86	\$ 1.026,10	\$ 18.594,52
41	\$ 178,20	\$ 847,91	\$ 1.026,10	\$ 17.746,61
42	\$ 170,07	\$ 856,03	\$ 1.026,10	\$ 16.890,58
43	\$ 161,87	\$ 864,24	\$ 1.026,10	\$ 16.026,35
44	\$ 153,59	\$ 872,52	\$ 1.026,10	\$ 15.153,83
45	\$ 145,22	\$ 880,88	\$ 1.026,10	\$ 14.272,95
46	\$ 136,78	\$ 889,32	\$ 1.026,10	\$ 13.383,63
47	\$ 128,26	\$ 897,84	\$ 1.026,10	\$ 12.485,78
48	\$ 119,66	\$ 906,45	\$ 1.026,10	\$ 11.579,34
49	\$ 110,97	\$ 915,13	\$ 1.026,10	\$ 10.664,20
50	\$ 102,20	\$ 923,90	\$ 1.026,10	\$ 9.740,30
51	\$ 93,34	\$ 932,76	\$ 1.026,10	\$ 8.807,54
52	\$ 84,41	\$ 941,70	\$ 1.026,10	\$ 7.865,84
53	\$ 75,38	\$ 950,72	\$ 1.026,10	\$ 6.915,12
54	\$ 66,27	\$ 959,83	\$ 1.026,10	\$ 5.955,28
55	\$ 57,07	\$ 969,03	\$ 1.026,10	\$ 4.986,25
56	\$ 47,78	\$ 978,32	\$ 1.026,10	\$ 4.007,93
57	\$ 38,41	\$ 987,69	\$ 1.026,10	\$ 3.020,24
58	\$ 28,94	\$ 997,16	\$ 1.026,10	\$ 2.023,08
59	\$ 19,39	\$ 1.006,72	\$ 1.026,10	\$ 1.016,36
60	\$ 9,74	\$ 1.016,36	\$ 1.026,10	\$ 0,00

SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES

ROL DE PAGOS										
AÑO 1										
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
GERENTE	1	750,00	9000,00	750,00	340,00	375,00	749,70	1093,50	1025,68	12308,20
ADMINISTRADOR	1	500,00	6000,00	500,00	340,00	250,00	499,80	729,00	693,23	8318,80
CHEF	1	450,00	5400,00	450,00	340,00	225,00	449,82	656,10	626,74	7520,92
AYUDANTE DE COCINA	2	340,00	8160,00	680,00	680,00	340,00	679,73	991,44	1241,86	14902,34
AMA DE LLAVES	1	340,00	4080,00	340,00	340,00	170,00	339,86	495,72	480,47	5765,58
CAMARERA	2	340,00	8160,00	680,00	680,00	340,00	679,73	991,44	1241,86	14902,34
VENDEDOR	1	400,00	4800,00	400,00	340,00	200,00	399,84	583,20	560,25	6723,04
RECEPCIONISTA	3	350,00	12600,00	1050,00	1020,00	525,00	1049,58	1530,90	2343,87	28126,44
GUARDIA DE SEGURIDAD	2	340,00	8160,00	680,00	680,00	340,00	679,73	991,44	1241,86	14902,34
TOTAL	14	\$ 3.810,00	\$ 66.360,00	\$ 5.530,00	\$ 4.760,00	\$ 2.765,00	\$ 5.527,79	\$ 8.062,74	\$ 9.455,83	\$ 113.469,99

ROL DE PAGOS											
AÑO 2											
CARGO	CANT	0,07	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
GERENTE	1	802,50	9630,00	802,50	340,00	401,25	802,18	1170,05	1095,50	13145,97	
ADMINISTRADOR	1	535,00	6420,00	535,00	340,00	267,50	534,79	780,03	739,78	8877,32	
CHEF	1	481,50	5778,00	481,50	340,00	240,75	481,31	702,03	668,63	8023,58	
AYUDANTE DE COCINA	2	363,80	8731,20	727,60	680,00	363,80	727,31	1060,84	1320,86	15850,30	
AMA DE LLAVES	1	363,80	4365,60	363,80	340,00	181,90	363,65	530,42	512,11	6145,37	
CAMARERA	2	363,80	8731,20	727,60	680,00	363,80	727,31	1060,84	1320,86	15850,30	
VENDEDOR	1	428,00	5136,00	428,00	340,00	214,00	427,83	624,02	597,49	7169,85	
RECEPCIONISTA	3	374,50	13482,00	1123,50	1020,00	561,75	1123,05	1638,06	2490,09	29881,09	
GUARDIA DE SEGURIDAD	2	363,80	8731,20	727,60	680,00	363,80	727,31	1060,84	1320,86	15850,30	
TOTAL	14	\$ 4.076,70	\$ 71.005,20	\$ 5.917,10	\$ 4.760,00	\$ 2.958,55	\$ 5.914,73	\$ 8.627,13	\$ 10.066,17	\$ 120.794,09	

ROL DE PAGOS										
AÑO 3										
		0,07								
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
GERENTE	1	858,68	10304,10	858,68	340,00	429,34	858,33	1251,95	1170,20	14042,39
ADMINISTRADOR	1	572,45	6869,40	572,45	340,00	286,23	572,22	834,63	789,58	9474,93
CHEF	1	515,21	6182,46	515,21	340,00	257,60	515,00	751,17	713,45	8561,44
AYUDANTE DE COCINA	2	389,27	9342,38	778,53	680,00	389,27	778,22	1135,10	1405,39	16864,62
AMA DE LLAVES	1	389,27	4671,19	389,27	340,00	194,63	389,11	567,55	545,98	6551,75
CAMARERA	2	389,27	9342,38	778,53	680,00	389,27	778,22	1135,10	1405,39	16864,62
VENDEDOR	1	457,96	5495,52	457,96	340,00	228,98	457,78	667,71	637,33	7647,94
RECEPCIONISTA	3	400,72	14425,74	1202,15	1020,00	601,07	1201,66	1752,73	2646,55	31758,57
GUARDIA DE SEGURIDAD	2	389,27	9342,38	778,53	680,00	389,27	778,22	1135,10	1405,39	16864,62
TOTAL	14	\$ 4.362,07	\$ 75.975,56	\$ 6.331,30	\$ 4.760,00	\$ 3.165,65	\$ 6.328,76	\$ 9.231,03	\$ 10.719,24	\$ 128.630,88

ROL DE PAGOS										
AÑO 4										
		0,07								
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
GERENTE	1	918,78	11025,39	918,78	340,00	459,39	918,41	1339,58	1250,13	15001,56
ADMINISTRADOR	1	612,52	7350,26	612,52	340,00	306,26	612,28	893,06	842,86	10114,37
CHEF	1	551,27	6615,23	551,27	340,00	275,63	551,05	803,75	761,41	9136,94
AYUDANTE DE COCINA	2	416,51	9996,35	833,03	680,00	416,51	832,70	1214,56	1495,83	17949,94
AMA DE LLAVES	1	416,51	4998,18	416,51	340,00	208,26	416,35	607,28	582,21	6986,57
CAMARERA	2	416,51	9996,35	833,03	680,00	416,51	832,70	1214,56	1495,83	17949,94
VENDEDOR	1	490,02	5880,21	490,02	340,00	245,01	489,82	714,45	679,96	8159,50
RECEPCIONISTA	3	428,77	15435,54	1286,30	1020,00	643,15	1285,78	1875,42	2813,96	33767,47
GUARDIA DE SEGURIDAD	2	416,51	9996,35	833,03	680,00	416,51	832,70	1214,56	1495,83	17949,94
TOTAL	14	\$ 4.667,41	\$ 81.293,85	\$ 6.774,49	\$ 4.760,00	\$ 3.387,24	\$ 6.771,78	\$ 9.877,20	\$ 11.418,02	\$ 137.016,24

ROL DE PAGOS										
AÑO 5										
		0,07								
CARGO	CANT	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
GERENTE	1	983,10	11797,16	983,10	340,00	491,55	982,70	1433,36	1335,66	16027,87
ADMINISTRADOR	1	655,40	7864,78	655,40	340,00	327,70	655,14	955,57	899,88	10798,58
CHEF	1	589,86	7078,30	589,86	340,00	294,93	589,62	860,01	812,73	9752,72
AYUDANTE DE COCINA	2	445,67	10696,10	891,34	680,00	445,67	890,98	1299,58	1592,60	19111,24
AMA DE LLAVES	1	445,67	5348,05	445,67	340,00	222,84	445,49	649,79	620,99	7451,83
CAMARERA	2	445,67	10696,10	891,34	680,00	445,67	890,98	1299,58	1592,60	19111,24
VENDEDOR	1	524,32	6291,82	524,32	340,00	262,16	524,11	764,46	725,57	8706,86
RECEPCIONISTA	3	458,78	16516,03	1376,34	1020,00	688,17	1375,79	2006,70	2993,08	35916,99
GUARDIA DE SEGURIDAD	2	445,67	10696,10	891,34	680,00	445,67	890,98	1299,58	1592,60	19111,24
TOTAL	14	\$ 4.994,13	\$ 86.984,42	\$ 7.248,70	\$ 4.760,00	\$ 3.624,35	\$ 7.245,80	\$ 10.568,61	\$ 12.165,71	\$ 145.988,58

INGRESOS POR VENTAS

INGRESOS POR VENTAS										
PRODUCTOS	PRECIO UNITARIO	NOCHES VENDIDAS POR SEMANA (Temporada alta costa)	NOCHES VENDIDAS POR SEMANA (Temporada Alta sierra)	Temporada baja	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Habitación 1	\$ 80,0	4	3	1	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Habitación 2	\$ 80,0	4	3	1	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Habitación 3	\$ 50,0	4	3	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Habitación 4	\$ 60,0	4	3	1	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Habitación 5	\$ 80,0	4	3	1	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Habitación 6	\$ 50,0	4	3	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Habitación 7	\$ 50,0	4	3	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Habitación 8	\$ 80,0	4	3	1	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 1.280,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Habitación 9	\$ 35,0	4	3	1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Habitación 10	\$ 35,0	4	3	1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Habitación 11	\$ 35,0	4	3	1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Habitación 12	\$ 60,0	4	3	1	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Habitación 13	\$ 35,0	4	3	1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Habitación 14	\$ 35,0	4	3	1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Habitación 15	\$ 35,0	4	3	1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Habitación 16	\$ 45,0	4	3	1	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Habitación 17	\$ 35,0	4	3	1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Habitación 18	\$ 35,0	4	3	1	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Habitación 19	\$ 45,0	4	3	1	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 180,00	\$ 180,00
TOTAL	\$ 960,0	76	57		\$ 15.360,00	\$ 15.360,00	\$ 15.360,00	\$ 15.360,00	\$ 3.840,00	\$ 3.840,00

AÑO 1	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Alimentos	\$ 1.536,0	\$ 1.536,0	\$ 1.536,0	\$ 1.536,0	\$ 384,0	\$ 384,0
Bebidas	\$ 768,0	\$ 768,0	\$ 768,0	\$ 768,0	\$ 192,0	\$ 192,0

PRODUCTOS	PRECIO UNITARIO	NOCHES VENDIDAS POR SEMANA (Temporada alta costa)	NOCHES VENDIDAS POR SEMANA (Temporada Alta sierra)	Temporada baja	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1
Habitación 1	\$ 80,0	4	3	1	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 1.280,00	\$ 10.560,00
Habitación 2	\$ 80,0	4	3	1	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 1.280,00	\$ 10.560,00
Habitación 3	\$ 50,0	4	3	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 6.600,00
Habitación 4	\$ 60,0	4	3	1	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 960,00	\$ 7.920,00
Habitación 5	\$ 80,0	4	3	1	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 1.280,00	\$ 10.560,00
Habitación 6	\$ 50,0	4	3	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 6.600,00
Habitación 7	\$ 50,0	4	3	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 6.600,00
Habitación 8	\$ 80,0	4	3	1	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 1.280,00	\$ 10.560,00
Habitación 9	\$ 35,0	4	3	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 4.620,00
Habitación 10	\$ 35,0	4	3	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 4.620,00
Habitación 11	\$ 35,0	4	3	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 4.620,00
Habitación 12	\$ 60,0	4	3	1	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 960,00	\$ 7.920,00
Habitación 13	\$ 35,0	4	3	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 4.620,00
Habitación 14	\$ 35,0	4	3	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 4.620,00
Habitación 15	\$ 35,0	4	3	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 4.620,00
Habitación 16	\$ 45,0	4	3	1	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 720,00	\$ 5.940,00
Habitación 17	\$ 35,0	4	3	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 4.620,00
Habitación 18	\$ 35,0	4	3	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 4.620,00
Habitación 19	\$ 45,0	4	3	1	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 720,00	\$ 5.940,00
TOTAL	\$ 960,0	76	57		\$ 11.520,00	\$ 11.520,00	\$ 11.520,00	\$ 3.840,00	\$ 3.840,00	\$ 15.360,00	\$ 126.720,00

AÑO 1	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 1
Alimentos	\$ 1.152,0	\$ 1.152,0	\$ 1.152,0	\$ 384,0	\$ 384,0	\$ 1.536,0	\$ 12.672,0
Bebidas	\$ 576,0	\$ 576,0	\$ 576,0	\$ 192,0	\$ 192,0	\$ 768,0	\$ 6.336,0
							\$ 19.008,0

PRESUPUESTO DE GASTOS

PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES															
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1
GASTOS ADMINISTRATIVOS															
Gerente	1	750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Sueldo de Administrador	1	500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Luz	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Televisión por cable	19	\$ 16,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 304,00	\$ 3.648,00
Internet	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Uniformes	2	\$ 35,00	\$ 70,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 70,00
Suministros de Oficina	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 7.740,00
Depreciación de Edificios			\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 708,33	\$ 8.500,00
Depreciación de Equipos de Oficina			\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 50,00
Depreciación de Equipos de Computación			\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 79,17	\$ 950,00
Depreciación de Equipos de Producción			\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 41,13	\$ 493,50
Amortización			\$ 578,98	\$ 584,52	\$ 590,13	\$ 595,78	\$ 601,49	\$ 607,26	\$ 613,08	\$ 618,95	\$ 624,88	\$ 630,87	\$ 636,92	\$ 643,02	\$ 7.325,87
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 3.145,77	\$ 3.741,32	\$ 3.746,92	\$ 3.752,57	\$ 3.758,28	\$ 3.764,05	\$ 3.769,87	\$ 3.775,74	\$ 3.781,67	\$ 3.787,66	\$ 3.793,71	\$ 3.799,81	\$ 44.617,37
GASTOS DE VENTAS															
Publicidad			\$ 3.333,33	\$ 3.333,33	\$ 3.333,33	\$ 3.333,33	\$ 3.333,33	\$ 3.333,33	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 20.000,00
Comisiones			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Viáticos			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS			\$ 3.333,33	\$ 0,00	\$ 20.000,00										
GASTOS FINANCIEROS															
Intereses			\$ 447,13	\$ 441,58	\$ 430,32	\$ 424,61	\$ 418,85	\$ 413,03	\$ 407,15	\$ 401,22	\$ 395,23	\$ 389,19	\$ 383,08	\$ 376,92	\$ 4.928,31
TOTAL DE GASTOS FINANCIEROS			\$ 447,13	\$ 441,58	\$ 430,32	\$ 424,61	\$ 418,85	\$ 413,03	\$ 407,15	\$ 401,22	\$ 395,23	\$ 389,19	\$ 383,08	\$ 376,92	\$ 4.928,31
TOTAL			\$ 6.926,23	\$ 7.516,23	\$ 7.510,57	\$ 7.510,52	\$ 7.510,46	\$ 7.510,41	\$ 4.177,02	\$ 4.176,96	\$ 4.176,91	\$ 4.176,85	\$ 4.176,79	\$ 4.176,73	\$ 69.545,69

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administrativos					
Gerente	\$ 9.000,00	\$ 9.374,40	\$ 9.764,38	\$ 10.170,57	\$ 10.593,67
Sueldo de Administrador	\$ 6.000,00	\$ 6.249,60	\$ 6.509,58	\$ 6.780,38	\$ 7.062,45
Luz	\$ 240,00	\$ 249,98	\$ 260,38	\$ 271,22	\$ 282,50
Agua	\$ 120,00	\$ 124,99	\$ 130,19	\$ 135,61	\$ 141,25
Teléfono	\$ 360,00	\$ 374,98	\$ 390,58	\$ 406,82	\$ 423,75
Televisión por cable	\$ 3.648,00	\$ 3.799,76	\$ 3.957,83	\$ 4.122,47	\$ 4.293,97
Internet	\$ 120,00	\$ 124,99	\$ 130,19	\$ 135,61	\$ 141,25
Uniformes	\$ 70,00	\$ 72,91	\$ 75,95	\$ 79,10	\$ 82,40
Suministros de Oficina	\$ 7.740,00	\$ 8.061,98	\$ 8.397,36	\$ 8.746,69	\$ 9.110,56
Dereciación de Edificios	\$ 8.500,00	\$ 8.853,60	\$ 9.221,91	\$ 9.605,54	\$ 10.005,13
Depreciación de Equipos de Oficina	\$ 50,00	\$ 52,08	\$ 54,25	\$ 56,50	\$ 58,85
Depreciación de Equipos de Computación	\$ 950,00	\$ 989,52	\$ 1.030,68	\$ 1.073,56	\$ 1.118,22
Depreciación de Equipos de Producción	\$ 493,50	\$ 514,03	\$ 535,41	\$ 557,69	\$ 580,89
Amortización	\$ 7.325,87	\$ 7.630,63	\$ 7.948,06	\$ 8.278,70	\$ 8.623,10
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 44.617,37	\$ 46.473,46	\$ 48.406,75	\$ 50.420,47	\$ 52.517,96
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	20.000	-	-	-	-
Comisiones	-	-	-	-	-
Viáticos	-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS DE VENTAS	20.000	6.000	6.000	6.000	6.000
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	4.928	4.099	3.103	1.986	734
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	4.928	4.099	3.103	1.986	734
TOTAL DE GASTOS	69.546	56.572	57.510	58.407	59.252

COSTOS DE VENTAS															
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1
Sueldo de chef	1	450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Sueldo ayudante de cocina	2	340,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00
Bebidas			\$ 512,00	\$ 512,00	\$ 512,00	\$ 512,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 384,00	\$ 384,00	\$ 384,00	\$ 128,00	\$ 128,00	\$ 512,00	\$ 4.224,00
Alimentos			\$ 768,00	\$ 768,00	\$ 768,00	\$ 768,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 576,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 768,00	\$ 6.336,00
Sueldo de Ama de llaves	1	340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 4.080,00
Sueldo de mucama	2	340,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00
Sueldo de Vendedor	1	400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Sueldo de recepcionista	3	350,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 12.600,00
Sueldo de Guardia de Seguridad	2	340,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00
Luz	1	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Agua	1	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 1.320,00
Teléfono	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Televisión por cable	1	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 192,00
Internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Uniformes	18	\$ 35,00	\$ 630,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 630,00
Materiales de Limpieza	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 7.730,00
TOTAL COSTOS DE VENTAS			\$ 6.561,00	\$ 6.601,00	\$ 6.601,00	\$ 6.601,00	\$ 5.641,00	\$ 5.641,00	\$ 6.281,00	\$ 6.281,00	\$ 6.281,00	\$ 5.641,00	\$ 5.641,00	\$ 6.601,00	\$ 74.372,00

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo de chef	\$ 5.400,00	\$ 5.624,64	\$ 5.858,63	\$ 6.102,34	\$ 6.356,20
Sueldo ayudante de cocina	\$ 8.160,00	\$ 8.499,46	\$ 8.853,03	\$ 9.221,32	\$ 9.604,93
Bebidas	\$ 4.224,00	\$ 4.399,72	\$ 4.582,75	\$ 4.773,39	\$ 4.971,96
Alimentos	\$ 6.336,00	\$ 6.599,58	\$ 6.874,12	\$ 7.160,08	\$ 7.457,94
Sueldo de Ama de llaves	\$ 4.080,00	\$ 4.249,73	\$ 4.426,52	\$ 4.610,66	\$ 4.802,46
Sueldo de mucama	\$ 8.160,00	\$ 8.499,46	\$ 8.853,03	\$ 9.221,32	\$ 9.604,93
Sueldo de Vendedor	\$ 4.800,00	\$ 4.999,68	\$ 5.207,67	\$ 5.424,31	\$ 5.649,96
Sueldo de recepcionista	\$ 12.600,00	\$ 13.124,16	\$ 13.670,13	\$ 14.238,80	\$ 14.831,14
Sueldo de Guardia de Seguridad	\$ 8.160,00	\$ 8.499,46	\$ 8.853,03	\$ 9.221,32	\$ 9.604,93
Luz	\$ 2.160,00	\$ 2.249,86	\$ 2.343,45	\$ 2.440,94	\$ 2.542,48
Agua	\$ 1.320,00	\$ 1.374,91	\$ 1.432,11	\$ 1.491,68	\$ 1.553,74
Teléfono	\$ 60,00	\$ 62,50	\$ 65,10	\$ 67,80	\$ 70,62
Televisión por cable	\$ 192,00	\$ 199,99	\$ 208,31	\$ 216,97	\$ 226,00
Internet	\$ 360,00	\$ 374,98	\$ 390,58	\$ 406,82	\$ 423,75
Uniformes	\$ 630,00	\$ 656,21	\$ 683,51	\$ 711,94	\$ 741,56
Materiales de Limpieza	\$ 7.730,00	\$ 8.051,57	\$ 8.386,51	\$ 8.735,39	\$ 9.098,78
TOTAL COSTOS DE VENTAS	\$ 74.372,00	\$ 77.465,88	\$ 80.688,46	\$ 84.045,10	\$ 87.541,37

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Hospedaje	\$ 126.720,00	\$ 139.392,00	\$ 153.331,20	\$ 168.664,32	\$ 185.530,75
A&B	\$ 19.008,00	\$ 20.908,80	\$ 22.999,68	\$ 25.299,65	\$ 27.829,61
TOTAL DE INGRESOS	\$ 145.728,00	\$ 160.300,80	\$ 176.330,88	\$ 193.963,97	\$ 213.360,36
(-) Costos de Ventas	\$ 74.372,00	\$ 77.465,88	\$ 80.688,46	\$ 84.045,10	\$ 87.541,37
Utilidad Bruta	\$ 71.356,00	\$ 82.834,92	\$ 95.642,42	\$ 109.918,87	\$ 125.818,99
(-) Gastos Administrativos	\$ 44.617,37	\$ 46.473,46	\$ 48.406,75	\$ 50.420,47	\$ 52.517,96
(-) Gastos de Ventas	\$ 20.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
(=) Utilidad OPERACIONAL	\$ 6.738,63	\$ 30.361,47	\$ 41.235,67	\$ 53.498,40	\$ 67.301,03
(-) Gastos Financieros	\$ 4.928,31	\$ 4.099,04	\$ 3.102,99	\$ 1.986,16	\$ 733,91
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 1.810,31	\$ 26.262,43	\$ 38.132,68	\$ 51.512,24	\$ 66.567,12
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 398,27	\$ 5.777,73	\$ 8.389,19	\$ 11.332,69	\$ 14.644,77
(=) Utilidad despues de impuestos	\$ 1.412,04	\$ 20.484,70	\$ 29.743,49	\$ 40.179,55	\$ 51.922,36
(-) 15% Participación de los Trabajadores	\$ 211,81	\$ 3.072,70	\$ 4.461,52	\$ 6.026,93	\$ 7.788,35
(-) 10% de reserva legal	\$ 141,20	\$ 2.048,47	\$ 2.974,35	\$ 4.017,95	\$ 5.192,24
Utilidad del Ejercicio	\$ 1.059,03	\$ 15.363,52	\$ 22.307,62	\$ 30.134,66	\$ 38.941,77

FLUJO DE CAJA ANUAL						
RUBROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 145.728,00	\$ 160.300,80	\$ 176.330,88	\$ 193.963,97	\$ 213.360,36
(-) Egresos de efectivo		\$ 139.599,45	\$ 138.789,77	\$ 147.945,92	\$ 157.825,19	\$ 168.492,46
Costos de operación		\$ 74.372,00	\$ 77.465,88	\$ 80.688,46	\$ 84.045,10	\$ 87.541,37
Gastos de administración		\$ 44.617,37	\$ 46.473,46	\$ 48.406,75	\$ 50.420,47	\$ 52.517,96
Gastos de ventas		\$ 20.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Impuesto a la renta		\$ 398,27	\$ 5.777,73	\$ 8.389,19	\$ 11.332,69	\$ 14.644,77
Participación de trabajadores		\$ 211,81	\$ 3.072,70	\$ 4.461,52	\$ 6.026,93	\$ 7.788,35
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 6.128,55	\$ 21.511,03	\$ 28.384,96	\$ 36.138,78	\$ 44.867,91
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos		\$ 8.285,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ (8.285,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ 46.122,19	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 7.325,87	\$ 8.214,20	\$ 9.210,25	\$ 10.327,08	\$ 11.579,34
Pago de intereses		\$ 4.987,37	\$ 4.099,04	\$ 3.102,99	\$ 1.986,16	\$ 733,91
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		\$ 33.808,95	\$ (12.313,24)	\$ (12.313,24)	\$ (12.313,24)	\$ (12.313,24)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (66.652,50)	\$ 31.652,50	\$ 9.197,79	\$ 16.071,72	\$ 23.825,53	\$ 32.554,67

ÍNDICES FINANCIEROS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 80.647,06
TIR	19,99%
B/C (beneficio / costo)	\$ 1,21
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	3.41 AÑOS

CONCLUSIONES

Con la evaluación del Sass y su respectivo planteamiento de reingeniería, el hostel tiene el potencial para poder mostrarse competitivo con los demás establecimientos del mismo status.

El cantón Playas es el más cercano al puerto principal del país (Guayaquil) por lo que falta de turistas no es el problema, sino que como ya se comprobó, la falta de servicio al cliente genera pocos ingresos para dicho destino. Es necesario difundir una cultura de servicio en todos los establecimientos turísticos, hoteleros y de alimentos y bebidas del sector.

Se vuelve fundamental que cada persona que trabaje en el hostel muestre su dedicación y entrega para que este proyecto salga adelante. También el brindarle una experiencia inolvidable al huésped puede ayudar a ganar su lealtad y preferencia sobre los demás establecimientos.

Si bien es cierto el sector en el que se encuentra el establecimiento, actualmente no es muy conocido y/o apto para recibir a tantos turistas como se desearía. Hay que saber aprovechar las pequeñas ventajas de la ubicación, tales como la cercanía con el centro comercial del cantón, así como su proximidad con la Playa y la tranquilidad que ofrecen los alrededores del Sass.

El estudio a un grupo referencial que respondía al perfil de clientes que el Sass buscar tener, ayudó a saber las preferencias de las personas al momento de escoger un destino y un lugar para hospedarse. Así también, estas inclinaciones dieron lineamientos para poder aumentar y/o renovar los servicios para un mejorado hostel.

Una reactivación de los servicios responde a una innovación en servicios por lo que se puede aprovechar esa ventaja competitiva para reubicarnos como un producto fresco y renovado tanto en los clientes que ya conocen el hostel como en los nuevos

potenciales clientes. Todo el proyecto se enfoca en sacar un producto mejorado e incluso se podría decir que nuevo, ya que todo el concepto del hostel Sass como se lo conoce hasta ahora va a ser totalmente cambiado.

Este es un proyecto que correctamente ejecutado puede generar las ganancias que sus dueños tanto buscan.

RECOMENDACIONES

La tesinante considera que el hostel podría considerar cambiar su nombre de tal manera que sea más fácil ubicarlo en la mente del consumidor. La palabra “SASS” como tal no es muy común, lo que podría ocasionar rechazo por parte del posible cliente. La línea gráfica no se vería afectada ya que el diseño de ladrillos del Hostel sigue siendo el mismo, entonces su variación sería únicamente en el nombre.

Así también como establecer un solo color para todas sus paredes ya que los dibujos cerca de los baños o escaleras proyectan menos elegancia. Un diseño minimalista y playero puede ser justo la imagen que el establecimiento necesita proyectar para quedar finalmente encajado en la mente del consumidor.

BIBLIOGRAFÍA

Borja Monforte (2011, Junio, 6). *Nombres de hotel adecuados para search marketing*

[Lectura en línea]. Recuperado de: <http://blog.miraiespana.com/nombres-hotel-adecuados-search-marketing/>

Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía y ciencias sociales* [Libro en línea]. Recuperado de:

http://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA56&lpg=PA56&dq=metodologia+de+la+investigacion+metodo+deductivo+bernal&source=bl&ots=vTMBq3rlw5&sig=MQ4wFRtITAuAogIGRewTRsO0TV0&hl=es-419&sa=X&ei=gtjhUpfmFobKsQS1hYLQAg&ved=0CCgQ6AEwAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion%20metodo%20deductivo%20bernal&f=false

Club Ensayos (2011, Diciembre). *Método Explicativo* [Documento en línea]

Recuperado de: <http://clubensayos.com/Psicolog%C3%ADa/Metodo-Explicativo/109082.html>

Definiciónabc.com (sf). [Documento en línea] Recuperado de:

<http://es.scribd.com/doc/47595741/DEFINICION-REINGENIERIA-DE-PROCESOS>

Eduardo Arnoletto (sf) *Planteamiento participativo y de la gestión asociada* [Libro en

línea] Recuperado de:

<http://www.eumed.net/librosgratis/2009b/540/teoria%20del%20proceso%20de%20mejora%20continua%20de%20la%20calidad.htm>

Eduardo Navarro (S. f) *Reingeniería de procesos e implantación de un sistema de gestión de la calidad de acuerdo a la norma ISO 9001:2000* [Documento en Línea] Recuperado de:

<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/reingenieria.htm>

Emprendedores (S. f) *Que es el estudio de mercado* [Documento en línea] Recuperado de: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Felipe Fog (sf). [Documento en línea] Recuperado de: <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/T/TURISMO-DE-SOL-Y-PLAYA-952/>

Guillermo Cuéllar (s.f) *Caso de reingeniería de procesos* [Documento en línea]. Recuperado de: <http://fcea.unicauca.edu.co/old/reingenieria.htm>

Hedid Sung (1997). [Artículo en línea] Recuperado de: <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/T/TURISMO-DE-SOL-Y-PLAYA-952/>

Hoteles.com. (2013, Febrero 21). *Radiografía del turista del siglo XXI: ¿qué busca y cuál es la amenity que más aprecia?* [Lectura en línea]. Recuperado de:

<http://www.iprofesional.com/notas/155164-Radiografa-del-turista-del-siglo-XXI-qu-busca-y-cul-es-la-amenity-que-ms-aprecia>

Iván Thompson (2008, Enero). *Conozca cuál es la perspectiva de administración desde un punto de vista general*. [Artículo en línea] Recuperado de:
<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-administracion.html>

José Piedra (sf). [Tesis en línea]. Recuperado de:

<http://es.scribd.com/doc/47595741/DEFINICION-REINGENIERIA-DEPROCESOS>

José Maldonado (sf). *Fundamentos de calidad total*. [Documento en línea] Recuperado de: www.eumed.net/libros-gratis/2011f/1117/fundamentos_reingenieria.html

Juan López (sf). *Marketing relacional: de la satisfacción a la fidelización del cliente turístico* [Documento en línea] Recuperado de:

<http://www.eumed.net/ce/2005/jjls-mkt.htm>

La coctelera (S.f) *El enfoque cualitativo* [Blog] Recuperado de:

<http://metodologiadelainvestigacion.lacoctelera.net/post/2010/05/29/el-enfoque-cualitativo>

Marisol Benites (2012, Junio) *Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura* [Revista en línea]. Recuperado de:
<http://www.eumed.net/rev/turydes/12/mbc2.html>

Mario Ortega (2005, Noviembre) *REINGENIERÍA APLICADA A UN HOTEL DE LA CABECERA DEPARTAMENTAL DE JUTIAPA*. [Tesis en línea] Recuperado de:
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1401_IN.pdf

Ministerio de Turismo (Abril 2007) *PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO PARA EL TURISMO SOSTENIBLE DEL ECUADOR AL AÑO 2020* [Artículo en línea]
Recuperado de: <http://somosdemocracia.org/plandetur/>

Olivia Cura (2011, Enero). *Aplicación de Reingeniería de procesos administrativos SMC CORPORATION MEXICO, S.A. DE C.V.* [Tesis en línea] Recuperado de:
http://www.universidadtangamanga.edu.mx/~tequis/images/tesis_biblioteca/FEBRERO2012/010

Prefectura del Guayas (s,f) *General Villamil Playas* [Pagina web]
<http://www.guayas.gob.ec/cantones/playas>

Ries Al, Trout Jack. (1993) *Las 22 leyes inmutables del marketing. Primera edición.* [Documento en línea] Mc Graw Hill Interamericana. México D.F. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/21277682/Leyes-Del-Marketing>

Reuters (Marzo, 2012) *85% de la población mundial se comunica a través de emails y 62% por redes sociales* [Artículo en línea] Recuperado de:
<http://tecno.americaeconomia.com/noticias/85-de-la-poblacion-mundial-se-comunica-traves-de-emails-y-62-por-redes-sociales>

RIA Novosti (2011, Marzo) *El turismo instrumento potente del desarrollo de la economía de cualquier país, afirma secretario general de OMT* [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://sp.ria.ru/international/20110314/148517119.html>

Scribd.com (sf). [Documento en línea] Recuperado de:
<http://es.scribd.com/doc/18014848/Definiciones-de-Calidad>

Servatur (S.f) *CASOS DE ÉXITO: Reingeniería de Procesos y Gestión integral de la Empresa* [Página Web] Recuperado de:
http://www.redcide.es/index.php?option=com_casosexito&Itemid=9&view=casosexito&id=30

Turismo Sant Ignasi (Diciembre 2012) [Sitio web] Recuperado de:
<http://turismosantignasivibes.com/2012/12/18/5-grandes-tendencias-en-marketing-hotelero-para-2013/>

ANEXOS



Imagen 22 Lobby del segundo piso

Fuente: Autor



Imagen 23 Vista del Hostal desde el tercer piso.

Fuente: Autor



Imagen 24 Foto terraza área del Bar
Fuente: Autor



Imagen 25 Pasillo izquierdo de la terraza
Fuente: Autor



Imagen 27 Bodega de la terraza
Fuente: Autor



Imagen 28 Habitación para grupos (Hasta 8 personas cómodas)
Fuente: Autor

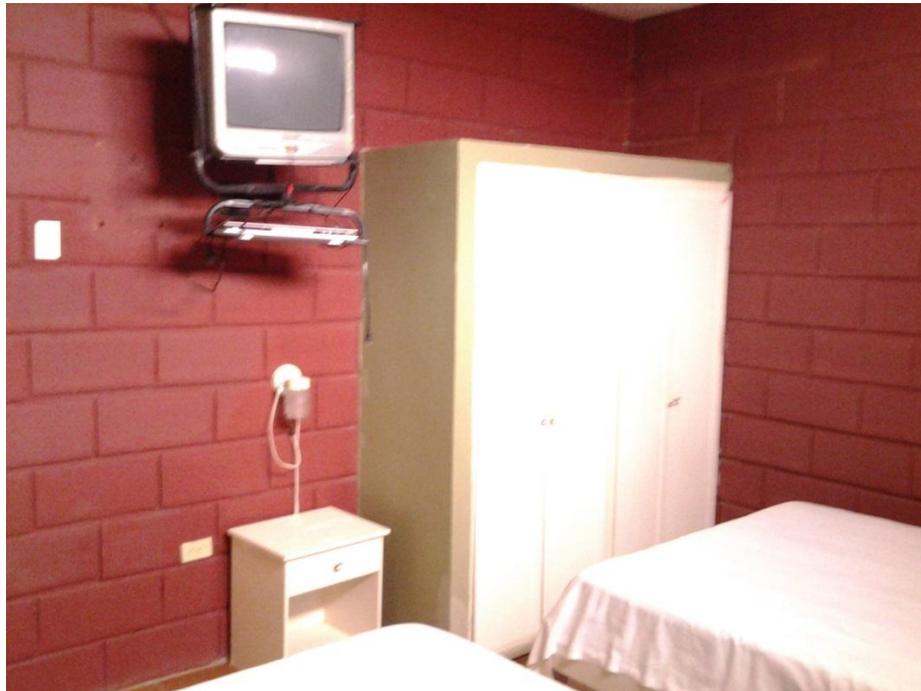


Figura 29 Muebles de la habitación
Fuente Autor



Figura 30 Muebles de la habitación
Fuente Autor



Figura 31 Muebles de la habitación
Fuente: Autor