



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA: “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS, CANTÓN ELOY ALFARO, PROVINCIA DE ESMERALDAS”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA.**

**AUTORA: GABRIELA FERNANDA MAYA VEGA**

**DIRECTOR: Ing. Carlos Merizalde.**

**Ibarra, mayo 2011**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación y desarrollo toma como base la realidad del hotel María José, ubicado en el Recinto las Peñas, Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas y viene siendo ejecutado en la modalidad investigación – acción, tiene una serie de hallazgos, datos y propuestas que están estructurados o abordados por capítulos, así:

En el primer capítulo denominado Diagnóstico Situacional se organizo la matriz FODA del hotel. Los datos se recolectan mediante la aplicación de encuestas dirigidas a turistas usuarios del hotel, Administradores de entidades similares y a la gerencia del hotel María José.

En el segundo capítulo se presentan las bases teóricas que fundamentan este trabajo; las mismas que sirven para el desarrollo de la propuesta.

En el tercer capítulo denominado Estudio de Mercado, se identifica a los competidores del hotel María José, la demanda existente, la oferta, estrategias de comunicación y los canales de distribución.

En el cuarto capítulo se presenta la propuesta. Esta viene siendo aplicada en beneficio y progreso del hotel, contiene pautas para promocionar el servicio, plan de marketing como estrategias de venta, paquetes turísticos y plan financiero.

Y por ultimo en el quinto capítulo se realiza un análisis de impactos que tendrá la aplicación de este trabajo.

## **ABSTRACT**

This research and development takes the reality of Hotel “María José”, located in the Recinto de Las Peñas, Canton Eloy Alfaro, in Esmeraldas’ Province and is being implemented in mode research – action; this research has a number of findings, data and proposals which are structured or covered by chapter, as: The first chapter was called situational analysis and it has a SWOT of the hotel. Data were collected through the use of polls to tourists that use the hotel service, managers of similar hotels located into the town and the management of Hotel “María José”. Second chapter presents the theoretical basis that underlying this work, the same as used for the development of the proposal. The third chapter called market research; are identified Hotel María José’s competitors, existing demand, supply, communication strategies and distribution channels. Fourth chapter presents the proposal. This has been implemented in benefit and progress of the hotel, contains guidelines for promoting the service, marketing plan and sales strategies, a financial plan and tourism packages. And finally in the fifth chapter it has an analysis of impacts about application of this work.

## **AUTORÍA**

Yo, Gabriela Fernanda Maya Vega, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....

Firma

Gabriela Fernanda Maya Vega

1003565817

## **INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por Gabriela Fernanda Maya Vega, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría, cuyo tema es “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS, CANTON ELOY ALFARO, PROVINCIA DE ESMERALDAS”. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y meritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de mayo del 2011.

.....

Firma

Ing. Carlos Merizalde Leiton.

1001635653

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Gabriela Fernanda Maya Vega con cédula de ciudadanía Nro 1003565817, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS, CANTON ELOY ALFARO, PROVINCIA DE ESMERALDAS", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Gabriela Fernanda Maya Vega

1003565817

Ibarra, a los 17 días del mes de mayo de 2011

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003565817		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Maya Vega Gabriela Fernanda		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Natabuela, calle Velasco Ibarra y Gómez		
<b>EMAIL:</b>	gafer_ma@yahoo.es		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2907-055	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	087981458

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS, CANTON ELOY ALFARO, PROVINCIA DE ESMERALDAS”
<b>AUTOR (ES):</b>	Gabriela Fernanda Maya Vega
<b>FECHA:</b>	17 de Mayo del 2011
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoria CPA.
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Ing. Carlos Merizalde Leiton

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Gabriela Fernanda Maya Vega, con cédula de ciudadanía Nro. 1003565817, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 17 días del mes de mayo de 2011.

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

.....

Nombre: Gabriela Maya

C.I: 1003565817

.....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo dedico a mis padres Jorge Maya y Teresa Vega, por ser los portadores de mi estudio, los mentores, quienes con su ejemplo de esfuerzo y sacrificio han sabido guiar mi camino brindándome la oportunidad de crecer como personas y poder desarrollarme profesionalmente.

De igual manera quiero dedicar este trabajo a mi esposo Andrés y a mi hijo Ariel quienes son mi razón de vivir y las fuerzas de seguir triunfando, con su amor y cariño me demuestran que siempre me apoyan y me han dado las fuerzas para culminar el presente trabajo.

Por último quiero dedicarles a mis suegros Esther Cazar y José Guerrero porque para mí son como mis padres, me han brindado la mano y cuando más les necesite estuvieron conmigo

**Gaby**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco en primera instancia a Dios por darme la oportunidad de ser cada día mejor, por darme la capacidad de aprender y ser la guía de mi vida.

Un profundo agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte y a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, en especial a los profesores de Contabilidad Superior y Auditoría quienes con sus conocimientos me han dado la oportunidad de superarme como persona y académicamente.

En especial hago un extensivo agradecimiento al Ing. Carlos Merizalde en calidad de docente ya que con sus conocimientos y experiencia ha sido una guía para el desarrollo del presente trabajo de grado.

A la vez quiero hacer llegar mi más profundo agradecimiento a los propietarios del Hotel María José, quienes con su apoyo, confianza y facilidad en proporcionarme la información hicieron que culminara con éxito el trabajo de investigación.

**Gaby**

## ÍNDICE

Carátula .....	I
Resumen ejecutivo .....	II
Abstrac .....	III
Autoría .....	IV
Informe del Director .....	V
Cesión de derechos de autor del trabajo de grado.....	VI
Autorización de uso y publicación.....	VII
Dedicatoria .....	X
Agradecimientos .....	XI
Índice .....	VI

### CAPITULO I.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Objetivos .....	3
Variables diagnósticas e indicadores .....	3
Matriz de Relación .....	5
Identificación de la población .....	9
Diseño de instrumentos de investigación .....	11
Evaluación de la información .....	13
Resultados de la entrevista .....	22
Resultados de la observación .....	37
Construcción de la matriz FODA .....	41

Cruces estratégicos .....	44
Problema diagnóstico.....	48

## **CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO**

Definición de plan de negocios .....	49
Definición de Hotel .....	51
Definición de Servicios .....	52
Clasificación de Hoteles .....	53
Características de empresas turísticas.....	55
Tipos de hoteles .....	57
El Turismo.....	59
Definición de Turista.....	60
Tipos de Turismo .....	63
Control interno .....	64
Gestión administrativa .....	65
Gestión financiera .....	66

## **CAPITULO III.- ESTUDIO DE MERCADO**

Introducción .....	68
Mercado Meta .....	69
Identificación de la demanda .....	71
Proyección de la demanda .....	72
Oferta .....	74

Proyección de la oferta .....	76
Análisis de la competencia .....	77
Precios .....	79
Comercialización .....	81
Conclusión del estudio .....	83

#### **CAPITULO IV.- PLAN DE NEGOCIOS**

Introducción .....	85
Macrolocalización.....	86
Equipo gerencial .....	89
Ámbito de actividades .....	90
Personal Administrativo clave y sus responsabilidades.....	91
Objetivos del plan de marketing .....	102
Estrategia básica .....	109
Propuesta del plan de negocios .....	111
Opciones de paquetes turísticos.....	111
Plan financiero .....	119
Presupuesto de costos .....	122
Presupuesto de ventas .....	126
Estado de pérdidas y ganancias .....	127
Flujo de efectivo .....	128
VAN proyectado .....	128
TIR .....	129
Punto de equilibrio .....	130

Costo beneficio .....	131
Rentabilidad de la inversión .....	132

## **CAPITULO V.- IMPACTOS**

Impacto socio – económico .....	134
Impacto empresarial .....	135
Impacto comercial .....	136
Impacto ético .....	137
Impacto ambiental .....	138

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

ANEXOS

# CAPITULO I

## 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

En el desarrollo de este capítulo se analizan los siguientes aspectos:

### 1.1. ANTECEDENTES



Hotel María José se encuentra ubicado en el recinto las Peñas, nace de un sueño empresarial familiar en mayo del 2005, con tesón y filosofía emprendedora, dando a conocer al turista nacional e internacional su servicio, en el noroeste del Ecuador en la provincia de Esmeraldas cantón Eloy Alfaro recinto Las Peñas, cuenta con una infraestructura moderna con capacidad para 300 personas; habitaciones confortables, restaurante, piscina con tobogán, bar, garaje y servicio de guardianía las 24 horas del día.

Cuenta con personal optimo y adecuado para la realización del trabajo como es la limpieza de las habitaciones, servicio de alimentos en el restaurant, atención al cliente llegando al cumpliendo de la satisfacción del turista.

El Turismo en el recinto las Peñas crece cada año un 30% anual (información obtenida del departamento de turismo de Esmeraldas), es una oportunidad para el progreso y mejora de calidad de vida de la población

### **INCREMENTO TURISTICO DEL RECINTO LAS PEÑAS**

**Cuadro # 1**

<b>AÑOS</b>	<b>NUMERO DE TURISTAS (ESTIMADO)</b>	<b>INCREMENTO PORCENTUAL</b>
<b>2010</b>	15000	30%
<b>2009</b>	11000	31%
<b>2008</b>	8400	20%
<b>2007</b>	7000	40%
<b>2006</b>	5000	

**FUENTE:** Departamento de turismo de Esmeraldas

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

El Hotel María José, no cuenta con un plan de negocios que permita fortalecer la Gestión Administrativa y Financiera de manera concreta, que permita vender los servicios, que ayude a controlar los costos, para

atenuar y optimizar la calidad, que contribuyan a una mejor gestión del presupuesto; en resumen que mejore la productividad.

## **1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

### **1.2.1. GENERAL**

Realizar un diagnóstico situacional del Hotel María José en el recinto las Peñas para identificar la situación actual, a través de la determinación de fortalezas y debilidades.

### **1.2.2. ESPECÍFICOS**

- Determinar la afluencia turística existente en el Hotel María José.
- Identificar los mecanismos implementados para la comercialización del servicio.
- Caracterizar el Talento humano que labora en el Hotel María José
- Analizar los sistemas de control contable financiero de los manejos internos y establecer las restricciones que existen en el manejo del financiamiento.

## **1.3. VARIABLE DIAGNÓSTICA E INDICADORES**

### **1.3.1. Afluencia Turística**

- Gustos y preferencias
- Comodidad
- Información promocional
- Atención al cliente

- Descripción física
- Frecuencia de visita

#### 1.3.2 Comercialización

- Servicio
- Precio
- Estrategias de comunicación
- Servicio al cliente
- Estrategia de promoción

#### 1.3.3 Características del Talento Humano

- Fichas del personal
- Capacitación
- Jornada Laboral
- Incentivos
- Experiencias en el Trabajo
- Nivel Educativo

#### 1.3.4 Control Contable Financiero

- Registros básicos
- Normas de control interno
- Información Contable básica
- Costos
- Precios
- Capital de trabajo

## 1.4. MATRIZ DE RELACIÓN

**Cuadro # 2**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TECNICAS	PUBLICO META
Determinar la afluencia turística existente en el Hotel María José.	Afluencia Turística	- Gustos y preferencias	- Primaria	- Encuesta	Turistas locales, nacionales y extranjeros
		-Comodidad	- Primaria	- Encuesta	Turistas locales, nacionales y extranjeros
		- Información Promocional	- Primaria	- Encuesta	Turistas locales, nacionales y extranjeros
		- Atención al cliente	- Primaria	- Encuesta - Observación	Turistas locales, nacionales y extranjeros del hotel María José en el Recinto las Peñas.
		- Descripción física	- Primaria	- Observación	Turistas locales, nacionales y extranjeros
		- Frecuencia de visita	- Primaria	- Encuesta	Turistas locales, nacionales y extranjeros

**Cuadro # 3**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTES</b>	<b>TECNICAS</b>	<b>PUBLICO META</b>
Identificar los mecanismos implementados para la comercialización del servicio.	Comercialización	- Variedad de servicios	- Primaria	- Encuesta - Observación	Turistas locales, nacionales y extranjeros
		- Precio	- Primaria	- Encuesta	Turistas locales, nacionales y extranjeros del hotel María José en el Recinto las Peñas.
		- Estrategias de comunicación	- Primaria	- Encuesta	Turistas locales, nacionales y extranjeros
		- Servicio al cliente	- Primaria	- Encuesta	Turistas locales, nacionales y extranjeros
		- Estrategias de promoción	- Primaria	- Encuesta - Observación	Turistas locales, nacionales y extranjeros del Hotel María José en el Recinto las Peñas.

**Cuadro # 4**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TECNICAS	PUBLICO META
<p>Caracterizar el Talento Humano que labora en el Hotel María José.</p>	<p>Características del Talento Humano</p>	<p>- Fichas del personal</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Capacitación</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Jornada laboral</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Incentivos</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Experiencias en el Trabajo</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Nivel educativo</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>

**Cuadro # 5**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TECNICAS	PUBLICO META
<p>Analizar los sistemas de control contable financiero de los manejos internos y establecer las restricciones que existen en el manejo del financiamiento.</p>	<p>Control Contable Financiero</p>	<p>- Registros básicos</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Normas de control interno</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Información Contable básica</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>-Costos</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Precios</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>
		<p>- Capital de trabajo</p>	<p>- Primaria</p>	<p>- Entrevista</p>	<p>Propietarios del hotel María José en el Recinto las Peñas</p>

## **1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

Para una adecuada aplicación de los instrumentos de investigación, a los turistas se sigue los siguientes pasos:

- Identificación de la población
- Cálculo de la muestra
- Diseño de instrumentos de Investigación
- Evaluación de la información
- Resultados de la entrevista
- Resultados de la observación

### **1.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.**

Según los registros del Hotel María José, la población identificada en el Recinto la Peñas son los turistas que mayormente acuden al Hotel brindando los servicios de hospedaje y restaurant para todas las edades, generalmente asisten con las familias y amigos. En su minoría son turistas extranjeros que se encuentran de paso, haciendo turismo y buscando un sitio atractivo para su comodidad y entretenimiento. Siendo esta la población estimada de 300 turistas que concurren en temporada de diciembre, febrero y agosto. Por lo que es considerada como población finita, se utilizará un error del 3%, con un nivel de confianza del 97%, empleando una desviación de la población al cuadrado o varianza de 0.25 y un valor tipificado ( $z$ ) que corresponde a 2.17 doble cola

## Demanda turística histórica del Hotel María José en el 2010

**Cuadro # 6**

<b>MESES</b>	<b>TEMPORADA</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Enero</b>	Media	300	8,3%
<b>Febrero</b>	Alta	400	11,1%
<b>Marzo</b>	Baja	150	4,2%
<b>Abril</b>	Media	300	8,3%
<b>Mayo</b>	Baja	170	4,7%
<b>Junio</b>	Baja	120	3,3%
<b>Julio</b>	Media	250	6,9%
<b>Agosto</b>	Alta	450	12,5%
<b>Septiembre</b>	Alta	400	11,2%
<b>Octubre</b>	Alta	350	9,7%
<b>Noviembre</b>	Media	310	8,6%
<b>Diciembre</b>	Alta	400	11,2%
<b>TOTAL</b>		3600	100%

**FUENTE:** Hotel María José

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Promedio=** 300 personas

### 1.5.2. CÁLCULO DE LA MUESTRA

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

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población

$\delta$ = Varianza

t= Nivel de confianza

E= Nivel de error

### FÓRMULA

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

$$n = \frac{300 (2.17)^2 0.25}{(0.03)^2(300-1) + (2.17)^2 0.25}$$

$$n = 353.1675 / 0.2691 + 1.177225$$

$$n = 244$$

### 1.5.3. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la recolección de datos referentes al flujo turístico se realizan los siguientes instrumentos:

- **ENCUESTA**

Este instrumento esta destinada a obtener datos gracias a la ayuda de varias personas a las cuales se les elaboro una encuesta, la misma que fue aplicada a los turistas que visitan el hotel María José, la cual sirvió para conocer lo que piensan con respecto a Gustos y preferencias, la Comodidad, Información promocional, Atención al cliente, precios y así poder obtener datos que me sirva de ayuda para el objeto de investigación.

- **ENTREVISTA**

La entrevista es un dialogo entre dos personas acerca de un fenómeno u objeto de estudio la misma que se la realizo a la propietaria del Hotel María José la Sra. Esther Cazar, a través de un cuestionario, la cual ayudo de mucho para conocer las falencias y fortalezas que existe en el hotel, la cual dio pautas a cerca de: estrategia de promoción, capacitación, jornada laboral, incentivos, experiencias en el trabajo, nivel educativo, si cuenta con control interno, costos, precios, los mismos que ayudaran al investigador en el momento del desarrollo del plan de negocios.

- **OBSERVACIÓN**

En el tiempo que llevó la investigación se puso especial atención a los flujos turísticos, según sus gustos, demandas, a sus comportamientos para ser considerados e incluidos en la propuesta de los servicios del Hotel María José.

Así mismo se observaron las condiciones de la infraestructura, instalaciones, vías de acceso, atención a clientes, organización etc, para tomarlas en cuenta en el informe final.

#### 1.5.4. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

**Pregunta 1: ¿Por qué motivo usted visita el Hotel María José?**

##### MOTIVO DE VISITA

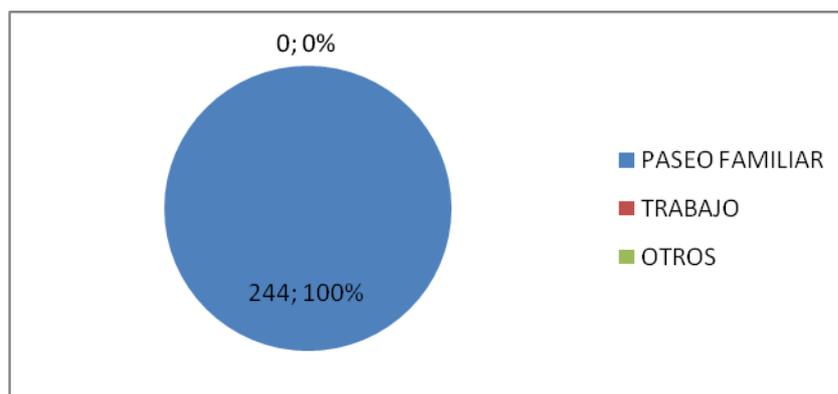
Resumen de datos

Cuadro # 7

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
Paseo familiar	244	100%
Trabajo	0	0%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Gabriela Maya

Gráfico # 1



FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Gabriela Maya

**Análisis:** Los turistas encuestados que acuden al Hotel van de paseo familiar, a pasar en sana diversión y dejar las preocupaciones que ocurren durante las labores diarias que realizan, a la vez acuden debida

la variedad de sabores en los platos costeros que se pueden degustar de los alimentos de primera calidad; a la vez el centro de atención es la playa ya que la misma es un atractivo para el turista local, nacional y extranjero.

**Pregunta 2: La información que le proporciona el Hotel María José acerca de los servicios que ofrece es:**

### INFORMACIÓN

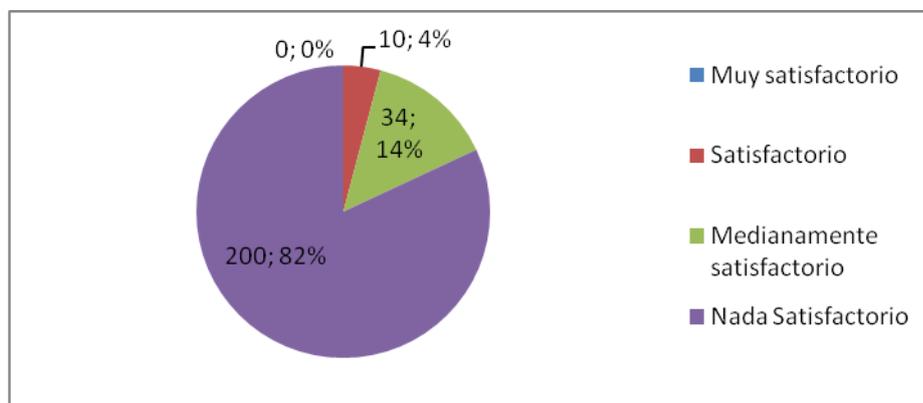
#### Resumen de datos

Cuadro # 8

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
Muy satisfactoria	0	0%
Satisfactoria	10	4%
Medianamente satisfactoria	34	14%
Nada satisfactoria	200	82%
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Gabriela Maya

Gráfico # 2



FUENTE: Trabajo de campo

ELABORADO POR: Gabriela Maya

**Análisis:** Con respecto a la información de los servicios se pudo determinar que la mayoría de la población encuestada no se encuentra satisfecho ya que no se les ha proporcionado la información de los servicios que ofrece el Hotel, por lo tanto eso en una desventaja lo cual los propietarios deberían realiza estrategias para dar a conocer los servicios que ofrece el hotel. A la minoría se les ha informado a través informantes allegados a los turistas, esto es muy preocupante para los propietarios ya que la meta es llegar a cumplir la visión de la institución hotelera.

**Pregunta 3: Califique la calidad de servicio**

**HOSPEDAJE**

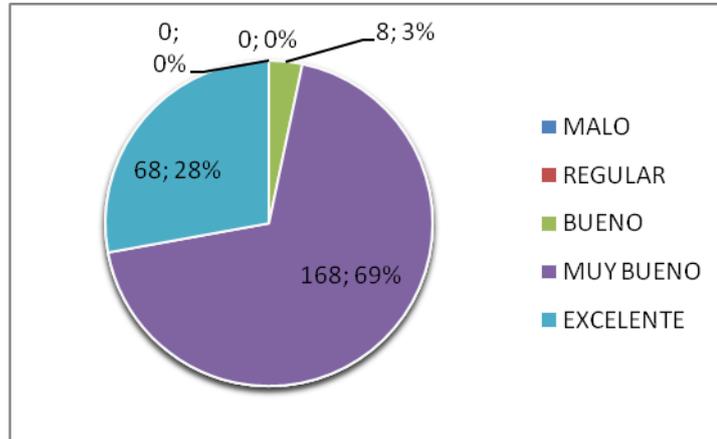
**Resumen de datos**

**Cuadro # 9**

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Malo</b>	0	0%
<b>Regular</b>	0	0%
<b>Bueno</b>	8	3%
<b>Muy bueno</b>	168	69%
<b>Excelente</b>	68	28%
<b>TOTAL</b>	244	100%

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Gráfico # 3**



**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Análisis:** La mayoría de los encuestados muestran que el hospedaje es muy bueno, en segunda instancia exponen que la calidad de servicio es excelente ya que les da comodidad y tranquilidad, y en tercera instancia en menor proporción manifiestan que es bueno, por lo tanto se debería buscar estrategias, para innovar diariamente y hacer que el cliente se sienta conforme y se sienta como en su casa.

## RESTAURANT

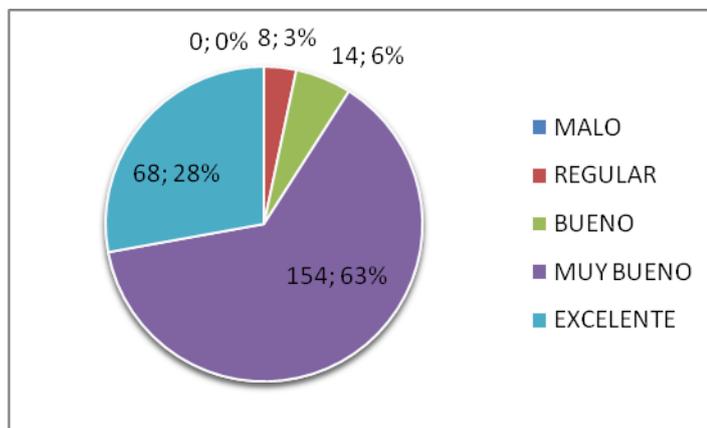
### Resumen de datos

**Cuadro # 10**

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
Malo	0	0%
Regular	8	3%
Bueno	14	6%
Muy bueno	154	63%
Excelente	68	28%
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>	<b>100%</b>

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Gráfico # 4**



**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Análisis:** En un nivel alto de la población encuestada califican al restaurant que es muy bueno, consiguiendo llamar la atención del turista por la calidad de productos; en nivel medio califica que es excelente por lo cual llena las expectativas de los turistas, degustando los diferentes sabores, en un nivel bajo califican de bueno y regular el cual representa un porcentaje menor en cambio para los propietarios del hotel es muy significativo.

## **PISCINA**

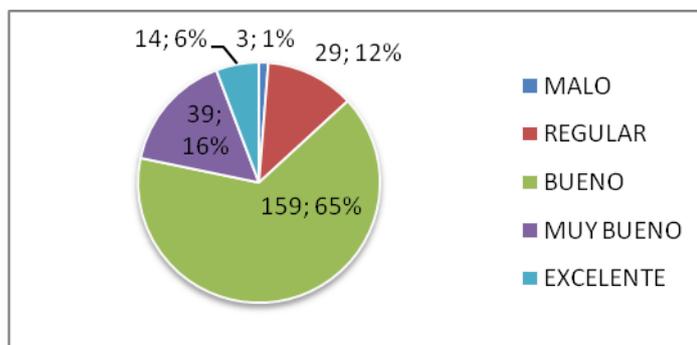
### **Resumen de datos**

**Cuadro # 11**

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Malo</b>	3	1%
<b>Regular</b>	29	12%
<b>Bueno</b>	159	65%
<b>Muy bueno</b>	39	16%
<b>Excelente</b>	14	6%
<b>TOTAL</b>	242	100%

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Gráfico # 5**



**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Análisis:** En la encuesta realizada a los turistas califican al bar en un nivel alto es bueno, en nivel menor califican muy bueno, regular y en nivel bajo califican que es excelente y es malo por lo cual es preocupante para los propietarios ya que se debería tomar en cuenta para tratar de mejorar las falencias existentes en el servicio de piscina para que los turistas se sienta satisfechos.

**Pregunta 4:** ¿Cómo considera los precios que tiene Hotel María José?

### PRECIOS

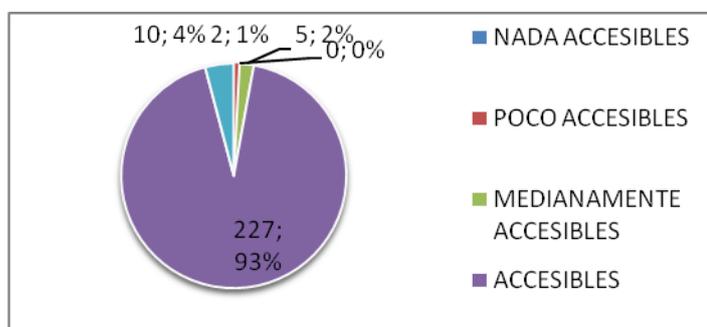
#### RESUMEN DE DATOS

**Cuadro # 12**

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
Nada accesible	0	0%
Poco accesible	2	1%
Medianamente accesible	5	2%
Accesible	227	93%
Muy accesible	10	4%
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>	<b>100%</b>

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Gráfico # 6**



**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Análisis:** En cuanto a los precios que dispone el hotel María José los turistas en su mayoría manifestaron que son accesibles, en menor proporción comentan que son muy accesibles y es medianamente accesibles y en menor proporción dicen que son poco accesibles, por lo tanto los propietarios han buscado estrategias en sus precios para atraer a los turistas y poder así tener la satisfacción de que están brindando un buen servicio y poder así aumentar los ingresos.

**Pregunta 5:** *¿En su opinión, el Hotel debería realizar mas promociones, publicidad para darse a conocer?*

## PROMOCIONES

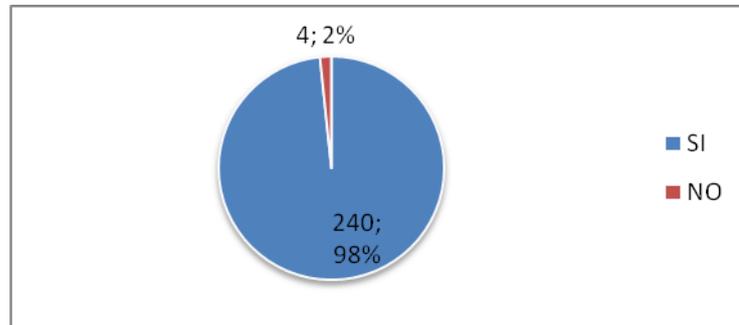
Resumen de datos

**Cuadro # 13**

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
<b>Si</b>	240	98%
<b>No</b>	4	2%
<b>TOTAL</b>	244	100%

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Gráfico # 7**



**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Análisis:** A través de la encuesta realizada a los turistas la mayoría manifiesta que se debería realizar mas promociones y a la vez publicidad para que el Hotel María José se de a conocer, en la minoría comenta que no debería hacer ya que es el primer hotel que se encuentra en la calle principal que está a la vista de todos y por ser el más grande.

**Pregunta 6:** *¿A través de qué medios publicitarios conoció al Hotel María José?*

### MEDIOS PUBLICITARIOS

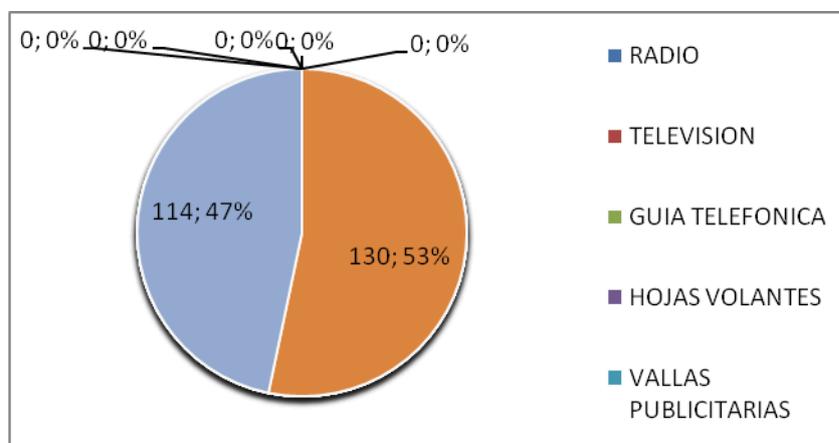
Resumen de datos

**Cuadro # 14**

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Guía telefónica	0	0%
Hojas volantes	0	0%
Vallas publicitarias	0	0%
Amigos	130	53%
Ninguna	114	47%
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>	<b>100%</b>

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Gráfico # 8**



**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Análisis:** De acuerdo a los resultados los medios de publicidad la mayoría de los turistas exponen que a través de las referencias de los amigos pudieron conocer el Hotel María José, y en su minoría comentan que ninguna ya que decidieron conocer el Recinto las Peñas y por ser el primer hotel decidieron ingresar y conocerlo, lo cual los propietarios sienten la necesidad de realizar más publicidad para que el Hotel se de a conocer.

**Pregunta 7:** *¿Le gustaría recibir información promocional de los servicios del Hotel María José?*

### INFORMACIÓN PROMOCIONAL

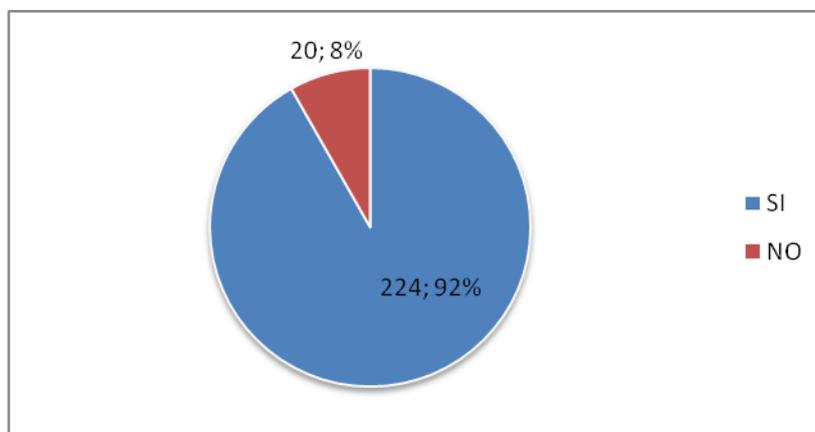
Resumen de datos

Cuadro # 15

DETALLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	224	92%
No	20	8%
<b>TOTAL</b>	<b>244</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Gabriela Maya

Gráfico # 9



**FUENTE:** Trabajo de campo

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

**Análisis:** Los clientes que han sido encuestados en un nivel alto consideran que les gustaría recibir información promocional de los servicios que ofrece el Hotel María José debido a que esto permite que se brinde un mejor servicio. Mientras que en un menor nivel piensan no desearían recibir ya que saben al momento de visitar el Recinto las Peñas y saben con exactitud a que Hotel ir.

### **1.5.5 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS**

- **Servicios que ofrece el Hotel María José**

## Hospedaje:



Hotel María José a más de brindar el servicio principal que es hospedaje a los turistas locales, nacionales e internacionales el hotel tiene un propósito el de atraer más clientela brindándoles opciones de entretenimiento, confort, promocionando a los turistas las instalaciones de primera, dándoles a conocer la riqueza y diversidad con la que cuenta el Ecuador.

El hotel María José cuenta con 72 habitaciones en cada habitación cuenta con baño privado televisión ventilador una cama matrimonial y una litera, una piscina, el restaurant, el parqueadero privado estos son los servicios que presta el hotel

### **Restaurant:**



El servicio de restaurant en el Hotel María José, el cual tiene capacidad para 360 personas, a la vez brinda a sus visitantes platos típicos de la costa como: arroz con camarón, sapa marinera, ceviches, cazuela de mariscos, bandeja de mariscos, langosta etc.

### **Garaje**



El servicio de garaje el cual tiene capacidad para 52 carros, tiene una dimensión de 900 metros cuadrados 20 metros de ancho x 45 metros de largo.

### **Piscina**



Servicio de piscina es una atracción para el turista ya que cuenta con tobogán y está disponible para uso del huésped, también para los turistas que están de paso

- **Tiempo de funcionamiento tiene el Hotel María José**

El tiempo que funciona el Hotel María José es de seis años, comenzando desde mayo del 2005, nace de un sueño empresarial familiar y de llegar a cumplir la visión que tiene la institución hotelera que es: en diciembre del 2014, el hotel María José estará posicionado a nivel nacional e internacional y será reconocido por su calidad de servicio.

- **Personas que laboran en el Hotel María José**

El personal que cuenta el Hotel María José es de diez personas fijas, los cuales van a continuación:

**Propietaria**  
**Cuadro # 16**

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Sra. Esther Cazar            Edad: 49 años            Nacionalidad: Ecuatoriana            Experiencia: 6 años en el negocio hotelero</p>

**Gerente**  
**Cuadro # 17**

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Alex Guerrero            Edad: 25 años            Nacionalidad: Ecuatoriana            Experiencia:            Hotel María José</p>

**Administradora**  
**Cuadro # 18**

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Mónica Carlosama            Edad: 28 años            Nacionalidad: Ecuatoriana            Experiencia laboral: 5 años en el            Hotel María José como            administradora</p>

### Recepcionista

#### Cuadro # 19

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Gloria Edad: 18 años Nacionalidad: Colombiana Experiencia: Ninguna</p>

### Cocinera

#### Cuadro # 20

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Edith Vivanco Edad: 50 años Nacionalidad: Ecuatoriana Experiencia: 3 años en el Hotel María José</p>

### Ayudante de cocina

#### Cuadro # 21

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Juliana Bonne Edad: 33 años Nacionalidad: Ecuatoriana Experiencia: Ninguna</p>

### Mesero

#### Cuadro # 22

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Bayron Benavides Edad: 24 años Nacionalidad: Colombiano Experiencia: Ninguna</p>

**Camarera**  
**Cuadro # 23**

<b>FOTO</b>	<b>DATOS</b>
	<p>Nombre: Gabriela Pinillo Edad: 18 años Nacionalidad: Ecuatoriana Experiencia: 2 años en el Hotel María José.</p>

**Camarera**  
**Cuadro # 24**

<b>FOTO</b>	<b>DATOS</b>
	<p>Nombre: Ana Edad: 18 años Nacionalidad: Ecuatoriana Experiencia: Ninguna</p>

**Camarera**  
**Cuadro # 25**

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Norma Guandinango Edad: 22 años Nacionalidad: Ecuatoriana Experiencia: 2 años en el Hotel María José</p>

**Guardia**  
**Cuadro # 26**

FOTO	DATOS
	<p>Nombre: Kin Hurtado Edad: 45 años Nacionalidad: Ecuatoriana Experiencia: 3 años en el Hotel María José</p>

- **Para la selección del personal de trabajo se toma en cuenta la experiencia laboral, nivel educativo**

En el Hotel María José no toman en cuenta la experiencia laboral ni el nivel educativo, solo realizan una prueba de una semana, si el personal logra aprender del funcionamiento interno, se realiza un contrato de trabajo.

- **Dispone y ejecuta de un plan de capacitación a sus trabajadores de: como debe atender a los clientes, la manera de realizar las cosas en el Hotel**

En Hotel María José no se capacita a los trabajadores, el Ministerio de turismo realiza campañas de capacitaciones, en los tres años anteriores no ha distribuido información acerca de las capacitaciones, sino últimamente ha empezado a difundir información de todas las capacitaciones que se debe realizar a los trabajadores en el Recinto las Peñas sobre la atención al cliente, método de manejo de los alimentos.

- **De qué forma incentiva a los trabajadores para que proporcionen un trabajo eficiente**

Los propietarios del Hotel María José no han incentivado a los trabajadores lo cual sería una desventaja para el progreso del hotel, ya que sin incentivos el rendimiento del personal bajaría y no realizarían las cosas bien, esto causaría efecto en la satisfacción del cliente.

- **Promedio de clientes que visitan mensualmente**

El Hotel María José tiene un promedio de 300 personas al mes en temporada, lo cual es una gran oportunidad tanto para los propietarios

como para el personal, es decir los ingresos aumentarían, a la vez los trabajadores incrementarían la experiencia en la atención al cliente logrando la satisfacción del turista.

- **Procedencia turística**

Los turistas que visitan constantemente el Hotel María José por ende el Recinto las Peñas en busca de distracción, tranquilidad, diversión son de: Quito, Ibarra, Otavalo, Atuntaqui, Tulcán y de Colombia

**PROCEDENCIA TURISTICA 2010**

**Cuadro # 27**

<b>PROCEDENCIA</b>	<b>NUMERO DE TURISTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Quito</b>	670	19%
<b>Tulcán</b>	600	17%
<b>Ibarra</b>	700	19%
<b>Atuntaqui</b>	250	7%
<b>Otavalo</b>	400	11%
<b>Colombia</b>	980	27%
<b>TOTAL</b>	<b>3600</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Hotel María José

ELABORADO POR: Gabriela Maya

- **Costo del hospedaje y alimentación**

El costo del hospedaje en el Hotel María José es de \$11,20 dólares incluido impuesto, en cuanto a la comida en desayunos, almuerzos, meriendas tiene un costo de \$2,50 dólares cada comida, a la vez existen platos a la carta que el costo varía de acuerdo al plato desde \$4 dólares hasta \$20 dólares.

<b>SERVICIO DE HOSPEDAJE</b>	
<b>Cuadro # 28</b>	
<b>CATEGORIA</b>	<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (USD)</b>
<b>Adultos</b>	11,2
<b>Niños</b>	5,6

<b>SERVICIO DE PISCINA</b>	
<b>Cuadro # 29</b>	
<b>CATEGORIA</b>	<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (USD)</b>
<b>Adultos</b>	3,0
<b>Niños</b>	2,0

### **SERVICIO DE RESTAURANT**

**Cuadro # 30**

<b>PLATO</b>	<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (USD)</b>
Desayunos	2,50
Almuerzos	2,50
Meriendas	2,50
Ceviche de Camarón 	4,00
Arroz marineró 	15,00

PLATO	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (USD)
<p data-bbox="300 495 517 528">Sopa marinera</p> 	<p data-bbox="1086 658 1171 692">12,00</p>
<p data-bbox="300 994 644 1028">Langostino a la plancha</p> 	<p data-bbox="1086 1162 1161 1196">8,00</p>
<p data-bbox="300 1413 491 1447">Pescado frito</p> 	<p data-bbox="1086 1630 1161 1664">4,00</p>

- **Convenios con agencias de viaje para promocionar el establecimiento**

El Hotel María José no ha realizado convenios con agencias de viajes, por lo tanto es una desventaja ya que a través de las agencias se podría dar a conocer el servicio que se brinda, a la vez el hotel se daría a conocer mediante la publicidad de las rutas de viajes que brindan a sus cliente.

- **Estrategias para dar a conocer a los turistas el servicio que cuenta el Hotel María José**

El Hotel María José no cuenta con estrategias de publicidad para darse a conocer, simplemente lo hacen a través de tarjetas de presentación y una página web que indica la ubicación del hotel, los servicios que cuenta, lo cual sería una desventaja para el progreso del hotel.

- **Aplica sistema de control interno en el Hotel María José**

El hotel María José no cuenta con un control interno adecuado, ya que tienen poca experiencia en el campo empresarial hotelero, esto es una desventaja lo cual provocaría pérdidas de activos, a la vez no sabrían las utilidades que tiene el negocio.

- **Cuenta con una adecuada distribución de funciones**

Esta institución hotelera no cuenta con una buena distribución de funciones lo cual es una gran desventaja, ya que los trabajadores no tienen una actividad específica por hacer, lo cual es un desperdicio de tiempo es decir a través de esto provoca tiempo ocioso.

- **Es una amenaza la competencia que existe en el recinto las peñas**

Para los propietarios del hotel María José no son una amenaza la competencia que existe en el Recinto las Peñas, sino lo contrario es una oportunidad, ya que a través de esta competencia se puede mejorar el servicio al cliente.

#### **1.5.6 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN APLICADA EN EL HOTEL MARIA JOSE EN EL RECINTO LAS PEÑAS, CANTON ELOY ALFARO, PROVINCIA DE ESMERALDAS.**

- **Descripción física**



El Hotel María José se caracteriza por estar en el malecón del Recinto las Peñas a la vez cuenta con instalaciones cómodas y confortables, ofrecer una gran variedad de servicios, mismos que atraen al turismo local, nacional e internacional; el cual consiste en brindar a los turistas alimentos de primera clase, hospedaje y garaje buscando siempre la satisfacción total del cliente

- **Ubicación**

El Hotel María José se encuentra ubicado en el Malecón, calle principal constituyéndose ésta en una ubicación estratégica ya que se encuentra a una cuadra de la playa, esto hace que los turistas puedan visitar el hotel, a la vez puedan llegar más rápido a la playa por la cercanía y disfrutar con tranquilidad con la familia y amigos

- **Área**

En cuanto al área que poseen el Hotel María José, se observó que cuentan con un gran espacio físico adecuado para la distribución de sus instalaciones, lo cual permite brindar seguridad y comodidad al cliente

- **Variedad de servicios**

Los servicios que ha observado en el Hotel Mari José son: servicios de alojamiento el cual cuenta con baño independiente, ventilador, televisor, una cama matrimonial y una litera, servicio de restaurant el cual cuenta con diversidad de productos marinos de primera clase, a demás cuenta con piscina y parqueadero las 24 horas.

- **Atención al cliente**



En cuanto a la atención del cliente es personalizada, debido a que cuentan con personal que se dedica a atender de la mejor manera al cliente aunque exista fallas, por la falta de capacitaciones en el trato a los turistas y en las distintas áreas y servicios que ofrece en hotel; a pesar de estas falencias que existe los turistas se han sentido a gusto con el servicio recibido.

- **Publicidad**

Luego de haber realizado la observación en el hotel María José, se pudo observar que no cuenta con publicidad como: valla publicitaria, publicidad en los periódicos, trípticos para darse a conocer por los turistas, cuentan con tarjetas de presentación, pagina web que indica todos los servicios que cuenta el hotel y por la ubicación estratégica que esta a la vista del turista

- **Vías de acceso**



Las vías de acceso para llegar al hotel María José se encuentran en condiciones óptimas para el libre tránsito del turista local, nacional y extranjero, la carretera en invierno se daña y provoca que las vías de acceso sean muy difíciles de transitar, por lo que los de pana vial se encuentran trabajando diariamente para que las carreteras estén en buen estado y no sean un impedimento para que el turista pueda visitar el Recinto las Peñas.

- **Control interno**

En el hotel María José se pudo observar que no existe control interno, ya que no cuentan con sistemas contables lo cual dificulta que se pueda determinar su se esta ganando o se esta invirtiendo en gran cantidad, a la ves dificulta el ingreso de datos de los clientes ya que utilizan el sistema Excel el cual no es un sistema contable que se podría saber con certeza lo que el cliente debe o a que hora ingreso.

De igual manera no cuenta con inventarios físicos de alimentos peresibles y no peresibles, de todas las cosas que posee el hotel, la cual hace que

exista perdidas de las cosas y alimentos sin que se den cuenta con exactitud lo que se perdió los propietarios o administradores.

## **1.6. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ FODA**

Para la matriz FODA se toma en cuenta los siguientes procedimientos:

### **1.6.1. Fortalezas**

- Oferta de menús con alimentos frescos y de calidad
- Ubicación geográfica adecuada
- Precios cómodos
- Infraestructura propia
- Disponibilidad de fuentes de agua propio (Pozos)
- Capital propio
- Varios servicios para los turistas
- Habitaciones cómodas

### **1.6.2. Oportunidades**

- Apoyo del Ministerio de Turismo que ayuda a los hoteles del recito las Peñas a capacitar a los trabajadores
- Convenio con la policía para que ocupen una habitación, resguarden el recito y el hotel
- Flujo de turistas de varios lugares

- Vías de acceso en buen estado

### **1.6.3. Debilidades**

- El control de inventarios no se lo realiza de manera continua
- No existe una adecuada división de funciones dentro del hotel
- Perdida de los suministros de cocina
- No existe un control interno
- No existe capacitación del personal
- No cuentan con planta eléctrica de emergencia
- No existe publicidad para darse a conocer
- No cuenta con promociones

### **1.6.4. Amenazas**

- Inestabilidad política económica del país.
- Suspensión del fluido eléctrico en forma continua
- La delincuencia
- Derrumbes en vías de acceso
- Aguajes
- No existe agua potable

## 1.6.5. MATRIZ FODA

**Cuadro # 31**

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta de menús con alimentos frescos y de calidad</li> <li>• Ubicación geográfica adecuada</li> <li>• Precios cómodos</li> <li>• Infraestructura propia</li> <li>• Disponibilidad de fuentes de agua propio (Pozos)</li> <li>• Capital propio</li> <li>• Varios servicios para los turistas</li> <li>• Habitaciones cómodas</li> <li>• Ubicación céntrica</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo del Ministerio de Turismo que ayuda a los hoteles del recito las Peñas a capacitar a los trabajadores</li> <li>• Convenio con la policía para que ocupen una habitación, resguarden el recito y el hotel</li> <li>• Flujo de los turistas de varios lugares</li> <li>• Vías de acceso en buen estado</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El control de inventarios no se lo realiza de manera continua</li> <li>• No existe una adecuada división de funciones dentro del hotel</li> <li>• Perdida de los suministros de cocina</li> <li>• No existe un control interno</li> <li>• No existe capacitación del personal</li> <li>• No cuentan con planta eléctrica de emergencia</li> <li>• No existe publicidad para darse a conocer</li> <li>• No cuenta con promociones</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad política económica del país.</li> <li>• Suspensión de fluido eléctrico en forma continua</li> <li>• La delincuencia</li> <li>• Derrumbes en vías de acceso</li> <li>• Aguajes</li> <li>• No existe agua potable</li> </ul>

## **1.7 CRUCES ESTRATÉGICOS**

### **1.7.1 FO (fortalezas y oportunidades)**

- La ubicación geográfica adecuada del hotel permite que los turistas de varios lugares puedan visitar fácilmente.
- La estrategia de precios cómodos permite realizar convenios con la policía para que puedan alojarse y presten un servicio de seguridad de las instalaciones del hotel
- La disponibilidad de fuentes de agua (pozos) en el hotel, ayuda a mantener el servicio de la misma durante todo el tiempo lo que provoca satisfacción en los turistas.
- La disponibilidad de fondos permite a los administradores del hotel realizar programas de capacitación a los trabajadores en conjunción con el Ministerio de Turismo lo cual es una garantía para contar con personal capacitado.
- La oferta de servicios del hotel María José tiene un abanico amplio lo que constituye un atractivo para los visitantes.

### **1.7.2. FA (fortalezas y amenazas)**

- Los precios cómodos de los servicios del hotel amortiguan los efectos de la política económica del país.
- La infraestructura propia y alejada del mar no tiene riesgos inmediatos de posibles agujeros que causen daño al hotel y además provocarían malestar a los turistas

- La liquidez que tiene el hotel le permite hacer frente a las emergencias eléctricas porque se dispone de una planta auxiliar de generación eléctrica.

#### **1.7.2 DO (debilidades y oportunidades)**

- Si el control de inventarios no es permanente se corre el riesgo de perder los incentivos del ministerio de turismo a los locales que funcionan en el entorno.
- La falta de publicidad no ha permitido una correcta socialización de los servicios que brinda el hotel y no se ha aprovechado el flujo actual de turistas que acuden por utilizando vías de acceso en perfecto estado.

#### **1.7.4. DA (debilidades y amenazas)**

- Un adecuado control de los suministros y logística del hotel disminuiría los problemas de hurtos internos
- La administración no técnica del hotel puede provocar serias dificultades a futuro, esta situación se podría paliar con una gestión eficiente.

### 1.7.5. MATRIZ DE LOS CRUCES ESTRATÉGICOS

Cuadro # 32

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La ubicación geográfica adecuada del hotel permite que los turistas de varios lugares puedan visitar fácilmente.</li><li>• La estrategia de precios cómodos permite realizar convenios con la policía para que puedan alojarse y presten un servicio de seguridad de las instalaciones del hotel</li><li>• La disponibilidad de fuentes de agua (pozos) en el hotel, ayuda a mantener el servicio de la misma durante todo el tiempo lo que provoca satisfacción en los turistas.</li><li>• La disponibilidad de fondos permite a los administradores del hotel realizar programas de capacitación a los trabajadores en conjunción con el Ministerio de Turismo lo cual es una garantía para contar con personal capacitado.</li><li>• La oferta de servicios del hotel María José tiene un abanico amplio lo que constituye un atractivo para los visitantes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Si el control de inventarios no es permanente se corre el riesgo de perder los incentivos del ministerio de turismo a los locales que funcionan en el entorno.</li><li>• La falta de publicidad no ha permitido una correcta socialización de los servicios que brinda el hotel y no se ha aprovechado el flujo actual de turistas que acuden por utilizando vías de acceso en perfecto estado.</li></ul>

<p><b>AMENAZAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los precios cómodos de los servicios del hotel amortiguan los efectos de la política económica del país.</li> <li>• La infraestructura propia y alejada del mar no tiene riesgos inmediatos de posibles agujeros que causen daño al hotel y además provocarían malestar a los turistas</li> <li>• La liquidez que tiene el hotel le permite hacer frente a las emergencias eléctricas porque se dispone de una planta auxiliar de generación eléctrica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un adecuado control de los suministros y logística del hotel disminuiría los problemas de hurtos internos</li> <li>• La administración no técnica del hotel puede provocar serias dificultades a futuro, esta situación se podría paliar con una gestión eficiente.</li> </ul>
------------------------	---	---

## **1.8. PROBLEMA DIAGNÓSTICO**

- **Identificación del problema diagnóstico**

Del análisis de las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas aplicadas en la presente investigación, se establece que el problema de mayor relevancia es, que el Hotel María José no dispone de herramientas para guiar eficientemente el proceso de crecimiento.

Los efectos de no tener implementado un plan de negocios en el Hotel se evidencian en: no poder cumplir con la visión empresarial del hotel, la mala organización, tener falencias como es la falta de control interno, la no capacitación e incentivos a los trabajadores, falta de publicidad y promociones.

Por lo detallado y explicado se hace necesario la formulación, ejecución, monitoreo y evaluación de un plan de negocios para fortalecer la Gestión Administrativa y Económica del Hotel María José en el Recinto las Peñas en el cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmerald

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEORICO

Para la realización del presente capítulo se procede a realizar el siguiente procedimiento:

#### 2.1. DEFINICIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS

Para la mejor comprensión de lo que es un plan de negocios se va a conceptualizar tomando como base de tres autores los mismos que van a continuación:

Tamayo Mariño Wilson, (2001) expresa: *“El plan de negocios es un estudio detallado de todas las actividades que se tendrán en la empresa. Cada uno de los componentes del Plan de Negocios debe ser realizado con suma prolijidad a fin de llegar a conclusiones objetivas y reales sobre las posibilidades de éxito de un negocio.”*

Buyatti Osmar, (1999) comenta: *“El plan de negocios es una descripción por escrito de cada uno de los aspectos que abarca un micro emprendimiento. En definitiva es un instrumento que permite al microempresario tener una visión integral de su emprendimiento, pensándolo en forma que cada uno de dichos aspectos afecta a los otros, paso a paso, etapa a etapa. El plan de negocios nos obliga a pensar y repensar el negocio, nos ayuda a seguir un proceso racional para lograr triunfar en ese gran reto que es poner un emprendimiento en marcha”.*

Cantos Enriqueta, (2006) manifiesta: *“un plan de negocios es un documento en el que se describe el alcance y contenido de un negocio. En cuanto al alcance se señalará entre otros aspectos la importancia y trascendencia del negocio con respecto al servicio o*

*producto a ofertarse, con relación al contenido, lo conforman las secciones del plan de negocios de manera organizada para facilitar su comprensión, donde cada una tiene un pronóstico específico. El plan de negocios es un conjunto de información que constituye la principal herramienta para facilitar la gestión de un microempresario en el logro de los objetivos de su negocio”.*

**Posición de la autora:** Para mayor comprensión pongo mi propia definición, el plan de negocios, es un documento el cual se detalla todas las actividades que se pretende lograr, a la vez ayuda al empresario analizar el mercado y planificar las estrategias para el negocio. Es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. En él se expone el propósito general de una empresa, y los estudios de mercado, técnico, financiero y de organización, incluyendo temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio

## **2.2. VENTAJA DE UN PLAN DE NEGOCIOS**

Entre las ventajas de la implementación del plan de negocios en el Hotel María José se pueden mencionar:

- Permite llegar a cumplir la visión del Hotel
- Una mejor organización en la empresa hotelera
- Se puede tener una mejor planificación, de las actividades que se pretende hacer en el Hotel María José
- Se puede resolver un número importante de problemas que pueda existir en el Hotel María José.
- Se puede alcanzar las metas propuestas.

- A través del plan de negocios se puede lograr un mejor control de los insumos.
- A la vez se puede lograr una mejor relación con los trabajadores.
- Se puede implementar nuevas ideas, para el progreso del Hotel.

### **2.3 ¿COMO UTILIZAR UN PLAN DE NEGOCIOS?**

Un plan de negocios debidamente formulado proporciona concentración y libertad tanto a la organización como a su personal. La concentración proviene de la claridad de los clientes y sus necesidades una comprensión de las iniciativas estratégicas mas decisivas que se deben seguir para llegar a ser un líder competitivo, y el consenso sobre las mediciones y estrategias apropiadas. La libertad proviene de la autonomía que los individuos tengan durante el proceso de implementación de las nuevas ideas que al respecto surjan en toda la empresa.

### **2.4. DEFINICIÓN DE HOTEL**

Para ampliar más acerca de lo que es un hotel, se va a conceptualizar tomando en cuenta conceptos de los siguientes autores:

Wikipedia.org, (2010) comenta: *“Un hotel es un edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento. Los hoteles están normalmente, clasificados en*

*categorías según el grado de confort, posicionamiento, el nivel de servicios que ofrecen”*

Fernández David y otro (2007) manifiesta: *“Los Hoteles son aquellos establecimientos que facilitan alojamiento con o sin servicios complementarios, distintos de los correspondientes a cualquiera de las otras modalidades. El hotel surge como consecuencia de la reforma de posadas, postas, fondas, donde salvo raras excepciones en que tenían dormitorios independientes para los ilustres, el resto eran dormitorios colectivos.”*

Océano Uno (2006) dice: *“Hotel establecimiento de mayor categoría que la fonda.”*

**Posición de la autora:** En mi opinión luego de haber analizado los conceptos de los tres autores los Hoteles son edificios creados para el confort, la distracción y tranquilidad de los turistas, los mismos que cuentan con varios servicios que están a disposición de los clientes, a la vez brindando servicios de calidad, llegando a satisfacer las necesidades de los turistas locales, nacionales e internacionales. Es un establecimiento que ofrece servicios de hospedaje y alimentación a viajeros o turistas, en especial aquél destinado exclusivamente a este efecto y dotado de comodidades.

## **2.5. DEFINICIÓN DE SERVICIOS**

Para mejor comprensión de lo que es un servicio se toma en cuenta los conceptos de los siguientes autores:

Promonegocios, (2010) expresa: *"Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de*

*esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes".*

Océano Uno (2006) dice: *"servicio es la acción y efecto de servir. Organización personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad."*

Vizcarra Cifuentes José Luis, (2007) manifiesta: *"Ejecución de un trabajo en provecho o bajo las órdenes de otras personas. Ventaja o ayuda que rinden o proporcionan los bienes a quienes los usan. Resultado de una actividad productora si no se manifiesta bajo la forma de una mercancía tangible. Bienes económicos que por lo general son suministrados por el trabajo de los seres humanos."*

**Posición de la autora:** Para mayor comprensión pongo mi propia definición los servicios son una actividad que una persona, institución o empresa realiza, con fines de lucro o no, para satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente, lo cual se manifiesta a través de la satisfacción del cliente, por ende estos servicios deben ser bien coordinados para que el cliente se siente conforme.

## **2.6. CLASIFICACIÓN DE HOTELES**

En cuanto a la clasificación de hoteles se analizó de diferentes autores y se colocó en el presente proyecto lo siguiente:

### **6.1. De acuerdo a su dimensión:**

- Pequeños, medianos y grandes

### **6.2. Con base en su tipo de clientela:**

- **Comerciales:** Para viajeros en transito, generalmente en viajes de negocios
- **Vacacionales:** Localizados en el área de recreo, de distracción con la familia.
- **Para convenciones:** Los cuales reciben grandes grupos de comerciantes o profesionistas, en actividades de trabajo.

### **6.3. Atendiendo a su operación**

- **Permanentes:** Los que permanecen abiertos durante todo el año.

### **6.4. Con base en su organización**

- **Funcionamiento independiente:** Establecimientos que operan independientemente
- **Funcionamiento en cadena:** Las cadenas de hoteles constan de varias unidades que pertenecen o están afiliadas a una sola compañía que operan o dirigen a un gran número de establecimientos

## **2.7. CLASES DE EMPRESAS TURISTICAS: ALOJAMIENTOS TURISTICOS, RESTAURACIÓN Y OTROS.**

### **2.7.1 Empresas de alojamiento hoteleros:**

- Hoteles
- Moteles

#### **2.7.2 Empresas de alojamientos extrahoteleros:**

- Campings
- Apartamentos
- Refugios de montaña

#### **2.7.3 Empresas de restauración:**

- Restaurantes
- Bares y cafeterías
- Restaurantes de comida rápida o “fast food”

#### **2.7.4 Otras empresas**

- Agencias de información turística privadas
- Empresas de organización de congresos, seminarios, de actividades de animación turística.
- Empresas de venta de servicios turísticos.
- Empresas de diversión y esparcimiento: discotecas, instalaciones deportivas, culturales y recreativas.

### **2.8. CARACTERISTICAS DE LAS EMPRESAS TURISTICAS**

Es importante describir las características en una empresa turística, ya que mediante estas detallan con claridad lo que es en realidad una empresa hotelera, por tal motivo se presenta las siguientes:

#### **2.8.1 Intangibilidad**

Al ser empresas pertenecientes al sector terciario producen servicios, que no pueden materializarse. Solo pueden valorarse su

dimensión (habitacional), cantidad (ración de un plato), atención (del personal), es decir la mayor o menor satisfacción del consumidor.

### **2.8.2 Imposibilidad de almacenamiento**

Como consecuencia directa de la característica anterior, es decir, lo que no venda hoy no lo puedo almacenar para el día siguiente, ya que se trata de satisfacer la demanda de nuestros servicios solo en el momento de ser demandados.

### **2.8.3 Imposibilidad de cambio de ubicación**

En el sentido del gran condicionante que supone el tener que estar situado en los núcleos receptores de turismo, o clientela en general, es decir, donde sea demandado el servicio.

### **2.8.4 Gran sensibilidad a factores externos**

Cualquier alteración del entorno tiene una enorme influencia en los consumidores: inseguridad ciudadana, conflictos bélicos, terrorismo, epidemias, escasez de abastecimientos etc.

### **2.8.5 Temporalidad**

Las empresas turísticas están sometidas a fuertes cambios de su demanda, unos tienen carácter estacional.

## **2.9. Otras características:**

- Gran variedad de tamaños
- Tipología muy diversa de clientes
- Duración de la estancia y repetición variable

- Diferentes categorías y modalidades
- Servicios ofertados muy diversos

Luego de haber analizado las características de las empresas turísticas, las cuales son importantes para el hotel María José, ya que tomando en cuenta estas características el hotel puede ir mejorando cada vez más y más, en todas sus actividades e ir mejorando las debilidades.

## **2.10. TIPOS DE HOTELES**

- **Hoteles de ciudad o urbanos**

Son los hoteles situados en las ciudades, normalmente en los centros históricos y zonas comerciales o de negocios. Ofrecen todo tipo de niveles y se orientan tanto al turismo como al alojamiento en los desplazamientos de negocios. Son generalmente funcionales, y los que están orientados a clientes de negocios suelen contar con instalaciones tales como salas de conferencias.

- **Hoteles de aeropuerto**

Están situados en las proximidades de los principales aeropuertos, especialmente cuando están alejados de los centros urbanos a los que sirven. Su principal clientela son pasajeros en tránsito o de entrada salida sin tiempo suficiente para desplazarse a la ciudad y tripulaciones de las líneas aéreas. Las estancias suelen ser muy cortas. Se han hecho populares por su cercanía a los aeropuertos y porque adaptan sus servicios a la clientela, sobre todo, ejecutiva.

- **Hoteles de playa**

Están situados en las proximidades de las principales playas. Su clientela casi exclusivamente son turistas de turismo masivo gestionado

por operadores aunque no faltan pequeños establecimientos dedicados a turismo individual. Las estancias suelen ser de varios días.

- **Hoteles de naturaleza**

Están situados cerca de zonas naturales de interés como parques naturales, reservas y áreas protegidas. Las estancias suelen ser de varios días.

- **Albergues turísticos**

Establecimiento que atiende al turismo durante estancias que suelen ser entre varios días y varias semanas. Suelen ser económicos y entre ellos cabe destacar los albergues juveniles. Estos frecuentemente alquilan camas en un dormitorio y comparten baño, cocina y sala de estar aunque muchos disponen también de habitaciones privadas.

- **Hoteles-balneario**

Hospedaje situado dentro de unas instalaciones balnearias dedicadas a los baños públicos o medicinales. Tienen un índice de estancia medio oscilando entre varios días y pocas semanas.

- **Hoteles Gastronómicos**

Se caracterizan por ofrecer una oferta gastronómica exclusiva que se presenta como la principal del establecimiento. Poseen una cuidada cocina creativa con influencia internacional en sus restaurantes, degustación de diferentes estilos culinarios y una variada selección de vinos

- **Hoteles de temporada**

También llamados hoteles estacionales. Son hoteles con estructuras estacionales que desarrollan su actividad solamente durante parte del año.

- **Hoteles Vacacionales**

Son hoteles que se han diseñado para disfrutarlos en cualquier época del año situados en primera línea de mar. Existen aquellos con habitaciones amplias y cómodas, piscinas, instalaciones deportivas, programas de animación para personas de todas las edades y una gastronomía donde se pueden encontrar diferentes platos de cocina internacional.

**Posición de la autora:** En cuanto a los tipos de hoteles, a través de un profundo análisis el hotel se identifica con los hoteles de playa, ya que está ubicado a una cuadra de la playa y es un atractivo para los turista por las habitaciones amplias, por la piscina y la calidad de servicio que ofrece siempre viendo la satisfacción del cliente.

## **2.11. EL TURISMO**

### **2.11.1 Definición de turismo**

Para mayor comprensión de turismo se toma en cuenta conceptos de los siguientes autores:

Dahdo Jorge, (2005) comenta: *“El turismo se ha constituido en un reglón prioritario dentro del esquema económico de muchas naciones tanto desarrolladas como en vías de desarrollo o emergentes.”*

Céntrum Océano, (2006) expresa: *“El turismo establece conexión entre las personas, las formas de viajar, los alojamientos y los medios.”*

Gurría Manuel, (2007) dice: *“Turismo proviene de tour o turn, derivado del verbo latino tornare que se deriva a su vez del*

*sustantivo tornus, que significa volver, girara o retornar, en suma quiere decir ir y volver.”*

**Posición de la autora:** En mi opinión luego de haber analizado las definiciones de los tres autores se ha concluido que el turismo es muy importante para el desarrollo y crecimiento de la institución, a la vez obliga al país y a los hoteleros a mejorar las condiciones del turismo y dar capacitaciones a los empresarios, empleados para que puedan brindar un turismo de calidad ya que a través del turismo se puede tener conexión entre las personas.

#### **2.11.2 Definición de Turista**

Para la mejor comprensión de lo que es un turista se toma en cuenta definiciones de los siguientes autores:

Gurría Manuel, (2007) comenta: *“Visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros: tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes) y negocios, familia, misiones o reuniones.”*

Fernández David, (2007) manifiesta: *“Se entiende como turista todas aquellas personas que viajan por distintos motivos (placer, negocios, motivos religiosos, motivos familiares, etc) y pasan una o varias noches fuera de su lugar habitual de residencia”.*

Microsoft Encarta, (2009) dice: *“Todos los tipos de viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas; el término 'visitante' puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente: los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de*

*residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado y los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado.”*

**Posición de la autora:** En mi opinión luego de haber analizado las definiciones el turista es una Persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que haga uso de los servicios turísticos de forma temporal a los lugares que ellos han escogido, ya sea por varias noches o de acuerdo a su posibilidad económica, en busca de diversión distracción, comodidad y confort para su familia.

### **2.11.3 Importancia del Turismo en lo Económico para el desarrollo local y regional.**

El Turismo es muy importante en cuanto a lo económico para el desarrollo tanto local como regional:

Es local porque con el incremento de turistas en las Peñas hace que los hoteleros se preparen mejor y brinden servicios de calidad, siempre viendo la satisfacción del cliente, a la vez esto hace que cada hotelero busque nuevas opciones de distracción para los turistas buscando oportunidades singulares para invertir recursos, de igual manera con este desarrollo hace que contraten gente de sus alrededores otorgando empleo, pagando lo justo por la mano de obra

El trismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un atractivo de divisas para Ecuador, para el progreso de los hoteleros en el Recinto las Peñas, en el cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas.

Es regional porque para el turismo las Peñas se encuentra a una distancia adecuada es decir, de Ibarra a las Peñas el tiempo es de 3 horas lo cual es una gran ventaja y da oportunidades concretas para que los turistas recurran a la playa.

#### **2.11.4 Ventajas económicas derivadas del impulso al turismo.**

El comportamiento de la demanda de servicios en relación con los lugares turísticos posee una característica que lo hace notable. Esta es que el requerimiento por el turismo de playa ha crecido con mayor celeridad que el turismo en general y como es sabido hay zonas que cuenta entre sus atractivos naturales con más y mejores recursos playeros para competir holgadamente con los de otras. Si a eso se suma la cercanía a importantes fuentes generadoras de turistas, se tendrá un grado óptimo de ventajas sobre las demás.

#### **2.11.5 Agentes que determinan el desarrollo Turístico**

Cualquier procedimiento adoptado para la planificación en el campo turístico, tendrá una validez del simple indicador, dado que este negocio esta sometido a rudos vaivenes de temporalidad o estacionalidad en la oferta y en la demanda y a dificultades de índole económica, social y política.

Los elementos a considerar estarían entre los siguientes:

- Estabilidad política, económica y social
- Ampliación del transporte turístico en general, con un marcado impulso al fletamento, rentado, ya sea aéreo, terrestre o acuático
- Fomento de la conciencia turística nacional
- Tarifas más bajas que las de los países competitivos
- Apertura y óptimo mantenimiento de vías de comunicación con zonas cercanas
- Refuerzo a la publicidad y promoción turística
- Incentivos a congresos, convenciones y exposiciones
- Programa de capacitación turística

## **2.12 TIPOS DE TURISMO**

Al examinar los niveles de ingreso y de tiempo libre suelen encontrarse tres clases de turismo:

- Turismo de menos de 24 horas. Este solicita restaurantes, parques, balnearios, poblaciones típicas, centros de recreo, artesanías.
- Turismo de fin de semana. El cual pide alojamiento, restaurantes y atracciones diversas.
- Turismo de destino. Es el que desea hospedaje por un periodo más largo y exige servicios complementarios y variados

## 2.13 CONTROL INTERNO

Mediante la conceptualización de los autores que van a continuación de lo que es un control interno, se podrá analizar de mejor manera y la comprensión será la más adecuada.

Pany Whittington, (2005) otorga: *“El control interno es el paso que toma una compañía para prevenir el fraude, tanto de malversación de activos como los informes financieros fraudulentos. El control interno es un proceso, un medio para alcanzar un fin, no un fin en sí mismo”.*

Mantilla Samuel Alberto, (2005) manifiesta: *“Control interno significa cosas distintas para diferente gente. Ello origina confusión entre personas de negocios, legisladores, reguladores y otros. Dando como resultado malas comunicaciones y distintas expectativas, lo cual origina problemas. Tales problemas se entremezclan cuando el término, si no es definido claramente, se escribe en leyes, regulaciones o reglas. El control interno consta de cinco componentes irrelacionados, derivados de la manera como la administración realiza los negocios, y están integrados al proceso de administración.”*

Cruz M. Attig, (1999) comenta: *“El control interno en lenguaje corriente, controlar es medir, asegurarse de que las operaciones en todo momento han sido llevadas a cabo de conformidad con el plan adoptado, las órdenes dadas, los principios y políticas establecidos.”*

**Posición de la autora:** Para mayor comprensión pongo mi propia definición el Control interno dentro de una institución o negocio es fundamental ya que a través del mismo se puede controlar de una manera más óptima los recursos, evitando fraudes o malversaciones que puedan

afectar los objetivos, metas que tenga la empresa, a través de un buen control interno se puede tener una administración eficiente.

El control interno constituye mucho a proteger contra los errores y el fraude, además de garantizar la confiabilidad de los datos contables. Con todo es importante reconocer la existencia de algunas limitaciones intrínsecas. Pueden cometerse errores en la aplicación de los controles porque no se extienden bien las instituciones, por juicios incorrectos, por negligencia, distracción o fatiga.

El control interno puede ayudar a una entidad a conseguir sus metas de desempeño y rentabilidad y prevenir la pérdida de recursos. Puede ayudar a asegurar información financiera confiable, y a asegurar que la empresa cumpla con las leyes y regulaciones, evitando pérdida de reputación y otras consecuencias. En suma puede ayudar a una entidad a cumplir sus metas, evitando peligros no reconocidos y sorpresas a lo largo del camino.

## **2.14 GESTION ADMINISTRATIVA**

Para su mejor comprensión de lo que es gestión administrativa se tomó conceptos de los siguientes autores:

Monografias.com, (2010) dice: *“La Gestión Administrativa es la acción que se realiza para la consecución de algo o la tramitación de un asunto, es acción y efecto de administrar. Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles. Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos.”*

Montejano Montaner Jordi, (1999) comenta: *“La gestión administrativa de la empresa turística tiene como misión organizar y dirigir los recursos con los que cuenta para conseguir los objetivos*

*de la misma que es la obtención de una rentabilidad por la venta y prestación de productos y servicios turísticos, alojamientos, manutención, transporte.”*

Anzola Rojas Sérvulo, (1993) manifiesta: *“la administración consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual se trata de alcanzar las metas u objetivos con la ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores especiales, como son la planeación, la organización, la dirección y el control.”*

**Posición de la autora:** Para mayor comprensión pongo mi propia definición, la gestión administrativa es muy importante ya que a través de la misma se podría planear, dirigir, coordinar y controlar las actividades para lograr el cumplimiento de las metas, propósitos establecidos a través de un correcto uso de los recursos.

## **2.15 GESTION FINANCIERA**

Para conocer mejor a cerca de la gestión financiera, se toma en cuenta definiciones de los siguientes autores:

Monografias.com, (2010) comenta: *“Se denomina gestión financiera (o gestión de movimiento de fondos) a todos los procesos que consisten en conseguir, mantener y utilizar dinero, sea físico (billetes y monedas) o a través de otros instrumentos, como cheques y tarjetas de crédito. La gestión financiera es la que convierte a la visión y misión en operaciones monetarias.”*

Harper W. (1984) manifiesta: *“Cuando el responsable de la contabilidad de empresas se dedica a la gestión financiera se convierte en gran medida en un director gerente mas y de hecho muchas de sus técnicas son técnicas de gerencia o gestión.”*

Gaitán Estupiñán Rodrigo, (2005) expresa: *“El dinámico mundo actual, exige un alto nivel de competitividad, por lo tanto deben combinarse el estudio de las empresas y la competencia por medio de indicadores de gestión, no solamente financieros sino también de determinación de procesos de eficiencia, eficacia y productividad. Toda organización requiere de financiamiento interno y externo, por lo tanto cuando se opta por este último ya sea por decisión o por necesidad, es necesario planificar su costo dentro de la rentabilidad final y en especial tener la certeza de que la empresa pueda cubrir con su porcentaje de utilidad dicha afectación.”*

**Posición de la autora:** Para mayor comprensión pongo mi propia definición, la gestión financiera es fundamental para el desarrollo y crecimiento de una institución ya que a través de esto se puede buscar estrategias para el buen uso del dinero, mediante la gestión de los movimientos del mismo, a través de los instrumentos necesarios como son los cheques, tarjetas de crédito, facilitando tanto al cliente como al dueño de la empresa hotelera.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

Para el desarrollo del presente capítulo, se realiza el siguiente procedimiento:

#### **3.1. INTRODUCCIÓN**

El Ecuador es un país muy rico por su diversidad de flora, fauna y por los diferentes lugares turísticos que brinda, por tan motivo a través del plan de negocios el hotel María José quiere darse a conocer e implementar nuevas estrategias para que los turistas se sientan satisfechos del servicio que se les brinda, por lo tanto el estudio de mercado llevado a cabo en el Recinto las Peñas del cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas, conlleva a un análisis minucioso donde se llegará a determinar el grado de las necesidades del hotel María José en relación al abastecimiento del servicio proporcionado a los turistas del Hotel.

##### **3.1.1 OBJETIVO**

- En el presente estudio de mercado se llegara a determinar: el servicio, demanda, oferta, precio, proveedores, análisis de la competencia y comercialización; los cuales permitirán conocer los aspectos más importantes; dando la posibilidad de realizar un análisis exhaustivo del mercado.

En el análisis de las variables servicio, demanda, oferta, precio, proveedores y comercialización se recopiló la información primaria a través de la aplicación de encuestas realizadas en el diagnostico del proyecto a turistas locales, nacionales e internacionales y entrevistas a las propietaria del Hotel María José la señora María Esther Cazar;

para el estudio de mercado también se tomo en cuenta a los competidores de más importancia del Recinto, los cuales actuaron como informantes claves para determinar aspectos relevantes que servirá de ayuda para el investigador.

### **3.2. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO**

- **SERVICIOS SIMILARES**

Los establecimientos analizados que ofrecen un servicio similar son:

- Hotel Playa Real
- Hotel Natanael
- Hotel Playa Arena
- Hostería Rincón del Pacífico

Los cuales poseen características semejantes y se dedican a brindar el servicio de hospedaje, alimentación, garaje a todos los turistas que visitan el Recinto las Peñas.

- **DECORACIÓN DEL LOS HOTELES**

Con respecto a la decoración de los diferentes establecimientos hoteleros cabe señalar que en general dichos establecimientos cuentan con estructura física adecuada, cuentan con piscina, la característica más importante que tienen estos establecimiento es la cercanía de la playa que es un factor importante que busca el cliente.

### **3.3. MERCADO META**

El mercado al cual se pretende llegar con la creación del plan de negocios, será a los turistas locales, nacionales e internacionales que visitan el Recinto las Peñas y por ende al Hotel María José, con la

realización del plan de negocios se pretende cumplir con la visión empresarial que tiene el hotel, logrando el desarrollo y progreso del mismo.

### 3.4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado turístico se subdivide en segmentos de acuerdo al siguiente cuadro:

**Cuadro # 33**

<b>PRIMERA SEGMENTACIÓN</b>	<b>SEGUNDA SEGMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>
<b>Visitantes a nivel local de la provincia de Esmeraldas.</b>	Locales	Propietarios del Hotel María José Municipio Eloy Alfaron
<b>Visitantes a nivel nacional de todo el país, como Tulcán, Quito, Ibarra etc</b>	Nacionales	Propietarios del Hotel María José Municipio Eloy Alfaron
<b>Visitantes a nivel internacional provenientes de otros países como es Colombia y Estados Unidos</b>	Extranjeros	Propietarios del Hotel María José Municipio Eloy Alfaron

**FUENTE:** Hotel María José, Municipio Eloy Alfaro  
**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

### **3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA**

#### **3.5.1. IDENTIFICACIÓN DE CONSUMIDORES**



Los clientes que mayormente acuden al hotel María José y a las Peñas, son los turistas locales, nacionales e internacionales, provenientes de Quito, Colombia, Tulcán, Ibarra, Otavalo y Atuntaqui, de todas las edades, los cuales generalmente asisten por distracción, para disfrutar en familias y para reuniones de trabajo o convenciones. Dichos turistas son de nivel socioeconómico medio y medio-alto, lo que implica que poseen disponibilidad económica para acceder a sus servicios.

#### **3.5.2. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA**

De acuerdo al estudio de la tendencia del mercado de de los servicios Hoteleros, se determinó que los consumidores tienen una preferencia dirigida hacia sitios que brindan un servicio de calidad, que den confort al turista, seguridad y que brinden diversión para tener un esparcimiento familiar.

El comportamiento histórico de la demanda se hizo en base a la afluencia turística del hotel María José, por lo tanto se tomó en cuenta la

información de los últimos cuatro años, los cuales se detallan en el siguiente cuadro.

**Cuadro # 34**

**DEMANDA HISTORICA DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL  
RECINTO LAS PEÑAS (PERSONAS)**

<b>AÑOS</b>	<b>AFLUENCIA TURISTICA</b>	<b>INCREMENTO</b>	<b>PORCENTAJE DE CRECIMIENTO</b>
<b>2007</b>	1500	-	0,00%
<b>2008</b>	2000	500	33,33%
<b>2009</b>	2500	500	25,00%
<b>2010</b>	3600	1100	44,00%
<b>TOTAL</b>		<b>2100</b>	<b>140,00%</b>

**FUENTE:** Hotel María José

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

### **3.6 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

Se realizó una proyección de cuatro años para analizar la demanda futura del proyecto, utilizando un modelo exponencial lo cual se obtuvo la tasa de crecimiento anual promedio, mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

Qn= consumo futuro

Qo= consumo inicial

l= Tasa de crecimiento anual promedio

n= año proyectado

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Cuadro # 35

### PROYECCION DE LA DEMANDA (PERSONAS)

AÑOS	AFLUENCIA TURISTICA	$i=Q_n/Q_{n-1}$
2007	1500	0
2008	2000	0,33
2009	2500	0,25
2010	3600	0,44
<b>TOTAL</b>		<b>1,02</b>

FUENTE: Hotel María José

ELABORADO POR: Gabriela Maya

### TASA PROMEDIO

$$T_p = \sum i/n$$

$$T_p = 1,02/4 = 0,25583333$$

Esto tiene validez siempre que los cambios no sufran algún percance.

Cuadro # 36

AÑOS	AFLUENCIA TRISTÍCA FUTURA (PERSONAS)
2010	3600
2011	4521
2012	5678
2013	7130
2014	8954
<b>TOTAL</b>	<b>29883</b>

FUENTE: Hotel María José

ELABORADO POR: Gabriela Maya

Los datos son referenciales y tendrán validez siempre y cuando no se realicen cambios significativos, o tomen decisiones los propietarios que puedan variar los datos.

### **3.7 OFERTA**

#### **3.7.1 IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES**

Los competidores identificados en el lugar de estudio son el hotel Playa Real, el hotel Natanael, el hotel Playa Arena, Cumbres Andinas y la hostería el Rincón del Pacífico, existiendo también negocios más pequeños enfocados a brindar los mismos servicios.

#### **3.7.2 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA**

La oferta histórica del servicio hotelero en el Recinto las Peñas, muestra estabilidad pues no se ha incrementado establecimientos hoteleros, tomando en cuenta que es un servicio que se le proporciona a los turistas locales, nacionales y extranjeros.

La oferta se ha determinado en base a datos históricos de los competidores hoteleros existentes en los años 2006, 2007, 2008, 2009, lo cual se ha construido una base de datos estimados.

**Cuadro # 37**

<b>AFLUENCIA TURISTICA (PERSONAS)</b>													
<b>HOTELES</b>	<b>TEMPO RADA</b>	<b>2007</b>			<b>2008</b>			<b>2009</b>			<b>2010</b>		
		<b>HOSPE DAJE</b>	<b>RESTAU RANT</b>	<b>PISCI NA</b>	<b>HOSPE DAJE</b>	<b>RESTAU RANT</b>	<b>PISCI NA</b>	<b>HOSPE DAJE</b>	<b>RESTAU RANT</b>	<b>PISCI NA</b>	<b>HOSPE DAJE</b>	<b>RESTAU RANT</b>	<b>PISCI NA</b>
Hotel María José	Alta	1200	-	300	1500	300	200	2000	350	150	2800	600	200
	Baja	600	-	-	600	-	-	700	200	80	1400	100	100
Hotel Playa real	Alta	100			200			350	30	10	720	20	30
	Baja	20			55			20	25	8	100	8	15
Hotel natanael	Alta	20		5	35		2	80		8	120		20
	Baja	5			15			30			50		
Hotel Playa Arena	Alta	20	2		30	8		100	10		120	20	
	Baja	8			10			30			35		
Hotel Rincon del Pacifico	Alta	50	10		90	20		150	35		300	90	
	Baja	10			10			30			90		
<b>TOTAL</b>		2033	12	305	2545	328	202	3490	650	256	5735	838	365

**FUENTE:** Hoteles de las Peñas  
**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

A través del análisis de la oferta que proporcionan los diferentes competidores, se puede observar los servicios que cuentan cada establecimiento y a la vez se observa la oferta existente de los competidores.

### 3.7.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

**Cuadro # 38**

<b>PROYECCION DE LA OFERTA (PERSONAS)</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b><math>i=Q_n/Q_{n-1}</math></b>
<b>2007</b>	700	0
<b>2008</b>	1000	0,43
<b>2009</b>	1500	0,50
<b>2010</b>	2300	0,53
<b>TOTAL</b>		<b>1,46</b>

**FUENTE:** Hotel María José  
**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

Para la proyección de la oferta se tomó en cuenta en base a los datos históricos de la oferta del Hotel María José ya que el proyecto está dirigido al mismo para la elaboración del plan de negocios, el mismo que ayudara a fortalecer la gestión Administrativa y Financiera del Hotel.

### TASA PROMEDIO DE LA OFERTA

$$TM = 1,461904761905/4 = 0,36547619$$

En cuanto a la tasa promedio se realizo dividiendo para los cuatro años históricos que el Hotel María José ha ofertado.

**Cuadro # 39**

<b>OFERTA FUTURA O PROSPECTIVA (PERSONAS)</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA FUTURA</b>
<b>2010</b>	2300
<b>2011</b>	3141
<b>2012</b>	4288
<b>2013</b>	5856
<b>2014</b>	7996
<b>TOTAL</b>	<b>23581</b>

**FUENTE:** Hotel María José  
**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

### **3.8. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Para el análisis de la competencia se realizó una encuesta a los propietarios de los diferentes establecimientos hoteleros.

#### **3.8.2 NUMERO DE TRABAJADORES**

De acuerdo con la encuesta realizada a los propietarios de los diferentes establecimientos hoteleros los cuales brindan los diferentes servicios: de hospedaje, restaurant, piscina, garaje a los turistas, los cuales comentaron que el número de trabajadores es: el hotel María José cuentan con un número de 10 trabajadores fijos, el hotel Playa Real dispone de 5 personas, el hotel Natanael cuenta con 3 personas fijas, el hotel Playa Arena tiene 10 personas que laboran en el establecimiento y la hostería Rincón del Pacifico dispone de 10 personas fijas

### **3.8.3 AFLUENCIA TURÍSTICA**

El número que regularmente visitantes los establecimientos Hoteleros como: el hotel María José es aproximadamente de 300 turistas en el mes, el hotel Playa Real es aproximadamente de 60 personas al mes, el hotel Natanael es de 10 personas al mes, hotel Playa Arena 10 personas al mes y la hostería Rincón del Pacifico 10 personas al mes; sin embargo esta cifra varía de acuerdo a la temporada. Los meses de mayor afluencia turística son febrero y agosto, en estos meses existe mayor comercialización.

### **3.8.4 PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS**

Los turistas que visitan los diferentes establecimientos hoteleros son turistas locales de la provincia de Esmeraldas y de los alrededores, nacionales de Ibarra, Atuntaqui, Natabuela, Cotacachi, Otavalo, Quito, Tulcán y extranjeros de Colombia, generalmente asisten por paseos familiares, los cuales buscando un sitio atractivo para su comodidad y entretenimiento.

### **3.8.5 PUBLICIDAD DE LA COMPETENCIA**

Luego de haber comentado con los propietarios de los diferentes establecimientos hoteleros, los cuales comentaron que es muy importante la publicidad ya que a través de la misma se dan a conocer y pueden atraer al turista, por lo tanto comentaron que les falta realizar más publicidad ya que el Recinto todavía aun no es muy conocido, últimamente gracias al ministerio de turismo se está poco a poco dando a conocer el Recinto con los proyectos y programas que se va a implementar.

### **3.9. PRECIO**

- **PRECIOS DE LA COMPETENCIA**

Luego de haber realizado la entrevista a los propietarios y administradores de los establecimientos hoteleros se determinó que los precios que aplican oscilan en cuanto al restaurant es de 4.00 a 20 USD por plato según lo que el turista desee servirse; en hospedaje 11.20 a 17.50 por noche.

- **FIJACIÓN DE PRECIOS**

Los precios son fijados en base a la tendencia económica actual y tomando en cuenta el factor importante que es la competencia de los diferentes productos que ofrecen los diferentes establecimientos hoteleros que brindan a los turistas locales, nacionales y extranjeros.

Para la elaboración de los platos como son: desayuno, almuerzo, merienda, Camarón apanado, Langostino, Sopa de camarón, Sopa de pescado, Sopa marinera, Cazuela de camarón, Cazuela de concha, Cazuela marinera, Ceviches, Arroz con camarón, Arroz con concha y Arroz marinero, se ha tomado en cuenta la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, por lo tanto los precios se exponen en la siguiente tabla.

• **COMPORTAMIENTO DEL PRECIO**

**Cuadro # 40**

<b>PRODUCTO</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>DIC</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PROMEDIO</b>
Desayuno	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	25,50	2,13
Almuerzo	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	3,00	3,50	27,00	2,25
Merienda	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	29,00	2,42
Camarón apanado	4,00	4,30	4,30	4,30	4,30	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	48,20	4,02
Langostino	6,00	6,00	6,50	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	82,50	6,88
Sopa de camarón	3,00	3,50	3,50	3,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	41,50	3,46
Sopa de pescado	3,00	3,50	3,50	3,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	41,50	3,46
Sopa marinera	6,00	6,50	7,00	8,00	10,00	10,00	10,00	10,00	12,00	12,00	12,00	103,50	8,63
Cazuela de camarón	7,00	8,00	8,50	8,50	8,50	8,50	8,50	8,50	8,50	9,00	9,00	92,50	7,71
Cazuela de concha	7,00	7,50	7,50	7,50	8,00	8,00	8,00	8,50	8,50	8,50	8,50	87,50	7,29
Cazuela marinera	7,00	8,00	8,00	9,00	9,00	10,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	111,00	9,25
Ceviches	4,00	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	49,00	4,08
Arroz con camarón	4,50	4,50	4,50	4,50	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	53,00	4,42
Arroz con concha	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	55,00	4,58
Arroz marinero	7,00	10,00	10,00	10,00	10,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	119,00	9,92

**FUENTE:** Establecimientos Hoteleros del Recinto las Peñas  
**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

### 3.10 COMERCIALIZACIÓN

#### 3.10.1 SERVICIO



Analizando los servicios de la competencia mediante la encuesta realizada a los diferentes establecimientos hotelero, los mismos que supieron exponer los siguientes servicios: Servicio de hospede que cuenta con cama matrimonial, una litera, baño independiente, televisor y un ventilador. EL servicio de restaurant solamente presta el hotel María José el cual cuenta con variedad de platos y el servicio de piscina prestan todos los establecimientos, cuentan con tobogán, servicio de parqueadero vigilado con espacio físico apto y suficiente, que de seguridad y confianza al turista.

#### 3.10.2 COMERCIALIZACION

Los establecimientos hoteleros a través de la encuesta realizada se llevo a determinar que cuentan con poca publicidad, los hoteles

disponen de una valla publicidad en la entrada a las Peñas, pagina web, por ende para difundir los servicios se necesita de publicidad para dar a conocer los servicios que brindan los diferentes establecimientos.

### 3.11 AGENCIAS DE VIAJES

Las agencias con las que se puede realizar convenios el Hotel María José, son las siguientes:

- **IBARRA**

**Cuadro # 41**

<b>AGENCIA</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
<b>Intipungo Turismo</b>	Rocafuerte y Flores	2957766
<b>Promociones Inti-Tours</b>	Rocafuerte y Flores	2955270
<b>Yuratours</b>	Oviedo y Sucre	2610349

- **OTAVALO**

**Cuadro # 42**

<b>AGENCIA</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
<b>Yuratours</b>	Morales 505 y Sucre	2923309
		2923843

### 3.12 BALANCE DE LA OFERTA Y DEMANDA

Tomando en cuenta la demanda y la oferta en el año 2010 se obtuvo la siguiente información:

**Cuadro # 43**

<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER (PERSONAS)</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>
<b>2010</b>	3600	2300	1300
<b>2011</b>	4521	3141	1380
<b>2012</b>	5678	4288	1389
<b>2013</b>	7130	5856	1274
<b>2014</b>	8954	7996	958

**FUENTE:** Hotel María José

**ELABORADO POR:** Gabriela Maya

Mediante la diferencia de la oferta y la demanda se obtuvo un déficit de 958 personas, es decir existe demanda insatisfecha, por lo tanto el proyecto es factible y rentable dando paso implementación del plan de negocios en el Hotel María José, en el Recinto las Peñas, el cual permitirá un desarrollo en el campo turístico, prestando servicios a turistas locales, nacionales, extranjeros.

### 3.12. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

- Dentro del mercado turístico existe demanda insatisfecha con tendencia creciente, lo que asegura un escenario futuro adecuado para el desenvolvimiento del proyecto

- Los precios que maneja la competencia están basados de acuerdo a los servicios que ofrecen los establecimientos del Recinto las Peñas, en base a la tendencia económica actual, el factor competencia. Precios que en su mayoría están considerados en el estándar de razonabilidad dentro del mercado.
- Existe diversidad de proveedores que proporcionan los insumos necesarios para la elaboración de los alimentos, los cuales brindan productos de calidad y variedad, permitiendo la elaboración de platos nutritivos, con sabores distintivos.
- El estudio de mercado ha permitido establecer que los mecanismos más adecuados para atraer al turista del Hotel María José el cual es realizar convenios con agencias de viaje, mismos que beneficiaran directamente y todos sus aliados o canales de distribución al establecimiento, publicación de vallas publicitarias, se utilizará cuñas radiales, trípticos y tarjetas de presentación que detallarán los servicios a los que puede el turista tener acceso.

## CAPITULO IV

### 4. PROPUESTA

#### 4.1. INTRODUCCIÓN



El Hotel María José es una empresa privada misma que está encaminada a brindar a los turistas locales, nacionales y extranjeros un servicio de calidad, a la vez cuenta con recurso humano joven, apto para el trabajo a través del mismo se pretende brindar un mejor servicio al turista cumpliendo todos los requerimientos y necesidades, cuyo objetivo principal es hacer sentir al cliente que está en un ambiente de confort y comodidad.

Por tal motivo se procede a la realización de la propuesta que se enfocará a la elaboración de un plan de negocios para fortalecer la gestión administrativa y financiera del hotel María José en el Recinto las Peñas, cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas, misma que se establecerá las estrategias más adecuadas para lograr una mayor diferenciación del servicio que se ofrece, mejorar la participación en el

mercado, ofrecer paquetes turísticos a los turistas y adaptarse a las cambiantes necesidades de sus clientes.

#### **4.1.1 MISION INSTITUCIONAL:**

Cotidianamente, contribuir con la felicidad de nuestros clientes a través de servicios de calidad.

#### **4.1.2 VISION INSTITUCIONAL:**

En diciembre del 2016, el Hotel María José estará posicionado a nivel nacional e internacional y será reconocido por su calidad de servicio.

#### **4.2. MACRO LOCALIZACIÓN DEL RECINTO LAS PEÑAS**

El presente proyecto se llevará a cabo en el Recinto las Peñas, cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas.



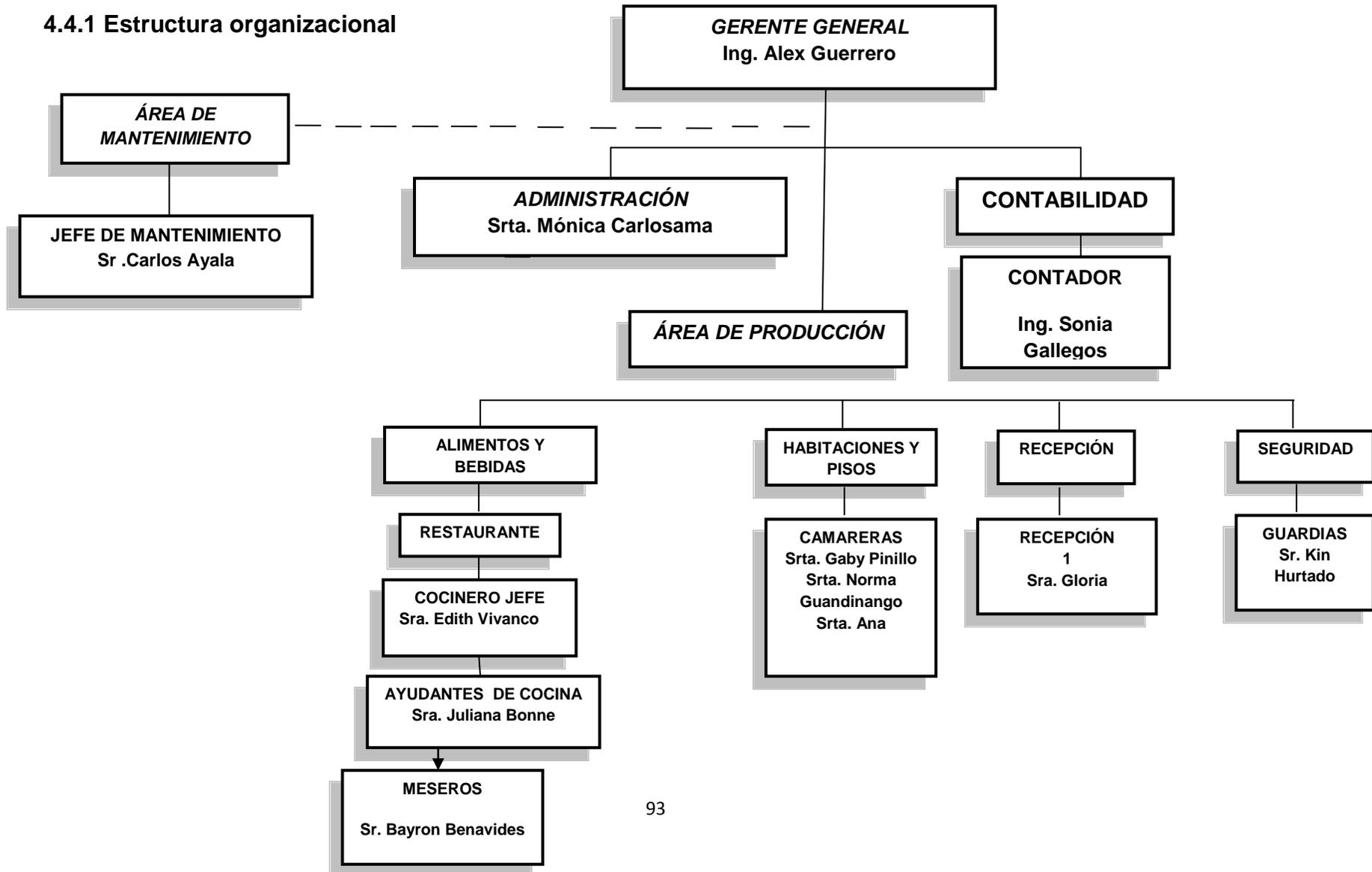
FUENTE: 2010 Google tele atlas

### 4.3. UBICACIÓN DEL HOTEL MARÍA JOSÉ



## 4.4. EQUIPO GERENCIAL

### 4.4.1 Estructura organizacional



#### 4.4.2 Ámbito de actividades

El hotel María José ofrece a los turistas una importante gama de servicios los cuales tenemos:

**Cuadro # 44**

<b>SERVICIOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<p data-bbox="459 853 655 887"><b>HOSPEDAJE</b></p> 	<p data-bbox="836 853 1323 1216">Cuenta con habitaciones cuádruples confortables, las mismas que tienen baño independiente, televisor, ventilador, cama matrimonial y una litera, o dos camas individuales y una litera.</p>
<p data-bbox="435 1267 679 1301"><b>ALIMENTACIÓN</b></p> 	<p data-bbox="836 1267 1323 1462">En el restaurant que cuenta el Hotel María José se puede degustar de alimentos marineros de primera clase.</p>
<p data-bbox="491 1615 624 1648"><b>PISCINA</b></p> 	<p data-bbox="836 1615 1323 1921">La piscina que dispone el hotel al servicio de los turistas cuenta con una piscina grande con tobogán, espacio físico adecuado y atractivo con música para que la diversión sea más llamativa.</p>

#### **4.4.3 Personal administrativo clave y sus responsabilidades**

El Hotel "María José" actualmente cuenta con el siguiente personal:

- Un Gerente General
- Un Administrador
- Un Contador
- Un Recepcionista
- Un Cocinero Jefe
- Un Ayudante de cocina
- Un Mesero
- Tres Camareros
- Un Guardia
- Una persona de Mantenimiento

Es importante señalar que todos los empleados habitan en el Hotel a excepción de la contadora y la persona de mantenimiento, los cuales realizan su trabajo fuera del Hotel, haciendo visitas mensualmente.



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: GERENTE GENERAL**

**DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO**

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: NINGUNO**

**1.- FUNCIONES**

- Representar legalmente en forma judicial y extrajudicial al Hotel cuando fuere necesario.
- Dirigir la gestión administrativa financiera, comercial y de servicios del Hotel
- Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación el Ministerio y la Cámara de Turismo.
- Realizar inversiones y adquisiciones que sean necesarias para el mejoramiento del Hotel
- Definir, interpretar, aplicar y mejorar políticas establecidas por la Administración
- Solicita e interpreta la información financiera
- Hacer frente a las muchas y diversas situaciones que se presenten en el transcurso del trabajo
- Elaborar planes estratégicos y operativos del Hotel
- Fijar y controlar que se cumplan los objetivos, métodos, procedimientos, políticas y estrategias
- Llevar a cabo operaciones bancarias, comerciales y financieras
- Firmar cheques, papeletas de depósito y realizar transferencias de las cuentas del Hotel
- Legalizar todos los documentos públicos y privados

- Demandar judicialmente los créditos vencidos
- Elaborar contratos, arriendos y demás documentos que garanticen el cumplimiento de obligaciones
- Velar por el cuidado y buen funcionamiento del mobiliario y equipos del Hotel.

## **2.- CARACTERISTICAS GENERALES**

- Definir un adecuado sistema de control interno para supervisar las tareas en el nivel operativo y de apoyo.
- Representar al Hotel legalmente, haciendo frente a las situaciones que se presenten.
- Operación de tiempo completo bajo presión
- Mantener una buena relación laboral con todos los empleados

## **3.- REQUISITOS**

- Preparación Académica: Instrucción Superior, Título de Ingeniero en Hotelería y Turismo o afines y tener licencia profesional actualizada.
- Experiencia: Como mínimo dos años en actividades ejecutivas o directivas en la Industria Hotelera, tener conocimiento de la Ley de Turismo y sus reglamentos, cursos especializados en evaluaciones financieras, conocimientos básicos de computación y de sistemas informáticos de hoteles y haber demostrado la capacidad para dirigir, supervisar y controlar.
- Aptitudes Especiales:
  - Capacidad de Liderazgo
  - Buenas Relaciones Humanas
  - Capacidad para resolver problemas



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: ADMINISTRADOR**

**DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO**

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE GENERAL**

### **1.- FUNCIONES**

- Representar al Hotel en todo aspecto económico legal social y cultural
- Seleccionar al personal que cubra las necesidades que se vayan dando en el Hotel
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno del Hotel
- Establecer políticas y estrategias que sirvan de marco de referencia para tomar decisiones para las diferentes áreas de trabajo
- Elaborar programas y elaborar objetivos a corto mediano y largo plazo
- Planear, coordinar y dirigir las funciones de las unidades de trabajo
- Establecer sistemas de control, supervisión y evaluación de programas
- Tomar decisiones para corregir desviaciones operativas en el desarrollo de las actividades
- Determinar los procedimientos y métodos específicos de trabajo
- Proponer medidas y ajustes a sus actividades y elaborar y presentar informes mensuales de su gestión para sus superiores
- Proponer candidatos para ocupar puestos en sus áreas así como estímulos para su personal.
- Velar por los recursos económicos, materiales y Humanos del Hotel
- Resolver los reclamos y prestar atención a las inquietudes de los clientes
- Planificar y coordinar eventos de capacitación para el personal del Hotel

- Supervisar el trabajo cotidiano de todas las personas que laboran el Hotel, pues son los encargados del desarrollo global de este.

## **2.- CARACTERISTICAS GENERALES**

- Mantener comunicación efectiva y oportuna entre los departamentos del Hotel
- Asegurar que el Hotel tenga el personal adecuado y que estos, estén debidamente capacitados, motivados y supervisados
- Mantener al máximo las ocupaciones de las habitaciones por medio de la publicidad, la promoción y el pronóstico preciso de ventas
- Mantener una imagen positiva y un servicio de buena calidad
- Mantener estadísticas relativas a las ventas de las habitaciones y los costos de operación
- Supervisar al personal con criterio y ética profesional
- Se encarga de coordinar las labores diarias de un hotel así como la atención con el público y cuestiones financieras
- Ser la persona que logra hacer que el hotel genere excelentes rendimientos económicos

## **3.- REQUISITOS**

- Preparación Académica: Instrucción Superior, Título de Ingeniero en Administración Hotelera, Ingeniero en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Economista, etc.
- Experiencia: Haber trabajado como mínimo dos años en trabajos similares; demostrar capacidad para dirigir y manejar los recursos disponibles que tenga a su cargo.
- Aptitudes Especiales:
  - Capacidad de Liderazgo
  - Rapidez de Decisión
  - Capacidad de juicio
  - Buenas Relaciones Humanas



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: CONTADOR - CONTADORA**

**DEPARTAMENTO: CONTABILIDAD**

**PUESTO INMEDITO SUPERIOR: ADMINISTRADOR**

**1. FUNCIONES**

- Organizar, sistematizar y dirigir la contabilidad del Hotel e intervenir todos los documentos de cobro y pagos correspondientes
- Revisar y controlar permanentemente los registros contables diarios
- Intervenir directamente en la organización contable del Hotel
- Comprobar y verificar estados de actividades económico-financieras e inventarios
- Elaborar el plan de cuentas de acuerdo a lo que dictaminan las NECS para la contabilización de cuentas del Hotel
- Elaborar procedimientos contables de registro y de control
- Certificar balances, previa verificación integral de la contabilidad
- Elaboración de Estados Financieros periódicos que sirvan para la toma de decisiones por parte de la Administración
- Llevar un control minucioso de los activos fijos que dispone el Hotel en relación a registro y ubicación
- Realizar las conciliaciones mensualmente
- Liquidar y controlar los anticipos entregados al personal
- Realizar arqueos oportunos de caja y conciliaciones bancarias mensuales
- Colaborar con la información requerida por el Administrador o el Gerente
- Cumplir con las funciones y reglamentos del Hotel
- Elaboración y cancelación de obligaciones tributarias mensuales y anuales

## **2. CARACTERISTICAS**

- Responsabilidad de controlar la contabilidad del Hotel y elaborar los Estados Financieros de acuerdo a las normas de contabilidad
- Rendir cuentas trimestrales de ingresos y gastos a la gerencia
- Formular el presupuesto y la cuenta general de ingresos y gastos de cada año sometiendo esta información ya la aprobación por parte de la gerencia
- Tener claros conocimientos de leyes tributarias, para realizar las declaraciones
- Capacidad para resolver los problemas que se le presenten en un momento indicado, es decir trabajar bajo presión
- Tener una buena comunicación con todo el personal del Hotel
- Realizar revisiones físicas de inventarios, análisis y pruebas contables
- Conservar en buen recaudo la información económica- financiera de la empresa para ser presentada cuando sea necesario.

## **3. REQUISITOS**

- Preparación Académica: Instrucción Superior, Título de Contador Público Autorizado CPA y tener actualizada la licencia profesional
- Experiencia: Haber trabajado como mínimo dos años como contador de una empresa y tener sólidos conocimientos de leyes y reglamentos contables actualizados, conocimientos básicos de Word, Excel, Internet.
- Aptitudes Especiales:
  - Capacidad de Liderazgo
  - Rapidez de Decisión
  - Coordinación General
  - Capacidad de juicio
  - Buenas Relaciones Humanas
  - Capacidad para resolver problemas
  - Habilidad Empresarial



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: RECEPCIONISTA**

**DEPARTAMENTO: RECEPCIÓN**

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: ADMINISTRADOR**

### **1.- FUNCIONES**

- Recibir, vender y asignar habitaciones a los clientes
- Hacer el registro de entrada de los clientes
- Dar la información de todos los servicios que ofrece el hotel
- Realizar diariamente el check in y el check out de las habitaciones que se ocuparon
- Realizar el cuadro de caja y entregarlo al auditor nocturno
- Realizar reportes diarios sobre el ingreso y la salida de los clientes
- Mantiene informado al personal de habitaciones y pisos sobre las decisiones de la administración
- Controlar y coordinar todas las reservaciones
- Realizar la facturación de las cuentas de los clientes
- Reportar al ama de llaves las habitaciones check out para fines de limpieza

### **2.- CARACTERISTICAS GENERALES**

- Responsabilidad de brindar un buen trato, excelente disposición y buena atención a los clientes, al momento de reservar y solicitar los servicios del hotel
- Debe mantener una buena comunicación con todas las personas que laboran en las diferentes áreas del hotel

- Atiende las sugerencias y quejas de los clientes del hotel en cuanto a la asignación de habitaciones y reservaciones
- Vigilar y controlar los cupos de los huéspedes para asegurarse de que no sobrepasen el número de habitaciones contratadas

### **3.- REQUISITOS**

- Preparación académica: Instrucción Superior, estudios superiores en Hotelería y Turismo
- Experiencia: Como mínimo dos años de haber trabajado en actividades similares, tener conocimientos básicos de computación, y capacidad para trabajar bajo presión
- Aptitudes Especiales:
  - Buen manejo de Recursos Humanos
  - Observación
  - Capacidad para resolver imprevistos
  - Visión



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: COCINERO JEFE**  
**DEPARTAMENTO: ALIMENTOS Y BEBIDAS**  
**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: ADMINISTRADOR**

**1. FUNCIONES**

- Definir las políticas a seguir en la cocina
- Determinar los estándares de compras para todas las mercancías utilizadas en la cocina
- Planificar y actualizar semanalmente los menús diarios y los platos a la carta del restaurante
- Preparar los materiales para platos a la carta (filetear carnes rojas y blancas hacer porciones los mariscos, etc.)
- Establecer los procedimientos adecuados para el control de los costos de producción
- Solicitar el personal adecuado, con base en la producción de la cocina prevista para cada día
- Designar correctamente las funciones a cada miembro del personal
- Usar los materiales de acuerdo a su permanencia en bodega y refrigeración
- Supervisar o verificar que el trabajo de los ayudantes de cocina se cumplan con las normas de higiene adecuadas
- Mantener ordenada y limpia la cocina
- Notificar cualquier novedad suscitada en la cocina a la Administración

- Verificar el estado de los implementos de cocina, a fin de solicitar al jefe de adquisiciones la reposición inmediata en el caso de ser necesario
- Cumplir con el horario de trabajo establecido y cumplir con las funciones y reglamentos del Hotel

## **2. CARACTERISTICAS GENERALES**

- Establecer una comunicación efectiva con todo el personal de la cocina así como también con el de las otras áreas
- Preocuparse de la capacitación continua de su personal, así como el desarrollo profesional del mismo
- Responsabilidad de mantener una buena imagen del servicio de restaurante cumpliendo con las disposiciones dadas por el Hotel
- Supervisar minuciosamente la limpieza, higiene, sanidad e higienización de la materia prima, así como de las diversas áreas de servicio y de todo su personal
- Usar siempre los recetarios de cocina, llevar un control estricto de las porciones

## **3. REQUISITOS**

- Preparación Académica: Instrucción Superior, Título de chef o Tecnólogo en Gastronomía
- Experiencia: Cinco años en actividades similares, tener cursos de cocina nacional e internacional y capacidad para dirigir, supervisar y controlar
- Aptitudes Especiales:
  - Destreza y Habilidad en la cocina
  - Capacidad para trabajar bajo presión
  - Capacidad de Liderazgo
  - Buenas Relaciones Personales



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: AYUDANTE DE COCINA**

**DEPARTAMENTO: ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: COCINERO JEFE**

### **1. FUNCIONES**

- Mantener una estrecha comunicación con el chef para elaborar los planes de trabajo y diseñar los nuevos menús
- Revisar diariamente el buen funcionamiento de las cámaras y los refrigeradores
- Verificar stock d ingredientes necesarios para la preparación de los alimentos
- Pesar y guardar en fundas las porciones de materiales que se requieran en la preparación de los platos
- Supervisar la calidad de los productos a utilizar para la elaboración de los platos
- Mantener estricto control sobre la producción de alimentos con el fin de que no rebase el costo de operación
- Supervisar que se preparen todos los paltos siguiendo los estándares de calidad, cantidad y presentación establecidos
- Hacer el lavado de todos los utensilios de cocina
- Mantener ordenada y limpia la cocina
- Otras actividades que sean encomendadas por el Cocinero Jefe
- Cumplir con el horario establecido de trabajo

## **2. CARACTERISTICAS GENERALES**

- Sustituir al chef durante su ausencia
- Cumplir con todas las normas de higiene personal y de toda la infraestructura usada en la preparación de los platos
- Mantener actualizado el tablero con la información diaria sobre entradas y salidas de huéspedes, llegadas de grupos y ocupación estimada, así como sobre los programas del día y futuros
- Solicitar, recibir, distribuir y supervisar que todo el personal utilice correctamente el equipo, materiales y suministros así como los productos y materias primas necesarias para una adecuada operación de la cocina
- Atender las quejas del personal de cocina sobre el mal funcionamiento del equipo, elaborar la orden de trabajo respectiva para mantenimiento y dar seguimiento a la misma

## **3. REQUISITOS**

- Instrucción Académica: Instrucción superior; Tecnólogo en Gastronomía con amplios conocimientos preparación de alimentos
- Experiencia: Dos años en actividades similares, tener experiencia en la preparación de platos nacionales e internacionales, cursos de cocina etc. conocimientos básicos de higiene y salubridad
- Aptitudes Especiales:
  - Capacidad para trabajar bajo presión
  - Capacidad de liderazgo
  - Rapidez de decisión
  - Capacidad de juicio



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: MESERA-O**

**DEPARTAMENTO: ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: COCINERO JEFE**

### **1. FUNCIONES**

- Estar pendiente de los requerimientos del cliente para darle atención rápida y oportuna
- Recibir y atender amablemente al cliente y vender los servicios que presta el Hotel
- Entregar al cliente la carta dando explicaciones necesarias y tomar nota del pedido
- Servir al cliente el pedido que el cliente hizo en el menor tiempo que sea posible
- Cuidar que las mesas tengan todos los implementos necesarios (cubiertos, vajillas, salsas, etc.)
- Decorar las mesas del restaurante
- Atender al cliente con el pago de la factura
- Ayudar en la cocina cuando haya demanda de clientes
- Evaluar la cliente el servicio entregado y agradecer por su visita
- Reemplazar a la cajera y cumplir sus funciones cuando ella se ausente
- Hacer la limpieza del restaurante
- Mantener stocks completo de las bebidas
- Cumplir con el horario de trabajo establecido

## **2. CARACTERISTICAS GENERALES**

- Responsabilidad de mantener una buena imagen del servicio de restaurante y cumpliendo con las disposiciones dadas por la Administración del Hotel
- Atender de manera eficiente a todos los clientes
- Responsable del aseo personal y de todos los implementos utilizados en el restaurante para la atención de los clientes
- Lograr la satisfacción del cliente antes de su llegada, a su llegada, durante su estancia y hasta el momento de su salida

## **3. REQUISITOS**

- Preparación Académica: Instrucción Superior no necesaria, como mínimo Bachiller
- Experiencia: Dos años en actividades similares, tener conocimiento de atención a clientes y conocimiento básico de higiene
- Aptitudes Especiales:
  - Facilidad de palabra
  - Buenas Relaciones Humanas
  - Habilidad Expresiva
  - Cordialidad
  - Amabilidad
  - Paciencia



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: CAMARERAS-OS**

**DEPARTAMENTO: HABITACIONES Y PISOS**

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: MESEROS- AS**

### **1. FUNCIONES**

- Mantener ordenadas y limpias, decoradas y bien presentadas las habitaciones
- Llevar un inventario de los bienes existentes en cada habitación Hacer la entrega al cliente de los bienes e implementos que se encuentran en la habitación
- Cuando sea necesario brindar el servicio de botones y otras actividades similares
- Estar uniformada impecablemente hasta el final de la jornada de trabajo
- No cambiar el turno de trabajo con una compañera sin pre avisar en la Administración
- Informar sobre toda rotura o daño que se presente en la habitación, también sobre valores, joyas, llaves o cualquier irregularidad
- Limpieza rápida del pasillo
- Limpieza a fondo de las escaleras tramo que corresponde a cada piso
- Repaso de las habitaciones libres
- Limpieza de las habitaciones de salida
- Limpieza de las habitaciones ocupadas a limpiar
- Llevar los blancos sucios de las habitaciones a la lavandería
- Retirar de la lavandería los blancos limpios para armar las habitaciones

- Limpieza afondo del pasillo
- Repasar las escaleras Llenar la hoja del control de pisos

## **2. CARACTERISTICAS GENERALES**

- Revisar que las habitaciones se encuentren con todo lo necesario y listas para ser ocupadas por los clientes
- Atender al cliente, indicarle las habitaciones y proporcionarle la información que el requiera
- Conocimiento del régimen interno del Hotel
- Responsabilidad con respecto a las llaves del piso y no dejar entrar a nadie a las habitaciones de los clientes si no van acompañados por ella
- Revisar las habitaciones después de que hayan sido entregadas por el cliente y entregar las llaves de las habitaciones utilizadas

## **3. REQUISITOS**

- Preparación Académica: Como mínimo Bachiller
- Experiencia: Dos años desempeñándose en trabajos similares, conocimiento sobre atención al cliente, normas de higiene etc.
- Aptitudes Especiales:  
Puntualidad y disciplina  
  
Educación y cortesía  
  
Buenas Relaciones Humanas



**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: GUARDIA DE SEGURIDAD**

**DEPARTAMENTO: SEGURIDAD**

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: NINGUNO**

## **1. FUNCIONES**

- Prevenir el robo teniendo un estricto control de las personas que ingresan y salen del Hotel
- Llevar una bitácora de novedades en la cual debe anotar el nombre, características de las personas y vehículos que entren y salgan previa presentación de un documento de identificación
- Presentar un informe diario a la administración sobre las novedades acontecidas
- Restringir el acceso de vehículos no autorizados por el Hotel
- Dar la bienvenida a los huéspedes que lleguen al Hotel
- Proporcionar la información requerida por los clientes
- Vigilancia de áreas públicas
- Vigilancia de las Habitaciones
- Vigilancia de las oficinas
- Vigilancia de las áreas de personal
- Cumplir con el horario de trabajo establecido
- Otras actividades que sean dadas por la administración

## **2. CARACTERISTICAS GENERALES**

- Deben estar correctamente uniformados y con el armamento entregado
- Contar con el equipo básico como es el chaleco antibalas, linterna, gas etc.
- Responsable del arma que tiene a su cargo

## **3. REQUISITOS**

- Preparación Académica: Como mínimo Bachiller
- Experiencia: Cinco años en actividades de guardianía privada, mantener cursos de entrenamiento de defensa personal etc.
- Aptitudes Especiales:
  - Trato Amable
  - Responsabilidad
  - Puntualidad
  - Discreción
  - Buena presencia



## **HOTEL “MARÍA JOSÉ”**

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO: JEFE DE MANTENIMIENTO**

**DEPARTAMENTO: MANTENIMIENTO**

**PUESTO INMEDIATO SUPERIOR: ADMINISTRADOR**

### **1. FUNCIONES**

- Lograr prolongar la vida útil de los bienes, obtener un rendimiento aceptable de los mismos durante más tiempo y a reducir el número de fallas
- Realizar una serie de actividades cuya ejecución permita alcanzar un mayor grado de confiabilidad en los equipos, máquinas e instalaciones
- Informar a la administración sobre los daños en equipos, máquinas para realizar el debido mantenimiento o reparación que fuese necesario
- Establecerá y vigilará las rutinas que implemente al personal a su cargo para alcanzar los objetivos
- Su jornada laboral está sujeta a las necesidades de su cargo, a efecto de verificar el buen funcionamiento de los equipos que el Hotel dispone
- Dar al operador instrucciones fijas, sencillas y rutinarias
- Procurar un buen ambiente de trabajo
- Participar en la elaboración y el cumplimiento del programa de mantenimiento
- Otras actividades que diga el Administrador

## **2. CARACTERISTICAS GENERALES**

- Solicitar a la Administración el material y equipos necesarios para el desempeño de su labor, llevando el inventario del mismo, del cual será responsable
- Será nombrado por el gerente General y permanecerá en su cargo el tiempo que él considere necesario

## **3. REQUISITOS**

- Preparación Académica: Bachiller más una carrera técnica en electricidad
- Experiencia: No menos de seis meses en un puesto de nivel inferior de la rama afín.
- Aptitudes Especiales:  
Destreza y Habilidad  
  
Buenas Relaciones Humanas  
  
Responsabilidad

#### 4.5. OBJETIVOS GENERAL DEL PLAN DE MARKETING

- Persuadir a los potenciales clientes, para que sean posibles consumidores

##### 4.5.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Cuadro # 45

OBJETIVOS	ESTRATEGIA	PROPÓSITO
1.- Incentivar y reconocer el trabajo de los trabajadores del Hotel María José.	*Premios económicos * Reconocer al mejor empleado del mes * Otorgar diplomas	Contar con un personal especializado y dispuesto a relacionarse con el turista llegando a cumplir las exigencias a través de la amabilidad y cortesía.
2.- Mejorar el servicio al turista a través de capacitaciones al personal que labora en el Hotel María José	* Realización de talleres * Dar capacitaciones de la atención al cliente	
3.- Lograr una mayor aceptación en el mercado ofreciendo nuevos servicios	* Opciones de menú en el hotel * Paquetes turísticos * Un salón de reuniones.	Satisfacer las necesidades y requerimientos de los turistas
4.- Dar a conocer los productos y servicios que ofrece el Hotel María José	* A través de: * Hojas volantes * Vallas publicitarias * Publicidad televisiva	Lograr un posicionamiento en las mentes de los turistas potenciales.

- **OBJETIVO 1:** Incentivar y reconocer el trabajo de los trabajadores del Hotel María José

Con este objetivo el hotel María José logrará que los empleados trabajen con eficiencia y eficacia.

**Cuadro # 46**

ESPECIFICACIONES	INCENTIVO	TIEMPO	RESTRICCIONES
Por el buen desempeño laboral de los trabajadores del hotel María José	*Premios económicos de \$50	* Cada 6 meses	Ninguna
	* Reconocer al mejor empleado del mes	* Cada 6 meses	Ninguna
	* Otorgar diplomas	* Cada 6 meses	Ninguna
	* Dar uniformes	-	Ninguna

ELABORADO POR: Gabriela Maya.

- **OBJETIVO 2:** Mejorar el servicio al turista a través de capacitaciones al personal que labora en el Hotel María José

**Cuadro # 47**

<b>OBJETIVO</b>	<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>DIRIGIDO A</b>	<b>TIEMPO DE DURACIÓN</b>
Mejorar en la atención al cliente. (Logrando una excelencia en el servicio.)	Técnicas de atención al cliente	Recepcionista Meseros Administradores	16 horas
Aplicación de nuevas técnicas y metodologías de higiene y manipulación de alimentos	Técnicas de atención al cliente	Cocineros Meseros Ayudantes de cocina	16 horas
Lograr un compromiso de los trabajadores con el hotel en beneficio de todos.	Motivación al personal	Todo el personal	16 horas

ELABORADO POR: Gabriela Maya.

- **OBJETIVO 3:** Lograr una mayor aceptación en el mercado ofreciendo nuevos servicios

Debido a los nuevos requerimientos de los turistas se hace necesario el implemento de nuevos servicios como son: nuevas opciones de menú en el restaurant del hotel, a la vez incrementar la decoración del mismo, incremento de paquetes turísticos de diversión para los turistas.

### a.- NUEVOS SERVICIOS

**Cuadro # 48**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>BENEFICIO</b>
Paquetes turísticos	Provisto de: Caminatas Noches de diversión Alimentación Hospedaje	5% de descuento a partir de 60 personas

ELABORADO POR: Gabriela Maya.

### b.- NUEVAS OPCIONES DE MENÚ EN EL RESTAURANT E INCREMENTO DE LA DECORACIÓN

**Cuadro # 49**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>BENEFICIO</b>
Mayor diversidad de platos	En el Recinto las Peñas cuenta con diversidad de mariscos, a la vez se realizaría diversidad de platos tales como sopa marinera, a la vez se incrementaría platos de la sierra ya que los turistas lo requieren.	Degustar de la gastronomía costeña

ELABORADO POR: Gabriela Maya.

**Cuadro # 50**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>BENEFICIO</b>
Decoración del restaurant	En cuanto a la decoración se realizaría cuadros de los platos típicos de la zona para llamar la atención al cliente.	Satisfacción del cliente

ELABORADO POR: Gabriela

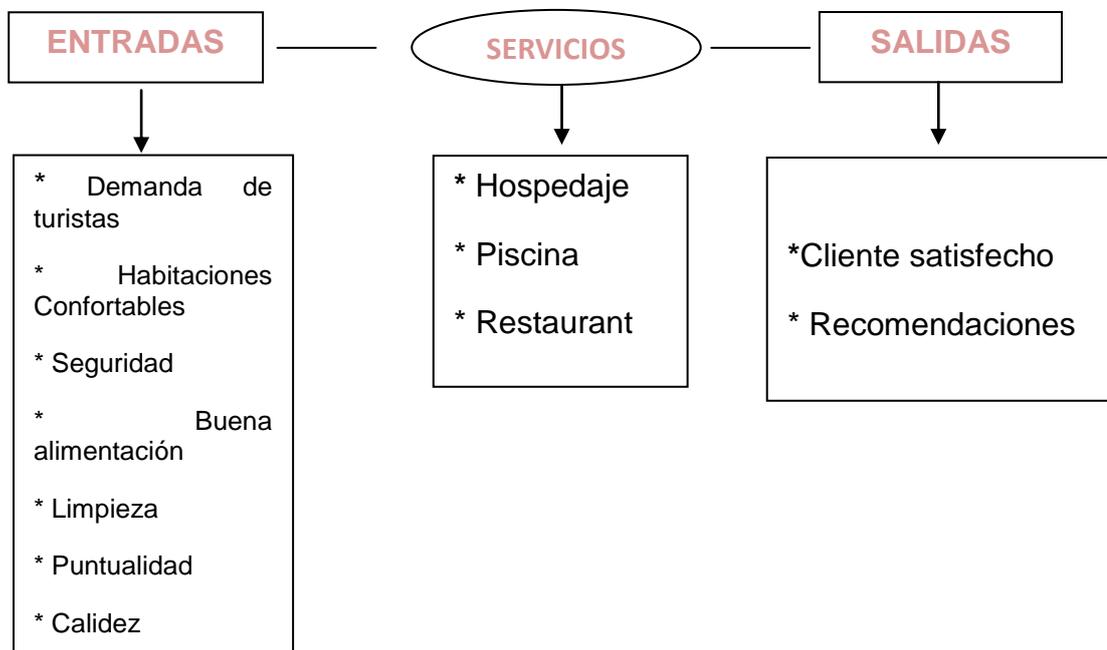
- **OBJETIVO 4:** Dar a conocer los productos y servicios que ofrece el hotel María José

- **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

Las estrategias de comunicación que empleará el Hotel María José será la publicación de vallas publicitarias, por otra parte también se utilizará cuñas radiales, se utilizará trípticos que mostrarán la gran variedad de servicios que ofrece el Hotel; y se contará con tarjetas de presentación que detallarán los servicios a los que puede el turista tener acceso. Además se realizará convenios con agencias de viaje, para la formulación de paquetes turísticos, lo cual beneficiará directamente al establecimiento, promocionándolo a nivel nacional e internacional permitiendo al turista seleccionar el servicio que desea, tomando en cuenta aspectos como accesibilidad, comodidad, seguridad y confianza proyectada.

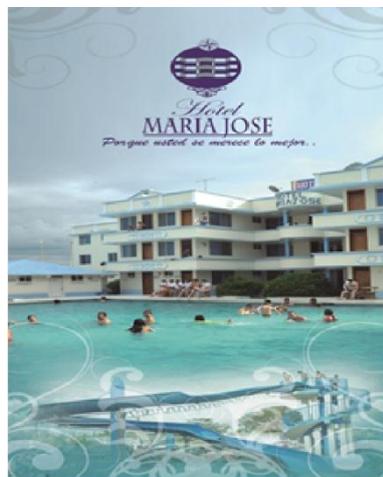
- **MODELO DE GESTIÓN**

El hotel María José hará llegar directamente los servicios a los turistas que visitan el Recinto las Peñas sin intervención de intermediarios, ya que a través de esto se puede tener más cerca de los clientes y saber si se está cumpliendo con los objetivos y con la satisfacción de los turistas.



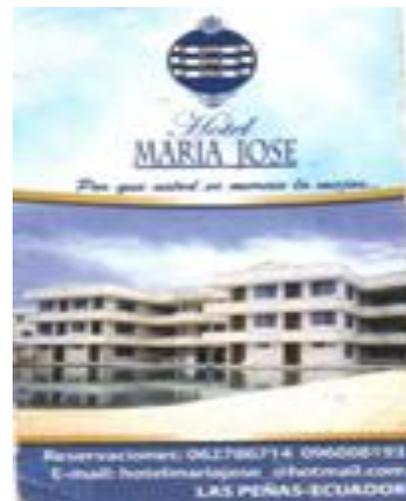
- Los cambios de la publicidad:

**TARJETA ACTUAL**



Las Peñas, Calle Malecón, Esmeraldas – Ecuador  
 Telf: (06) 2786714-080-611-018-038-395-478  
 • E-mail: hotelmariajoseinfo@gmail.com

**TARJETA ANTERIOR**



Reservaciones: 062786714-006008193  
 E-mail: hotelmariajoseinfo@hotmail.com  
 LAS PEÑAS-ECUADOR

## PAGINA WEB DEL HOTEL MARIA JOSE

### HOTEL MARÍA JOSÉ – LAS PEÑAS – ESMERALDAS

Porque usted se merece lo mejor . . .



[Inicio](#) [Servicios](#) [Diversión](#) [Contáctenos](#)

■ Inicio



[español](#) | [english](#)

Nuestro Hotel está ubicado en las playas de Las Peñas – Esmeraldas – Ecuador y ofrece a nuestros huéspedes una de las vistas más espectaculares de la costa Ecuatoriana. Todo esto inmerso en un paraíso de 60 000 m2 de jardines con exóticas flores y espacios verdes de vegetación nativa.

Ídeal para la observación de pájaros dentro de una exuberante vegetación. El hotel cuenta con acceso a la playa.

#### LINKS

- [Ecuador a Cambio de "Hotel María José"](#)
- [Ministerio de Turismo del Ecuador](#)

#### 4.5.2 ESTRATEGIA BÁSICA

La estrategia básica de marketing que utilizaría el hotel María José sería la entrega de la diferenciación del servicio a los turistas locales, nacionales y extranjeros que visitan el Recinto las Peñas, por ende el Hotel, para de esta manera entregar un servicio de calidad mediante los paquetes turístico que contienen valor agregado y así conseguir la satisfacción del turista.

#### 4.5.3 LOGOTIPO

El hotel María José cuenta tiene el presente logo, el cual se identifica de los demás hoteles que se encuentran en el sector.



#### 4.5.4 TÉCNICAS DE VENTA DEL SERVICIO

Las técnicas que se aplicaran luego de la capacitación a los trabajadores serán las siguientes:

- **Atraer la atención del Cliente**

Para llegar al cumplimiento de esta técnica se deberá realizar cumplidos y elogios, a través de la buena atención para que el cliente se

sienta en confianza y a la vez sea bien atendido respetuosamente, dando siempre las gracias por la visita y por ende despertar la curiosidad a cerca de los servicios que se ofrece.

- **Crear y retener el interés del cliente**

Se necesita crear un interés hacia lo que se está ofreciendo y retenerlo el tiempo suficiente como para terminar la presentación. Para ello, se recomienda Ayudar al cliente a identificar y reconocer la necesidad que tiene en cuanto a los servicios que ofrece el hotel María José, a la vez hacer unas cuantas sugerencias tentadoras sobre la forma del servicio.

- **Despertar el deseo por adquirir lo que se está ofreciendo**

Se necesita ayudar a los clientes que visitan el hotel María José entiendan que el producto o servicio que se le está presentando, logrará la satisfacción de sus necesidades o deseos.

#### **4.5.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

En cuanto a la promoción y publicidad que el hotel María José implementará para darse a conocer será a través:

- **Promoción**

La promoción será mediante descuentos por paquetes contratados, rebajas en la alimentación por la contratación de paquetes los cuales son hospedaje incluido comida, a la vez para las noches de diversión se entregará una bebida de bienvenida.

- **Publicidad**

En cuanto a la publicidad se lograra mediante vallas publicitarias ubicadas en la entrada del recinto las Peñas, se entregara hojas volantes

a los turistas con toda la información de los servicios que ofrece el hotel María José, a la vez se entregara tarjetas de presentación con todos los datos del hotel.

#### **4.5.6 Políticas de precio**

- Las políticas iniciales son:
- Para fijar los precios se toma como base los costos de los insumos.
- A la vez se toma en cuenta los costos de la mano de obra implementada en el Hotel María José.
- Para sustentar precios competitivos se tomará en cuenta los precios de la competencia.

#### **4.5.7 PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS EN CUANTO A LOS PAQUETES TURÍSTICOS**

- **Objetivo General.**

Realizar paquetes turísticos en los que se aproveche la riqueza natural, comercial y cultural que posee el Recinto las Peñas y por ende el Hotel María José, dando siempre un realce especial en el consumo en cuanto al hospedaje, alimentación y diversión de los turistas.

- **Específicos.**

- a) Incrementar la afluencia de turistas para el Hotel María José.
- b) Generar ingresos económicos para el Hotel María José, mediante la demanda de diversos servicios.

- **Misión.**

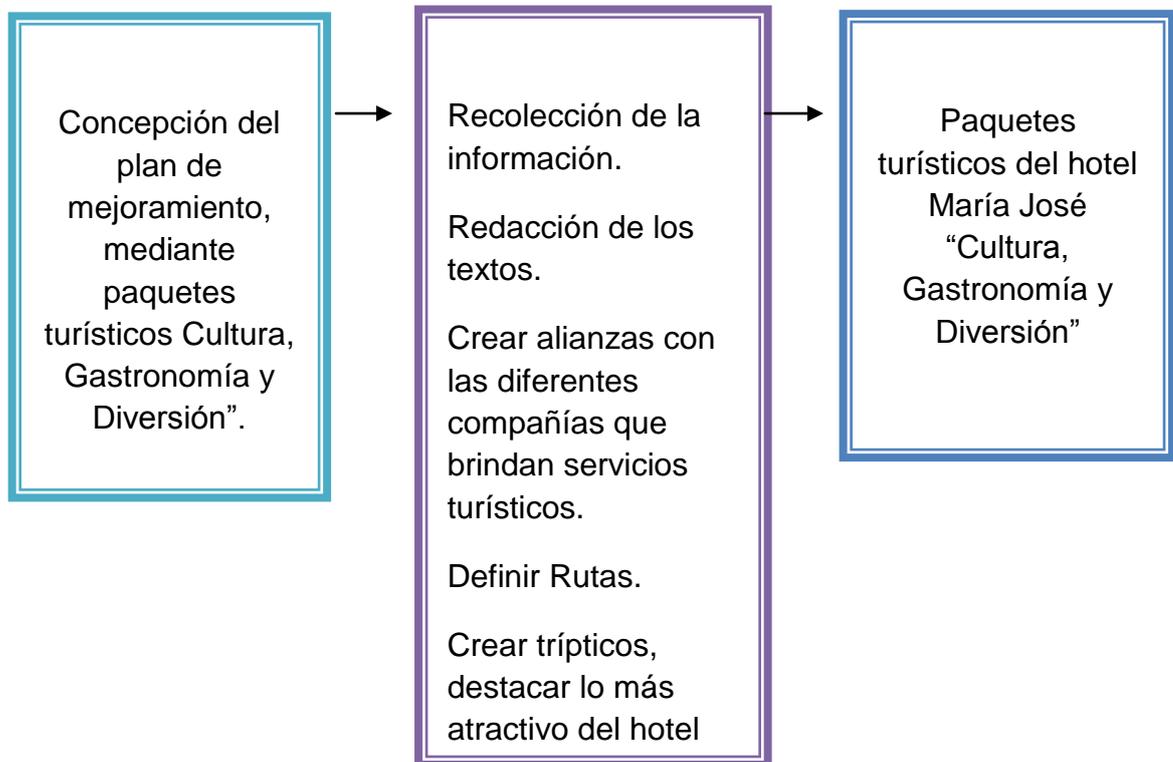
Un paquete turístico es la manera por la cual un producto se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el cual se abona un precio. Es por esta manera que se realiza el siguiente paquete en los cual se observa los aspectos más importantes.

- **Visión.**

El recinto las Peñas dentro de una proyección a corto plazo, se convertirá en paso obligatorio para los turistas de otras provincias que ávidos de diversión y discernimiento buscaran al recinto para degustar la gastronomía local.

- **Propuesta Operativa.**

**a). Diagrama de Procesos.**



- **Descripción del Recinto las Peñas**

- a) **Playa de las Peñas**



Cuenta con 24 km de playas vírgenes, en las cuales se puede disfrutar del sol y sus cálidas aguas durante todo el año

- b) **Gastronomía**



La gastronomía se basa en la preparación de mariscos, los platos típicos más representativos son la bandeja de mariscos, el “tapao” y el “encocado”, del cual el principal aderezo es el coco y los exquisitos ceviches.

### c) Arte y cultura

En el recinto las Peñas y toda la zona de expresiones culturales ancestrales que se han fusionado junto a la dinámica del pueblo negro, siendo lo más representativo de la zona, la música y la danza tradicional autóctona conocida como el baile de la marimba.

### d) Artesanías



La producción artesanal más típica es la fabricación de marimbas, cununos, guasas, maracas, además se comercializan artesanías, chachis como la cestería que es de excelente calidad, también se trabaja el coco, tagua, chonta, balsa, spondylus, collares, aretes, lámparas, floreros y más

- **Sitios de interés**

#### a) Tolita Pampa de Oro



A escasos 20 minutos de las Peñas en carro y unos 10 minutos mas en lancha se encuentra la Isla Tolita Pampa de Oro, aquí se desarrollo la cultura la Tolita 600 A.C 400 D.C, este era un centro ceremonial, visitado por las culturas de los actuales territorios de Perú, Colombia, Centroamérica, se puede disfrutar de toda esta gran aventura acompañado por un guía nativo.

### **b) Manglares Majagual**



Los manglares más altos del Mundo Majagual se encuentran a 15 minutos de las Peñas, a la vez se puede observar la naturaleza que rodea los manglares. Por ende observar pueblitos de pescadores como Vainillita, Bolsoria, Rompido, Molina en los cuales se observará y participar de la pesca artesanal, a demás se puede comprar mariscos ya que en muchos de estos sitios hay centros de acopio y bodegas en donde se comercializa estos productos.

### e) Cuevas del Amor



Estas formaciones cavernosas caprichosamente esculpidas en las peñas por la fuerza del océano son un atractivo muy visitado por todos los turistas que llegan a esta playa, para poder llegar a ellas la marea debe estar baja.

### f) Avistamiento de Ballenas



En el mes de junio empieza la temporada de avistamiento de ballenas jorobadas extendiéndose hasta agosto. A la vez se podrá realizar avistamientos de aves en los recorridos por los esteros cercanos, por ende se podrá disfrutar de la flora y fauna de la zona.

## OPCIONES DE PAQUETES TURISTICOS

### OPCION # 1

HORA	DETALLE	ACTIVIDADES
08:00	Concentración en el Hotel María José	
08:00	Desayuno en el restaurant del hotel	Desayuno
09:30	Breve recorrido hacia la playa	Caminata por los centros de artesanías en el Recinto
10:30	Caminata a las cuevas del Amor	Sesión de fotos
11:00	Lunch	
12:00	Regreso al Hotel	
13:00	Almuerzo en el restaurant del hotel	Almuerzo
14:30	Excursión al majagual	En lancha
17:00	Regreso al Hotel	
19:00	Merienda en el restaurant del hotel	Merienda
21:00	Noche de diversión	Baile

### OPCION # 2

HORA	DETALLE	ACTIVIDADES
08:00	Concentración en el Hotel María José	
08:00	Desayuno en el restaurant del hotel	Desayuno
09:30	Recorrido a la Tolita	Conocer la pampa de Oro Sesión de fotos
10:30	Lunch	

HORA	DETALLE	ACTIVIDADES
12:00	Regreso al Hotel	
13:00	Almuerzo en el restaurant del hotel	Almuerzo
14:30	Diversión en la playa	En lancha, banana
17:00	Regreso al Hotel	
19:00	Merienda en el restaurant del hotel	Merienda
21:00	Noche de diversión	Baile

### OPCION # 3

HORA	DETALLE	ACTIVIDADES
08:00	Concentración en el Hotel María José	
08:00	Desayuno en el restaurant del hotel	Desayuno
09:30	Caminata en la playa	Conocer las cuevas del amor. Sesión de fotos
10:30	Lunch	
11:00	Avistamiento d ballenas	En bote
12:00	Regreso al Hotel	
13:00	Almuerzo en el restaurant del hotel	Almuerzo
14:30	Excursión al majagual	En lancha
17:00	Regreso al Hotel	
18:00	Merienda en el restaurant del hotel	Merienda
20:00	Noche de fogata en la playa	Música, juegos

- **Recomendaciones:** Llevar vestimenta cómoda (calentadores, Camisetas, etc.)/ Protector solar/ Cámara Fotográfica, Video grabadora (opcional)
- **Incluye:** Alimentación / Refrigerios/ Guías /Asistencia permanente.

## 4.6. PLAN FINANCIERO

### 4.6.1. INVERSIÓN INICIAL

El presente trabajo requiere de una inversión para su ejecución, con el fin de costear todos los recursos humanos, materiales y económicos y de esta manera poder efectuar todo lo detallado en el plan de negocios.

El valor total requerido es de \$15.149,75 (quince mil, ciento cuarenta y nueve con setenta y cinco centavos de dolar), es decir para inversión propia 4544,92 y para inversión financiada de 10604,82, los que son considerados como un desembolso requerido para la ejecución del proyecto. Esta inversión se efectuará para ser destinada a las siguientes actividades:

### 4.6.2 COSTO DE CAPITAL

**Cuadro # 51**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Inversion propia	4544,92	30
Inversion financiada	10604,82	70
<b>TOTAL</b>	<b>15149,75</b>	<b>100,00</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

**Cuadro # 52**  
**DESTINO DE LA INVERSIÓN**

<b>INVERSIÓN VARIABLE</b>	<b>4544,92</b>
<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>2146,01</b>
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	
Equipo informático	<b>1681,93</b>
Muebles y equipo	<b>2483,00</b>
Menaje	<b>2526,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6690,93</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

**Cuadro # 53**

**CUADRO DE COSTO DE CAPITAL**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversion propia	4544,92	30	8	240
Inversion financiada	10604,82	70	11	770
<b>TOTAL</b>	<b>15149,75</b>	<b>100,00</b>		<b>1010,00</b>

FUENTE: Investigación directa  
Elaborado por: Gabriela Maya

**RENDIMIENTO MINIMO DEL PROYECTO=** 1010/100=10,10%

**4.6.3 CÁLCULO DE LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO**

**Cuadro # 54**

Préstamo:	70%
Tasa de interés	11%
Capital propio:	30%
Tasa de oportunidad:	8%
Impuesto a la renta:	25%

$$TRD=(0,7 * 0,11(1-0,25)+(0,30 * 0,08)$$

**TRD= 8%**

**4.6.4 CAPITAL DE TRABAJO**

**Cuadro # 55**

Item	Detalle	Valor
1	Equipamiento	1.681,93
2	Menaje	2.526,00
3	Muebles y equipo	2.483,00
4	Uniformes básicos	300,00
	<b>Capital de trabajo</b>	
5	Remuneraciones	3708,37
6	Coso fijo	850,64
7	Costo Variable	522,80
8	Costos de operación	3.077,00
	<b>TOTAL</b>	<b>15.149,75</b>

FUENTE: Investigación directa  
Elaborado por: Gabriela Maya

- **EQUIPAMIENTO**

**Cuadro # 56**

Item	Equipo	CANTIDAD	V. UNIT	V. TOTAL
1	Lapto modelo HP Dv4-2161nr2ghz 4g	1,00	938,19	938,19
2	Proyector de imagen 2500 Lumenes Beng	1,00	743,74	743,74
<b>TOTAL</b>		<b>2,00</b>		<b>1.681,93</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

- **MENAJE**

**Cuadro # 57**

Item	Detalle	Cantidad	V. Unit	V. Total
1	Manteles	30,00	27,00	810,00
2	Cubremanteles	30,00	4,00	120,00
3	Cobertores de sillas	120,00	10,90	1308,00
4	Lazos	120,00	2,40	288,00
<b>TOTAL</b>				<b>2526,00</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

- **MUEBLES Y ENSERES**

**Cuadro # 58**

Item	Detalle	Cantidad	V. Unit	V. Total
1	Sillas plásticas	120,00	8,49	1018,80
2	Mesas	30,00	45,00	1350,00
3	Basureros	20,00	3,46	69,20
4	Floreros	30,00	1,50	45,00
<b>TOTAL</b>				<b>2483,00</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

- **UNIFORMES BÁSICOS**

**Cuadro # 59**

Item	Detalle	Cantidad	V. Unit	V. Total
1	Camisetas	30,00	10,00	300,00
<b>TOTAL</b>				<b>300,00</b>

#### 4.6.5 PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN

Cuadro # 60

Item	Materia prima	Medida	Cant. Día	Cant. Sem.	Cant. Mes	Cant. Año	PRECIO U. (\$)	Val. Día	Val. Sem.	Val. mes	Val. Año
1	Aceite	Lt	1	3	15	180	1,00	1,00	3,00	15,00	180,00
2	Cubeta de huevos		1	5	20	240	2,00	2,00	10,00	40,00	480,00
3	Sal	kl	1	2	3	36	1,00	1,00	2,00	3,00	36,00
4	Achotes	Lt	1	3	10	120	1,00	1,00	3,00	10,00	120,00
5	Fundas de basura	\$	1	5	10	120	1,00	1,00	5,00	10,00	120,00
6	Gas	cl	2	2	8	96	2,50	5,00	5,00	20,00	240,00
7	Papas	qq	1	2	4	48	8,00	4,00	16,00	32,00	384,00
8	Panes		12	60	240	2.880	0,12	1,44	7,20	28,80	345,60
9	Leche	Lt	1	5	20	240	0,70	0,70	3,50	14,00	168,00
1	Tacho de cloro y pastillas	\$	1	1	1	12	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
<b>TOTAL</b>								<b>367,14</b>	<b>404,70</b>	<b>522,80</b>	<b>6.273,60</b>

FUENTE: Investigación directa

Elaborado por: Gabriela Maya

#### 4.6.6 PRESUPUESTO DE INGRESOS

##### VENTAS

**Cuadro # 61**

Item	Tamaño	Cantidad				PVP	Venta			
		Día	Semana	Mes	Año	Unitario	Día	Semana	Mes	Año
1	Hospedaje	20	100	400	4.800	11,20	224,00	224,00	448,00	5.376,00
2	Restaurant	125	625	2.500	30.000	20,00	2.500,00	2.500,00	5.000,00	60.000,00
3	Piscina	60	300	1.200	14.400	3,00	180,00	180,00	360,00	4.320,00
<b>Total</b>						<b>34,20</b>	<b>2.904,00</b>	<b>2.904,00</b>	<b>5.808,00</b>	<b>69.696,00</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

#### 4.6.7 PRESUPUESTO DE COSTOS DE LA PROPUESTA

- CAPACITACIÓN**

**Cuadro # 62**

CANT	DETALLE	COSTO	TOTAL	ANUAL
2	Capacitación de personal	180,00	360,00	360,00
2	Diplomas	1,00	2,00	24,00
<b>TOTAL</b>		<b>181,00</b>	<b>362,00</b>	<b>386,00</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

- **PUBLICIDAD**

**Cuadro # 63**

<b>CANT</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>ANUAL</b>
1500	Hojas volantes	0,15	225,00	2700,00
2000	Trípticos informativos	0,17	340,00	4080,00
2000	Tarjetas de presentación	0,05	100,00	1200,00
2	Vallas Publicitarias	875,00	1750,00	21000,00
30	Catálogos de menús	10,00	300,00	3600,00
<b>TOTAL</b>		<b>885,37</b>	<b>2715,00</b>	<b>32580,00</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

#### 4.5.8 PRESUPUESTO DE GASTOS

#### GASTOS ADMINISTRATIVOS

**Cuadro # 64**

<b>Item</b>	<b>Puesto</b>	<b>Cant.</b>	<b>Sueldo Basico</b>	<b>horas extras</b>	<b>13er. S.</b>	<b>14to. S.</b>	<b>Total Ingresos</b>	<b>Patronal IESS</b>	<b>Total Adicional</b>	<b>Costo /mes</b>	<b>Costo/mes</b>	<b>Costo/año</b>
										<b>Total indiv.</b>	<b>Total General</b>	<b>Total General</b>
1	Gerente	1	300,00	6,00	25,50	50,00	381,50	33,45	33,45	414,95	414,95	4.979,40
1	Administrador	1	264,00	6,00	22,50	44,00	336,50	29,44	29,44	365,94	365,94	4.391,23
3	Trabajadores	8	264,00	6,00	22,50	44,00	336,50	29,44	29,44	365,94	2.927,49	35.129,86
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>	<b>828,00</b>	<b>18,00</b>	<b>70,50</b>	<b>138,00</b>	<b>1.054,50</b>	<b>92,32</b>	<b>92,32</b>	<b>1.146,82</b>	<b>3.708,37</b>	<b>44.500,49</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

- OTROS COSTOS INDIRECTOS

**Cuadro # 65**

Item	CIF	Mes	Año
1	Mantenimiento Equipos	60,00	720,00
2	Depreciaciones	560,64	6727,72
3	Teléfono ASIGNADO	70,00	840,00
4	Luz ASIGNADO	100,00	1.200,00
5	Servicios ocasionales de la contadora	60,00	720,00
		-	-
		-	-
	<b>TOTAL</b>	<b>850,64</b>	<b>10.207,72</b>

**FUENTE:** Investigación directa

**Elaborado por:** Gabriela Maya

#### 4.6.9 CUADRO DE DEPRECIACIÓN

**Cuadro # 66**

Item	Equipo	Valor	Tiempo	Año 1	Año 2	Año 3
1	Lapto modelo HP Dv4-2161nr2ghz 4g	938,19	3,00	312,73	312,73	312,73
2	Proyector de imagen 2500 Lumenes Beng	743,74	3,00	247,91	247,91	247,91
	<b>TOTAL</b>	<b>1.681,93</b>	<b>6,00</b>	<b>560,64</b>	<b>560,64</b>	<b>560,64</b>

**FUENTE:** Investigación directa

**Elaborado por:** Gabriela Maya

#### 4.6.10 EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA PROPUESTA

**Cuadro # 67**

<b>Inversión total:</b>	15.149,75
<b>Préstamo:</b>	70%
<b>Valor Préstamo:</b>	10.604,82
<b>Interés:</b>	11%
<b>Plazo en meses:</b>	48

**Cuadro # 68**

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>						<b>Interés Pago x año</b>
<b>Período</b>	<b>Sal. Inicial</b>	<b>Capital</b>	<b>Interes</b>	<b>Dividendo</b>	<b>Sal. Final</b>	
1	10.604,82	220,93	97,21	318,14	10.383,89	
2	10.383,89	220,93	95,19	316,12	10.162,96	
3	10.162,96	220,93	93,16	314,09	9.942,02	
4	9.942,02	220,93	91,14	312,07	9.721,09	
5	9.721,09	220,93	89,11	310,04	9.500,15	
6	9.500,15	220,93	87,08	308,02	9.279,22	
7	9.279,22	220,93	85,06	305,99	9.058,29	
8	9.058,29	220,93	83,03	303,97	8.837,35	
9	8.837,35	220,93	81,01	301,94	8.616,42	
10	8.616,42	220,93	78,98	299,92	8.395,48	
11	8.395,48	220,93	76,96	297,89	8.174,55	
12	8.174,55	220,93	74,93	295,87	7.953,62	1.032,87
13	7.953,62	220,93	72,91	293,84	7.732,68	
14	7.732,68	220,93	70,88	291,82	7.511,75	
15	7.511,75	220,93	68,86	289,79	7.290,82	
16	7.290,82	220,93	66,83	287,77	7.069,88	
17	7.069,88	220,93	64,81	285,74	6.848,95	
18	6.848,95	220,93	62,78	283,72	6.628,01	
19	6.628,01	220,93	60,76	281,69	6.407,08	
20	6.407,08	220,93	58,73	279,67	6.186,15	
21	6.186,15	220,93	56,71	277,64	5.965,21	
22	5.965,21	220,93	54,68	275,61	5.744,28	
23	5.744,28	220,93	52,66	273,59	5.523,35	
24	5.523,35	220,93	50,63	271,56	5.302,41	741,23

25	5.302,41	220,93	48,61	269,54	5.081,48	
26	5.081,48	220,93	46,58	267,51	4.860,54	
27	4.860,54	220,93	44,55	265,49	4.639,61	
28	4.639,61	220,93	42,53	263,46	4.418,68	
29	4.418,68	220,93	40,50	261,44	4.197,74	
30	4.197,74	220,93	38,48	259,41	3.976,81	
31	3.976,81	220,93	36,45	257,39	3.755,87	
32	3.755,87	220,93	34,43	255,36	3.534,94	
33	3.534,94	220,93	32,40	253,34	3.314,01	
34	3.314,01	220,93	30,38	251,31	3.093,07	
35	3.093,07	220,93	28,35	249,29	2.872,14	
36	2.872,14	220,93	26,33	247,26	2.651,21	449,60
37	2.651,21	220,93	24,30	245,24	2.430,27	
38	2.430,27	220,93	22,28	243,21	2.209,34	
39	2.209,34	220,93	20,25	241,19	1.988,40	
40	1.988,40	220,93	18,23	239,16	1.767,47	
41	1.767,47	220,93	16,20	237,14	1.546,54	
42	1.546,54	220,93	14,18	235,11	1.325,60	
43	1.325,60	220,93	12,15	233,09	1.104,67	
44	1.104,67	220,93	10,13	231,06	883,74	
45	883,74	220,93	8,10	229,03	662,80	
46	662,80	220,93	6,08	227,01	441,87	
47	441,87	220,93	4,05	224,98	220,93	
48	220,93	220,93	2,03	222,96	-0,00	157,97

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

#### 4.6.11 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

**Cuadro # 68**

<b>INGRESOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	69.696,00	80.150,40	92.172,96	105.998,90	121.898,74
Costo de ventas	6.273,60	7.151,90	8.153,17	9.294,61	10.595,86
<b>Márgen de Contribución</b>	<b>63.422,40</b>	<b>72.998,50</b>	<b>84.019,79</b>	<b>96.704,29</b>	<b>111.302,88</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costos de operación	3.077,00	3.507,78	3.998,87	4.558,71	5.196,93
Costos y Gastos fijos	54.708,21	62.367,36	71.098,79	81.052,62	92.399,98
Gastos Financieros	1.032,87	741,23	449,60	157,97	
Depreciación	560,64	560,64	560,64		
<b>Total egresos</b>	<b>59.378,72</b>	<b>67.177,01</b>	<b>76.107,90</b>	<b>85.769,30</b>	<b>97.596,91</b>
<b>Utilidad antes Trab. e Imp.</b>	<b>4.043,68</b>	<b>5.821,48</b>	<b>7.911,89</b>	<b>10.934,99</b>	<b>13.705,96</b>
Participación Trab. (15%)					
<b>Utilidad antes Imp. 25%</b>	<b>4.043,68</b>	<b>5.821,48</b>	<b>7.911,89</b>	<b>10.934,99</b>	<b>13.705,96</b>
Impuestos 25%					
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>4.043,68</b>	<b>5.821,48</b>	<b>7.911,89</b>	<b>10.934,99</b>	<b>13.705,96</b>

**FUENTE:** Investigación directa  
**Elaborado por:** Gabriela Maya

#### 4.6.12 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Cuadro # 69

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>4.604,33</b>	<b>6.382,13</b>	<b>8.472,53</b>	<b>10.934,99</b>	<b>13.705,96</b>
Utilidad Neta	-	4.043,68	5.821,48	7.911,89	10.934,99	13.705,96
Depreciación	-	560,64	560,64	560,64		
Valor Residual	-					
<b>EGRESOS</b>	<b>15.149,75</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Inversión	15.149,75					
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-</b>	<b>4.604,33</b>	<b>6.382,13</b>	<b>8.472,53</b>	<b>10.934,99</b>	<b>13.705,96</b>

FUENTE: Investigación directa  
 Elaborado por: Gabriela Maya

#### 4.6.13 VALOR ACTUAL NETO PROYECTADO

$$VAN = \text{Inversión} + \sum FC / (1+i)^n$$

**VAN= 8%**

$$VAN = <15.149,75> + \frac{4604,33}{(1+0,08)^1} + \frac{6382,13}{(1+0,08)^2} + \frac{8472,53}{(1+0,08)^3} + \frac{10934,99}{(1+0,08)^4} + \frac{13705,96}{(1+0,08)^5}$$

**VAN= 18676,53**

**VAN= 40%**

$$\text{VAN} = <15.149,75> + \frac{4604,33}{(1+0,40)^1} + \frac{6382,13}{(1+0,40)^2} + \frac{8472,53}{(1+0,40)^3} + \frac{10934,99}{(1+0,40)^4} + \frac{13705,96}{(1+0,40)^5}$$

**VAN= <122,22>**

**ANÁLISIS:** El resultado del Van es muy atractivo, por lo que invertir en este proyecto es muy bueno ya que existe rentabilidad, y lógicamente que se recomendaría al hotel María José del Recinto las Peñas para que lo implemente.

#### **4.6.12 TASA INTERNA DE RETORNO**

$$\text{TRI} = T_i + (T_s - T_i) \cdot \frac{\text{VAN} \cdot T_i}{\text{VAN} \cdot T_s + \text{VAN} \cdot T_i}$$

$$\text{TRI} = 0,08 + (0,40 - 0,08) \cdot \frac{18676,53}{122,22 + 18676,53}$$

$$\text{TIR} = 0,08 + (0,32) \cdot (0,99)$$

$$\text{TIR} = 0,08 + (0,317919521)$$

$$\text{TIR} = 0,3979 (100)$$

$$\text{TIR} = 40\%$$

#### **4.6.13 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

**Inversión= 15.149,75USD**

**FC Pronosticados= 4.604,33 + 6.382,13 + 8.472,53 + 10.934,99 + 13.705,96**

**FC Pronosticados= 44.099,94**

44.099,94                    5 años

15.149,75                    X

X= 1,72 año

X= 2 años

**ANÁLISIS:** El total de la inversión será recuperada en dos años si no existe ningún cambio en los escenarios que sirvieron de base y se recomienda invertir en el proyecto ya que se tiene expectativas de buenos resultados. La recuperación de la inversión se cumplirá si se tiene bien organizada la administración y si se recuperara ya que el hotel María José es muy reconocido y a la vez tiene un sitio estratégico que es el primer hotel al ingreso a la playa y cerca de la playa por ende con publicidad e información a los turistas todo lo propuesto en el plan de negocios se podrá llegar a su culminación

#### **4.6.14 PUNTO DE EQUILIBRIO**

**CF= INVERSIÓN FIJA + GASTOS ADMINISTRATIVOS**

**CF= 6990,93 + 4368,41 primer año**

**MARGEN DE CONTRIBUCIÓN= PRECIO DE VENTA UNIT – COSTO VARIABLE UNITARIO**

**MARGEN DE CONTRIBUCIÓN= 580,80 – 36,71**

**MARGEN DE CONTRIBUCIÓN= 544,09**

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de Contribuci3n}}$$

$$PE = \frac{4559,02 + 6990,93}{544,09}$$

PE= 21 SERVICIOS

**INGRESOS= PUNTO DE EQUILIBRIO x PRECIO DE VENTA UNIT**

**INGRESOS= 21 x 580,80**

**INGRESOS= 12.196,80 para recuperar la inversi3n**

#### 4.6.15 COSTO BENEFICIO

$$B/C = \frac{\text{Ingresos defactados}}{\text{Egresos deflactados}}$$

$$B/C = \frac{\frac{63422,40}{(1+0,08)^1} + \frac{72998,50}{(1+0,08)^2} + \frac{84019,79}{(1+0,08)^3} + \frac{96704,29}{(1+0,08)^4} + \frac{111302,88}{(1+0,08)^5}}{\frac{59378,71}{(1+0,08)^1} + \frac{67177,01}{(1+0,08)^2} + \frac{76107,90}{(1+0,08)^3} + \frac{85769,30}{(1+0,08)^4} + \frac{97596,91}{(1+0,08)^5}}$$

$$B/C = \frac{58724,44 + 62584,45 + 66697,62 + 71080,54 + 75750,87}{54980,28 + 57593,46 + 60416,90 + 63043 + 66422,82}$$

$$B/C = \frac{334837,92}{302454,46}$$

B/C= 1,11

**ANÁLISIS:** Por cada dólar que se gasta los ingresos recibidos son de 0,11 veces más que los egresos

#### 4.6.16 RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN

$$\text{Rentabilidad} = \frac{4604,33 + 6382,13 + 8472,53 + 10934,99 + 13705,96}{6990,93}$$

$$\text{Rentabilidad} = \frac{44099,94}{6990,93}$$

$$\text{Rentabilidad} = 6,31$$

**ANÁLISIS:** el presente proyecto del plan de negocios para fortalecer la gestión administrativa y Financiera del Hotel María José es muy rentable ya que a través del mismo se va a poder eliminar las falencia que existe en el hotel, y tratar de avanzar cada vez mas llegando a cumplir la visión, con esto pueda ser reconocido a nivel local, nacional e internacional y cumpliendo todos los objetivos.

## CAPITULO V

### 5. IMPACTOS DEL PROYECTO

#### 5.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Es necesario efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo de cada una de los impactos que genera el proyecto en los siguientes aspectos:

- Socio – Económico
- Empresarial
- Comercial
- Ético
- Ambiental

Para su elaboración se ha realizado una Matriz de Valoración, aplicando la siguiente escala:

#### MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

Para el respectivo cálculo se aplicara la siguiente fórmula:

$$NI = \frac{\sum}{n}$$

En donde:

**NI** = Nivel de impacto

$\Sigma$  = Sumatoria de valorización cuantitativa

**n** = Número de indicadores

### 5.1.1 IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO

#### IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO

ASPECTOS	-	-	-	-	-	0	1	2	3	4	5
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
Alimentación y Nutrición										X	
Calidad de Vida									X		
Estabilidad Laboral									X		
Generación de Empleo									X		
Estabilidad Familiar									X		
Seguridad Familiar									X		
<b>TOTAL</b>	19										

$$19/6= 3.2 \text{ equivalente a } 3$$

- **ANÁLISIS**

La ejecución del Plan de Negocios para fortalecer la gestión administrativa y financiera del Hotel María José, tendrá un impacto socio – económico del proyecto es medio, ya que mejorara la calidad de vida, permitiendo una estabilidad laboral a través del incremento de plazas de trabajo, a la vez brindando seguridad a los turistas a través de la buena organización dentro del Hotel.

## 5.1.2 IMPACTO EMPRESARIAL

### IMPACTO EMPRESARIAL

ASPECTOS	-	-	-	-	-	0	1	2	3	4	5
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
Espíritu de emprendedor											X
Creatividad											X
Cultura de organización y planificación											X
Toma de decisiones											X
Manejo o administración técnica										x	
Asistencia óptima de recursos										x	
Rentabilidad										x	
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>										

$$32/7=4.6 \text{ equivalente a } 5$$

- **ANÁLISIS**

Si los administradores y propietarios del Hotel María José del Recinto las Peñas, planifican, gestionan y coordinan las actividades del personal siempre enfocándose hacia la satisfacción del cliente, mejorando en gran medida el porcentaje de ventas en los paquetes turísticos, se aprovecharía este impacto empresarial el cual es muy alto.

## 5.1.3 IMPACTO COMERCIAL

## IMPACTO COMERCIAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Canales de distribución						X					
Precios									X		
Proveedores											X
Promoción y publicidad								X			
Competencia									X		
Imagen											X
Mercado											X
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>										

$23/7=3.3$  equivalente a 3

- **ANÁLISIS**

Este tiene un impacto medio en el aspecto comercial, a través de la correcta utilización de las estrategias y técnicas de comercialización, publicación, promoción, se podrá mantener niveles adecuados en la venta de servicios que ofrece el hotel María José, permitiendo esto posicionarse a nivel local, nacional e internacional; mejorando en gran medida su imagen.

### 5.1.4 IMPACTO ÉTICO

#### IMPACTO ÉTICO

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Honestidad											X



<b>TOTAL</b>	21
--------------	----

$21/6=3.5$  equivalente a 4

- **ANÁLISIS**

La aplicación de este proyecto genera un impacto alto, es necesario la conciencia del ser humano y saber atender la importancia que tiene el conservar el ecosistema en su estado más puro sin que sufra cambios, todo lo que implique desechos deberá ser bien manejado de manera que no contamine los recursos naturales que tiene nuestro país, por lo tanto se debería concientizar a los turistas a cuidar nuestro medio ambiente.

## CONCLUSIONES

Antes del desarrollo del presente proyecto:

- En el Hotel María José no se ha ejecutado un plan de negocios, razón por la cual no se ha podido alcanzar la visión institucional.
- El mercado de servicios turísticos crece constantemente, sin embargo no se lo ha monitoreado para saber los gustos y preferencias de los turistas con el fin de mejorar los servicios que el hotel ofrece satisfaciendo así las necesidades de los clientes.
- Las capacitaciones a los trabajadores dentro de las instituciones son fundamentales, sin embargo en el hotel no existe una constante capacitación a los empleados, acción que se ve reflejado en el bajo desempeño de los mismos.
- El hotel María José trata de buscar nuevas oportunidades de emprendimiento, pero no ha podido visualizarlas con objetividad para su aplicación.
- El hotel María no contaba con un pacto estratégico con proveedores y entidades turísticas que le permitan reducir y abaratar costos.
- El hotel María José no contaba con un plan de marketing para dar a conocer los servicios que brinda.

## **RECOMENDACIONES**

- Ejecutar el plan de negocios incorporado principios institucionales de organización, disciplina, decisión, monitoreo y evaluación, para mejorar la rentabilidad del hotel.
- Monitoreo periódico el mercado de servicios turísticos y hoteleros.
- Actualizar los conocimientos del personal del hotel María José para garantizar el servicio permanente.
- Identificar nuevas oportunidades de emprendimiento o ampliación de servicios sustentados con estudios de factibilidad sustentables.
- Establecer una red de aliados estratégicos con los proveedores de insumos y agencias de viajes.
- Ejecutar el plan de marketing, a tiempo corto y largo plazo.



**ANEXO 1**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN  
EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.**

Los datos que usted nos proporcione servirán para mejorar la calidad del servicio, para hacer su estancia en el Hotel María José más placentero.

**INSTRUCCIONES:**

Por favor dígnese en llenar la presente encuesta, con precisión y veracidad, marcando con una X dentro del paréntesis, pues de sus respuestas dependerá el buen resultado de nuestra investigación.

**CUESTIONARIO**

**1.- ¿Por qué motivo usted visita el Hotel María José?**

- Paseo Familiar ( )  
Trabajo ( )  
Otro.....

**2.- La información que le proporciona el Hotel María José acerca de los servicios que ofrece es:**

- Muy satisfactoria ( )  
Satisfactoria ( )  
Medianamente Satisfactoria ( )  
Nada Satisfactoria ( )

**3.- Califiqué la calidad de servicio**

SERVICIOS	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
Hospedaje					
Restaurant					
Piscina					

**4.- Como considera los precios que tiene Hotel María José?**

- Nada Accesibles ( )
- Poco Accesibles ( )
- Medianamente Accesibles ( )
- Accesibles ( )
- Muy Accesibles ( )

**5.- En su opinión, el Hotel debería realizar mas promociones, publicidad para darse a conocer?**

- SI ( )
- NO ( )
- POR QUE?.....

**6.- ¿A través de que medios publicitarios conoció al Hotel María José?**

- Radio ( )
- Televisión ( )
- Guie Telefónica ( )

Hojas Volantes	( )
Vallas publicitarias	( )
Amigos	( )
Ninguna	( )

**7.- ¿Le gustaría recibir información promocional de los servicios del Hotel María José?**

SI	( )
NO	( )

INDIQUENOS SU E-MAIL .....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO 2**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES**  
**DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS**

**CUESTIONARIO:**

1. ¿Qué servicios ofrece el Hotel María José?
2. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene el Hotel María José?
3. ¿Cuántas personas laboran en este lugar?
4. ¿Para la selección del personal de trabajo usted toma en cuenta la experiencia laboral, el nivel educativo?
5. ¿Dispone y ejecuta capacitaciones a sus trabajadores, por ejemplo de cómo atender al cliente, la manera de realizar las cosas en el hotel?
6. ¿De qué forma incentiva a sus trabajadores para que proporcionen un trabajo eficiente?
7. ¿Cuál es el promedio de clientes que visitan este lugar mensualmente?
8. ¿En su mayoría de donde provienen?
9. ¿Cuál es el costo del hospedaje y alimentación?
10. ¿Usted realiza Convenios con Agencias de Viaje para promocionar su establecimiento?
11. ¿Qué estrategias aplica, para dar a conocer a los turistas el servicio que cuenta el Hotel María José?
12. ¿Que sistemas de control interno aplica en el Hotel María José?
13. ¿Existe una adecuada distribución de funciones?
14. ¿Considera una amenaza la competencia que existe en el Recinto las Peñas?

### ANEXO 3

#### FICHA DE OBSERVACIÓN

**TEMA O ASUNTO:** DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN:** DESCRIPCIÓN FÍSICA

**DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN:**

El Hotel María José se caracteriza por estar en el malecón del Recinto las peñas a la vez cuenta con instalaciones cómodas y confortables, ofrecer una gran variedad de servicios, mismos que atraen al turismo local, nacional e internacional; el cual consiste en brindar a los turistas alimentos de primera clase, hospedaje y garaje buscando siempre la satisfacción total del cliente.

**LUGAR:** Hotel María José

**HORA:** 9h00

**FECHA:** 03/04/2010

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Gabriela Maya.

## ANEXO 4

### FICHA DE OBSERVACIÓN

**TEMA O ASUNTO:** DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN:** UBICACIÓN

**DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN:**

El Hotel María José se encuentra ubicado en el Malecón, calle principal constituyéndose ésta en una ubicación estratégica ya que se encuentra a una cuadra de la playa, esto hace que los turistas puedan visitar el Hotel, a la vez puedan llegar más rápido a la playa por la cercanía y disfrutar con tranquilidad con la familia y amigos

**LUGAR:** Hotel María José

**HORA:** 9h00

**FECHA:** 03/04/2010

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Gabriela Maya.

## ANEXO 5

### FICHA DE OBSERVACIÓN

**TEMA O ASUNTO:** DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN:** ÁREA

**DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN:**

En cuanto al área que poseen el Hotel María José, se observó que cuentan con un gran espacio físico adecuado para la distribución de sus instalaciones, lo cual permite brindar seguridad y comodidad al cliente.

**LUGAR:** Hotel María José

**HORA:** 9h00

**FECHA:** 03/04/2010

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Gabriela Maya.

## ANEXO 6

### FICHA DE OBSERVACIÓN

**TEMA O ASUNTO:** DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN:** VARIEDAD DE SERVICIOS

#### DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN:

Los servicios que ha observado en el Hotel Mari José son: servicios de alojamiento el cual cuenta con baño independiente, ventilador, televisor, una cama matrimonial y una litera, servicio de restaurant el cual cuenta con diversidad de productos marinos de primera clase, a demás cuenta con piscina y parqueadero las 24 horas.

**LUGAR:** Hotel María José

**HORA:** 9h00

**FECHA:** 03/04/2010

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Gabriela Maya.

## ANEXO 7

### FICHA DE OBSERVACIÓN

**TEMA O ASUNTO:** DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN:** ATENCIÓN AL CLIENTE

**DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN:**

En cuanto a la atención del cliente es personalizada, debido a que cuentan con personal que se dedica a atender de la mejor manera al cliente aunque exista fallas por la falta de capacitaciones en el trato a los turistas y en las distintas áreas y servicios que ofrece en Hotel; a pesar de estas falencias que existe los turistas se han sentido a gusto con el servicio recibido.

**LUGAR:** Hotel María José

**HORA:** 9h00

**FECHA:** 03/04/2010

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Gabriela Maya.

## **ANEXO 8**

### **FICHA DE OBSERVACIÓN**

**TEMA O ASUNTO:** DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN:** PUBLICIDAD

#### **DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN:**

Luego de haber realizado la observación en el Hotel María José, se pudo observar que no cuenta con publicidad como: valla publicitaria, publicidad en los periódicos, trípticos para darse a conocer por los turistas, solo utilizan tarjetas de presentación, pagina web que indica todos los servicios que cuenta el Hotel y por la ubicación estratégica que está a la vista del turista.

**LUGAR:** Hotel María José

**HORA:** 9h00

**FECHA:** 03/04/2010

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Gabriela Maya.

## ANEXO 9

### FICHA DE OBSERVACIÓN

**TEMA O ASUNTO:** DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN:** VIAS DE ACCESO

#### DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN:

Las vías de acceso para llegar al Hotel María José se encuentran en condiciones óptimas para el libre tránsito del turista local, nacional y extranjero, la carretera en invierno se daña y provoca que las vías de acceso sean muy difíciles de transitar, por lo que los de pana vial se encuentran trabajando diariamente para que las carreteras estén en buen estado y no sean un impedimento para que el turista pueda visitar el Recinto las Peñas.

**LUGAR:** Hotel María José

**HORA:** 9h00

**FECHA:** 03/04/2010

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Gabriela Maya.

## ANEXO 10

### FICHA DE OBSERVACIÓN

**TEMA O ASUNTO:** DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS, PARA FORTALECER LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA, DEL HOTEL MARÍA JOSÉ EN EL RECINTO LAS PEÑAS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS.

**ASPECTOS DE LA OBSERVACIÓN:** CONTROL INTERNO

#### DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN:

En el Hotel María José se pudo observar que no existe control interno, ya que no cuentan con sistemas contables lo cual dificulta que se pueda determinar si se está ganando o se está invirtiendo en gran cantidad, a la vez dificulta el ingreso de datos de los clientes ya que utilizan el sistema Excel el cual no es un sistema contable que se podría saber con certeza lo que el cliente debe o a que hora ingreso.

De igual manera no cuenta con inventarios físicos de alimentos peresibles y no peresibles, de todas las cosas que posee el Hotel, la cual hace que exista perdidas de las cosas y alimentos sin que se den cuenta con exactitud lo que se perdió los propietarios o administradores.

**LUGAR:** Hotel María José

**HORA:** 9h00

**FECHA:** 03/04/2010

**NOMBRE DEL INVESTIGADOR:** Gabriela Maya.

## ANEXO 11

### **JUSTIFICACIÓN DE LAS ENCUESTAS**

En cuanto a las encuestas realizadas a los turistas del Hotel María José en el Recinto las Peñas, cantón Eloy Alfaro, provincia de Esmeraldas, se realizaron gracias a la ayuda del personal que labora en el Hotel en forma ordenada y clara, a la vez los mismos turistas pidieron que nosotros mismos llenáramos para más facilidad y más eficiencia sin pérdida de tiempo, por lo que toda la información obtenida no es alterada, la misma que ayudo al investigador en los análisis, a la vez ayudo a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, las cuales se pueden aprovechar a las fortaleza y oportunidades para innovar, buscar nuevas estrategias siempre pensando en los clientes ya que sin ellos no existiría el turismo, ni se podría buscar estrategias para brindar un mejor servicio, se pueden eliminar o prevenir las debilidades y amenazas evitando que afecte el progreso del Hotel y el mismo pueda crecer cada día.

De igual manera la tabulación se realizo con ayuda de familiares, para ahorrar tiempo y poder tener datos más claros y específicos.

## **ANEXO 12**

### **LEY DE TURISMO**

Ley No. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002.

CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo

Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y,

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

### **CAPITULO I**

#### **GENERALIDADES**

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

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

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

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

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

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **CAPITULO II**

### **DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN**

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

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

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

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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

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

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

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

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

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario como prueba a su favor, a falta de otra; y

e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

**Art. 11.-** Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

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

### **CAPITULO III**

#### **DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO**

**Art. 13.-** Créase el Consejo Consultivo de Turismo, cómo un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

**Art. 14.-** El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado;
3. El Ministro del Ambiente o su delegado;
4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR;
5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa;
6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME;
7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y,
8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador -FPTCE.

El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomará por mayoría de los miembros presentes en la sesión.

Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular.

La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se harán en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5.

El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

## **CAPITULO IV**

### **DEL MINISTERIO DE TURISMO**

**Art. 15.-** El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional

10. Calificar los proyectos turísticos;

11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y

12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.- El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los siguientes servicios, en cuyo caso fijará tarifas para cubrir los costos que demanden los mismos:

a) El reconocimiento de la categoría que corresponda a cada interesado;

b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;

c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;

d) Los centros de información turística;

e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,

f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

## **CAPITULO V**

### **DE LAS CATEGORIAS**

**Art. 19.-** El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

## **CAPITULO VI**

### **AREAS TURISTICAS PROTEGIDAS**

**Art. 20.-** Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles.

Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística.

Art. 23.- El Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo definirá el área de reserva turística para que en ellas puedan realizarse proyectos turísticos.

Esta definición no afectará los derechos de terceros, en caso de realizarse expropiación.

En el Decreto Ejecutivo al que se refieren los artículos 21 y 23 de esta Ley, se establecerán los linderos del área de reserva turística, y se inscribirá en el Registro de la Propiedad correspondiente

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país.

Las naves acuáticas que operen en los parques nacionales y zonas de reserva marina serán de bandera ecuatoriana. Se prohíbe conceder o renovar patentes a operadores o armadores que no cuenten con nave propia. No se considera nave propia a la que se encuentre en proceso de arrendamiento mercantil o leasing, sino a partir de uso efectivo de la opción de compra, que será acreditada con el correspondiente contrato.

Cuando por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados, la nave propia no pueda operar, se podrá fletar una nave, de la misma capacidad, de bandera nacional o extranjera, en reemplazo temporal e improrrogable de hasta tres años.

Es facultad privativa del Presidente de la República, previo informe favorable de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, autorizar cada cinco años incrementos en el total de cupos de operación para las áreas naturales y zonas de reserva, en un porcentaje que en ningún caso será superior al cinco por ciento del total de cupos.

Art. 25.- El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales.

## **CAPITULO VII**

### **DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL**

**Art. 26.-** Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión

incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la licencia única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones

**Art. 27.-** Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia.

Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley.

El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

**Art. 28.-** Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea esta impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución; alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de turismo receptivo; inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias y eventos para promocionar turismo receptivo; directamente relacionados con actividades de turismo receptivo incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la

fuente. Estos gastos no requerirán de certificación expedida por auditores independientes que tengan sucursales, filiales o representación en el país, pero deberán estar debidamente sustentados con facturas y comprobantes de venta emitidos por los proveedores internacionales, acompañados de una declaración juramentada de que este beneficio no ha sido obtenido en otro país.

Esta deducción no podrá exceder del 5% de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa correspondiente al ejercicio económico inmediato anterior.

**Art. 29.-** Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder del ocho por ciento sobre el monto de las ventas. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del impuesto a la renta y a la retención en la fuente que corresponda, si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con la empresa turística, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta. El Servicio de Rentas Internas establecerá el procedimiento para la entrega de la información sobre estos pagos.

**Art. 30.-** Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio.

También contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero.

**Art. 31.-** Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo, en virtud del artículo 65, numeral 1 de la referida Ley. Para el efecto deberá declarar tales ventas como servicio exportado, y entregar al Servicio de Rentas Internas la información en los términos que dicha entidad exija. El crédito tributario será objeto de devolución por parte del Servicio de Rentas Internas. El impuesto al valor agregado pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios, que no sean incluidos en el precio de venta por parte de las empresas turísticas, será reintegrado en un tiempo no mayor a noventa días, a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago. Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamada. El valor que se devuelva por parte del Servicio de Rentas Internas por concepto del IVA a estos exportadores de servicios en un período, no podrá exceder del doce por ciento del valor de los servicios exportados efectuados en ese mismo período. El saldo al que tenga derecho y que no haya sido objeto de devolución será recuperado por el exportador de servicios en base a exportaciones futuras.

**Art. 32.-** Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo

los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 34.- Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

a. Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;

b. Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas

o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,

c. Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada

**Art. 35.-** El Ministerio de Turismo dentro del periodo de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el cumplimiento de cada una de las obligaciones que determina esta ley y sus reglamentos.

Cuando el Ministerio de Turismo detecte datos falsos o incumplimiento a lo establecido en las respectivas resoluciones de calificación y concesión de beneficios comunicará inmediatamente al Servicio de Rentas Internas,

para que conjuntamente inicien las acciones civiles y/o penales correspondientes, sin perjuicio de las que el propio Ministerio de Turismo las imponga de acuerdo con la Ley y el Reglamento.

De comprobarse ilícito tributario o defraudación conforme a las disposiciones del Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, sus reglamentos y demás normas conexas, se procederá a la cancelación del registro y de la Licencia única Anual de Funcionamiento y a la clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las leyes correspondientes.

**Art. 36.-** No podrán acogerse a los beneficios de que trata esta Ley los siguientes:

- a. Los destinados al turismo emisor con destino al extranjero; y,
- b. Las agencias de viajes, a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo.

**Art. 37.-** Los bienes importados bajo el amparo de esta Ley no podrán ser vendidos, arrendados, donados ni cedidos a terceros bajo cualquier otra modalidad, antes del período de depreciación contable del bien. El quebrantamiento de esta norma será sancionado con el triple del valor de los derechos arancelarios que fueron objeto de exoneración.

No se aplicará esta disposición en el caso de traspaso de dominio a otro prestador de servicios turísticos, calificado por el Ministerio de Turismo.

## **CAPITULO VIII**

### **DE LOS COMITES DE TURISMO**

**Art. 38.-** El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que

considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades:

- a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo;
- b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación;
- c) Informar al Ministro de Turismo sobre aspectos relacionados con la rama turística dentro de su jurisdicción; y,
- d) Las demás que les asigne el Ministro de Turismo.

Los comités de turismo elegirán su secretario y funcionarán en base al reglamento que para este propósito se dictará.

## **CAPITULO IX**

### **PATRIMONIO AUTONOMO**

**Art. 39.-** Para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, constituido a través de la suscripción de un contrato irrevocable de fideicomiso mercantil, siendo el Estado el constituyente y beneficiario del mismo.

Este patrimonio autónomo estará gobernado por el Consejo de Promoción del Turismo del Ecuador; que estará conformado por el Ministro de Turismo, o su delegado; el Ministro de Relaciones Exteriores, o el Subsecretario del Ministerio de Relaciones Exteriores a cargo de asuntos económicos como su delegado; y por el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, o, su delegado. El Ministro de Turismo tendrá voto dirimente. También formarán parte de este Consejo con voz, pero sin voto 3 delegados de los organismos

gremiales de turismo reconocidos por el Ministerio de Turismo, los cuales serán elegidos por un colegio electoral a cargo de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, quienes deberán tener experiencia empresarial en mercadeo y recogerán el criterio de todas las organizaciones nacionales de turismo.

**Art. 40.-** El patrimonio autónomo contará con los siguientes ingresos:

- a) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo;
- b) El producto de la venta de bienes inmuebles de propiedad del Ministerio de Turismo;
- c) Los valores por con cesión de registro de turismo;
- d) Cualquier otro ingreso que no sean los ordinarios, del Presupuesto General del Estado para gasto corriente del ministerio;
- e) Una partida para capitalizar el patrimonio que anualmente se establecerá en el Presupuesto General del Estado. Adicionalmente la contribución de US \$ 5.00 por cada pasaje aéreo que se venda en el Ecuador para viajar fuera de país, que se cobrará en la forma que establezca el Reglamento a esta ley;
- f) Los fondos provenientes de gobiernos de países amigos, de organismos internacionales o cualquier otra donación que se efectúe para el patrimonio autónomo; y,
- g) Los valores que se recauden por legados y donaciones de sociedades y personas naturales o jurídicas. La deducción se aplicará hasta un máximo del 10% de la base imponible del ejercicio económico del año en que haga la donación.

**Art. 41.-** El patrimonio autónomo gozará de exoneración y franquicia postal y aduanera para sus importaciones.

## **CAPITULO X**

### **PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS**

**Art. 42.-** Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

**Art. 43.-** De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

**Art. 44.-** El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

**Art. 45.-** Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;

- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f. Los demás determinados en otras leyes.

**Art. 46.-** Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

**Art. 47.-** En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

**Art. 48.-** De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

**Art. 49.-** Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

**Art. 50.-** Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores si en los actos u omisiones de los empresarios turísticos existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente.

**Art. 51.-** Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país.

**Art. 52.-** Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;
- b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,
- c. MULTAS, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida.

Multa de USD \$ 100 a USD \$ 200 a quienes no proporcionen la información solicitada por el Ministerio de Turismo y no exhiban las listas de precios

Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional a las personas que incumplan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley.

Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.

## **DISPOSICIONES GENERALES**

**Art. 54.-** En lo que no estuviere previsto en esta Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Etico Mundial para el Turismo, aprobado por La Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile.

**Art. 55.-** Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.

**Art. 56.-** El Ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador.

**Art. 57.-** Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

**Art. 58.-** Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

**Art. 59.-** La derogatoria de las disposiciones tributarias de esta Ley, requerirán de una norma expresa y específica, conforme manda el artículo 2 del Código Tributario.

**Art. 60.-** No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades del sector público, en razón de que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan con los requerimientos de esta Ley.

## ANEXO 13

### ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES DE LOS HOTELES EN EL RECINTO LAS PEÑAS

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Qué servicios ofrece su establecimiento?  
.....
2. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene el Hotel?  
.....
3. ¿Cuántas personas laboran en este lugar?  
.....
4. ¿Cuál es el número de clientes que visitan este lugar mensualmente?  
.....
5. ¿En su mayoría de donde provienen?  
.....
6. ¿Cuál es el costo del Hospedaje y alimentación?  
.....
7. ¿Realiza Usted Convenios con Agencias de Viaje para promocionar su establecimiento?  
.....
8. ¿Qué estrategias aplica, para dar a conocer a los turistas el servicio que presta el Hotel?  
.....
9. ¿Considera una amenaza la competencia que existe en el Recinto las Peñas?  
.....

## **ANEXOS CAP 14**

### **REGLAMENTO INTERNO Y BENEFICIOS DE TRABAJO PARA LOS EMPLEADOS DEL HOTEL “MARÍA JOSÉ”**

#### **CAPITULO I**

**ART.1.-** El presente reglamento interno de trabajo prescrito por el Hotel “María José” domiciliado en la playa de Las Peñas, provincia de Esmeraldas y a sus disposiciones quedan sometidos tanto el Hotel como todos sus empleados

Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los empleados, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo pueden ser favorables para el empleado.

#### **CAPITULO II.- CONDICIONES DE ADMISIÓN**

**ART.2.-** Las personas que aspiren a desempeñar un cargo en el Hotel, deben hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y también la siguiente documentación:

- a. Cédula de ciudadanía y certificado de votación
- b. Original y copia de record policial, antecedentes disciplinarios y antecedentes judiciales
- c. Libreta militar
- d. Certificado laboral de su empleo anterior, solicitando sueldo, tiempo y motivo del retiro
- e. Certificados de recomendación personal y laboral
- f. Título Profesional
- g. Certificados de estudios

El empleador podrá exigir documentos necesarios, mas no debe pedir incluir certificaciones ni datos como número de hijos que tenga, la religión que profesan o el partido político al que pertenezcan.

**ART.3.-** El hotel una vez admitido al aspirante podrá acordar con él un periodo inicial de prueba que tendrá por objetivo por parte del Hotel, las aptitudes del empleado y por parte de él , las conveniencias de las condiciones de trabajo, el periodo de prueba será estipulado por escrito y tendrá vigencia de tres meses

**ART.4.-** En el periodo de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si terminado el tiempo de prueba y el empleado continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por el empleado se considerarán regulados por las normas por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación del periodo de prueba.

### **CAPITULO III.- EMPLEADOS ACCIDENTALES O TRANSITORIOS**

**ART.5.-** Son considerados trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y esto principalmente se da en los días de feriados nacionales. Estos empleados tiene derecho a un salario establecido por las dos partes.

### **CAPITULO IV.- HORARIO DE TRABAJO**

**ART.6.-** Las horas de entrada y salida de los empleados son las que a continuación presentamos.

Días Laborables: Los días laborables par todos los empleados esto es personal administrativo y personal operativo es de lunes a domingo

#### **Personal Administrativo y Operativo**

Lunes a Domingo

Mañana

8:00 a.m. a 12:00a.m

Almuerzo

12:00a.m a 1:00 p.m.

Tarde

1:00 p.m. a 5:00 p.m.

### **Personal Operativo: Por Turnos Rotativos**

Primer Turno

6:00 a.m. a 6:00 p.m.

Segundo Turno

6:00 p.m. a 6:00 a.m.

Con periodos de descanso de diez minutos.

**ART.7.-** Como en el Hotel se trabaja el día domingo, por cada domingo o festivo trabajado se reconocerá un día compensatorio remunerado. El empleador y el empleado pueden acordar temporalmente o indefinidamente la organización de los turnos de trabajo.

### **CAPITULO V.- VACACIONES REMUNERADAS**

**ART.8.-** Cada empleado que presta su servicio durante un año tiene derecho a quince días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas. Las vacaciones constituyen un derecho irrenunciable que debe ser gozado y no compensado en dinero.

**ART.9.-** La época de vacaciones será señalada por el Hotel a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del empleado, sin perjudicar el servicio y el descanso.

**ART.10.-** En el caso de presentarse interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el empleado no pierde el derecho a reanudarlas.

**ART.11.-** Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero, en casos especiales se autorizaría pagar la mitad de ellas, cuando el contrato terminara sin que el empleado hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación en dinero procederá por un año de servicios y proporcionalmente por fracción de año. Se tendrá como base el último sueldo devengado por el empleado.

**ART.12.-** Los quince días de vacaciones hábiles no son acumulables por ningún motivo

**ART. 13.-** El empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada empleado, fecha en que toma y terminan sus vacaciones y la remuneración de las mismas

**ART.14.-** El Hotel concederá a sus empleados los permisos necesarios en caso de calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente; para desempeñar comisiones sindicales, asistir a entierros de compañeros; siempre que avisen con anticipación; si olvidar que no se podrán ausentar la gran mayoría de empleados porque esto hará que perjudiquen el funcionamiento del hotel. La concesión de los permisos antes mencionada estará sujeta a las siguientes condiciones.

En caso grave de calamidad doméstica se debe informar un día anterior o posterior, según lo permitan las circunstancias.

Para el caso de fallecer algún compañero de trabajo y desean acompañar al traslado deben informarlo con un día de anticipación y el permiso será concedido para lagunas personas del personal.

En caso de concurrencia al médico el aviso se hará con la anticipación que las circunstancias lo permitan.

En caso de tener demasiada concurrencia al médico, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al empleado o compensarse con tiempo igual de trabajo en horas distintas a su jornada ordinaria, todo queda a opción del Hotel.

## **CAPITULO VI.- ESTIPULACIONES DE PAGO**

**ART.15.-** El empleador y el empleado pueden convenir libremente el salario en sus diversa modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo o por tarea, pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en el contrato pero siempre respetando las leyes del código de trabajo.

**ART.16.-** El pago de los salarios se efectuará en el Hotel en donde el empleado presta sus servicios, el pago se efectuará mensualmente cada fin de mes.

**ART.17.-** El sueldo se pagará al empleado directamente o a la persona que él autorice por escrito.

## **CAPITULO VII.- BIENESTARES**

**ART.18.-** Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. También tiene la obligación de garantizar los recursos necesarios para su implementación.

**ART.19.-** Los servicios médicos que requieran los empleados y trabajadores se prestarán por parte del IESS, y en caso de no tener afiliación estará a cargo del empleador sin perjuicio de las acciones legales pertinentes

**ART.20.-** Los empleados deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad que prescriba el Ministerio de Salud, y en particular a las que el hotel pida para prevención de enfermedades y de los riesgos en el manejo las máquinas y demás elementos de trabajo, y así evitar accidentes

**ART.21.-** El empleado que se encuentre enfermo debe someterse al tratamiento que ordena el médico que lo haya examinado, y el Hotel estará dispuesto a brindar el permiso necesario de acuerdo a las circunstancias que se presenten.

**ART.22.-** Todo empleado dentro del mismo día en que se sienta enfermo deberá comunicar a la Administración, para obtener permiso para ir al médico para ser examinado a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad. Si el empleado no diere aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que le haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como día injustificado para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso.

**ART.23.-** En caso de accidente de trabajo, el gerente o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, llevarle a donde un médico y tomará las medidas que considere necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente.

**ART.24.-** En caso de no ser de gravedad el accidente que sufra un empleado o trabajador, aún el más leve o el de apariencia insignificante,

el trabajador comunicará a la Administración, para que se le provea de los medicamentos que sean necesarios para su recuperación

## **CAPITULO VIII.- PRESCRIPCIONES DE ORDEN**

**ART.25.-** Los trabajadores tienen los siguientes deberes:

- a. Respeto y subordinación a los superiores
- b. Respeto a sus compañeros de trabajo
- c. Procurar armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de sus labores
- d. Guardar una buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina del Hotel
- e. Ejecutar los trabajos que le encomienden con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible
- f. Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y del Hotel en general
- g. Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por medio del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa
- h. Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo
- i. Permanecer durante toda la jornada de trabajo en el Hotel, siendo prohibido salvo orden de un superior salir del hotel.

## **CAPITULO IX.- ORDEN JERÁRQUICO**

**ART.26.-** El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes del Hotel "María José", es Gerente General (propietario), Administrador, Empleados.

De los cargos mencionados, tienen facultades para imponer sanciones disciplinarias a los trabajadores del Hotel; el Gerente o el Administrador.

## **CAPITULO X.- OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES ESPECIALES PARA EL HOTEL Y LOS TRABAJADORES**

**ART.27.-** Son obligaciones del empleador:

- a. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores
- b. Poner a disposición de los empleados elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades que garanticen razonablemente la seguridad y la salud
- c. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para esto el Hotel mantendrá lo necesario según reglamentación esto es un botiquín.
- d. Pagar el sueldo pactado en las condiciones, periodos y lugares convenidos
- e. Realizar mensualmente el aporte patronal de los empleados al Instituto de seguridad Social.
- f. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.
- g. Conceder a los empleados que estén en periodo de lactancia los descansos ordenados en el Código de trabajo.
- h. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

**ART.28.-** Son obligaciones especiales del trabajador:

- a. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados, observar los presentes de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e

instrucciones que de manera particular se le den; según el orden jerárquico establecido

**b.** No comunicar a terceras personas, salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa.

**c.** Conservar en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.

**d.** Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y sus compañeros de trabajo.

**e.** Comunicar oportunamente al Hotel las observaciones que estimen conducentes a evitarle daños y perjuicios.

**f.** Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el Ministerio de Salud

**g.** Observar con mucha atención las instrucciones preventivas de accidentes o enfermedades.

**h.** Registrar en la Administración su domicilio, dirección, número de teléfono para dar aviso cualquier eventualidad que ocurra.

**ART.29.-** Se prohíbe al Hotel “María José”

**a.** Deducir, retener o compensar alguna suma del monto de los sueldos y prestaciones en dinero que corresponda a los empleados sin autorización previa escrita de estos, para cada caso y sin mandamiento judicial.

**b.** Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercaderías o cualquier producto que establezca el Hotel.

**c.** Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de este.

**d.** Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político, o impedirles el derecho al sufragio.

**e.** Autorizar propaganda política en los sitios de trabajo

f. Cerrar intempestivamente el Hotel. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los sueldos, prestaciones o indemnizaciones por el lapso que dure cerrado el Hotel. Así mismo cuando se compruebe que el empleador en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los sueldos y salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de estos, será imputable a aquel y les dará derecho a reclamar los sueldos correspondientes al tiempo de suspensión de labores.

g. Despedir sin justa causa comprobada a los empleados o trabajadores que le hubiesen presentado pliego de peticiones.

h. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad

**ART.30.-** Se prohíbe a los empleados:

a. Sustraer del Hotel los útiles de trabajo, las materias primas o productos elaborados sin permiso del Hotel

b. Presentarse al Hotel en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes

c. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los guardias de seguridad.

d. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso del Hotel.

e. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.

f. Usar los útiles o herramientas suministradas por el Hotel en objetivos distintos del trabajo encomendado o que es de su responsabilidad.

**CAPITULO XI.- PORCENTAJE DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS**

**ART.31.-** El Hotel no puede imponer a sus trabajadores y empleados sanciones no previstas en este reglamento.

**ART.32.-** Se establecen las siguientes clases de faltas leves, y sus sanciones disciplinarias así:

**a.** El atraso hasta de 15 minutos en la hora de iniciar sus actividades sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración del Hotel, implica por primera vez, llamado de atención verbal; por la segunda vez, una multa establecida por la Administración; por tercera vez la suspensión en el trabajo según su jornada laboral; y por cuarta vez suspensión definitiva del trabajo.

**b.** Faltar al trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración al Hotel, implica por primera vez atención verbal, y por segunda vez, una multa, por tercera vez la suspensión definitiva de sus labores.

**c.** La falta total al trabajo durante su jornada laboral sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración para el Hotel, implica, por primera vez, un llamado de atención verbal, por segunda vez, una multa, y por tercer vez, el cese definitivo de sus funciones.

**d.** La violación leve por parte del empleado o trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, un llamado de atención, por segunda vez una multa, por tercera vez la suspensión de sus funciones.

**ART.33.-** Constituyen faltas graves:

**a.** El retraso en el inicio de sus actividades diarias sin excusa suficiente, por más de cinco veces consecutivas.

**b.** La falta total del empleado en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.

c. La falta total del empleado a sus labores durante su jornada laboral sin excusa suficiente, por tercera vez.

d. Violación grave por parte del empleado de las obligaciones contractuales o reglamentarias.

**ART.34.-** Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al empleado inculcado directamente, en todo caso dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión del Hotel de imponer o no, la sanción definitiva.

**ART.35.-** No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del tramite señalado en el anterior artículo.

## **ARTICULO XII.- RECLAMOS**

**ART.36.-** Los reclamos de los empleados y trabajadores se harán ante la persona que ocupe en el Hotel el cargo de Administrador(a)

## **CAPITULO XIII.- PUBLICACIONES**

**ART.36.-** Después de quince días siguientes al de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de una copia legible.

## **CAPITULO XIV**

**ART.37.-** El presente reglamento entrará a regir ocho días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el anterior de este reglamento

## **CAPITULO XV.- DISPOSICIONES FINALES**

**ART. 38.-** Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha haya tenido el Hotel

## **CAPITULO XVI.- CLAUSULAS INEFICACES**

**ART.39.-** No producirá ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del empleado en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador.

## **CAPITULO XVII.- MECANISMOS DE PREVENCIÓN DEL ABUSO LABORAL**

**ART.40.-** Los mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral previstos por el Hotel constituyen actividades tendientes a generar una conciencia colectiva conviviente, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparten vida laboral y el buen ambiente en el Hotel “María José” y proteja la intimidad, la hora, las salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

**ART.41.-** En desarrollo al propósito a que se refiere el artículo anterior, el Hotel “María José” dispone lo siguiente:

- a.** Informar a los trabajadores sobre las leyes y reglamentos, particularmente en relación con las conductas de las personas y las sanciones que se darán en caso de incumplimiento
- b.** Espacios para el dialogo, círculos de participación o grupos de similar naturaleza para la evaluación periódica de la vida laboral, con el fin de promover coherencia operativa y armonía funcional que faciliten y fomenten el buen trato al interior del Hotel “María José”
- c.** Diseñar y practicar actividades en la que participen todos los empleados y trabajadores y empleados del Hotel.
- d.** Las demás actividades que en cualquier tiempo estableciere el Hotel para desarrollar el propósito previsto en el artículo interior

## BIBLIOGRAFÍA

- BUYATTI, Osmar; “Técnicas de gestión para microempresas, Herramientas para la labor diaria”; Editorial Osmar Buyatti; Buenos Aires Argentina; 1999.
- CANTOS, Aguirre Enriqueta; “Diseño de Gestión de Microempresas”; Editorial Propad; 2006
- CENTRUM, Océano; “Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo Hoteles y Restaurant”; Océano Grupo Editorial S.A; Barcelona España; 2006.
- CRUZ, Attig M; “Métodos y Procedimientos de Administración Financiera”; Editores Universidad Central del Ecuador; Quito; 1999.
- DAHDO, Jorge; “Elementos del Turismo: Economía, comunicación, alimentación y Bebidas, línea área, hotelera, relaciones públicas”; Editorial Trillas; Mexico; 2005
- DE LA TORRE, Francisco; “Administración Hotelera 1”; Tercera edición; Editorial Trillas; México; 2007.
- MURCIA, Jairo y otros; “Proyectos: Formulación y criterios de evaluación”; Editorial Alfaomega; Colombia; 2009.

DORADO, José Antonio; "Organización y control de empresas en Hotelería y Turismo", segunda edición, Editorial Síntesis S.A, España, 2004

ESTUPIÑAN, Gaitán Rodrigo y otro; "Análisis Financiero y de Gestión"; Ecoe Ediciones; Bogotá; 2005.

FERNÁNDEZ, García David; "Organización Hotelera"; Editorial Preason Prentice Hall; España Malaga. 2007

FLEITMAN, Jack; "Como empezar, administrar y operar un negocio"; Editorial Mc Graw Hill; Mexico; 2005.

GURRIA, Manuel; "Introducción al Turismo"; Editorial Trillas; México; 2007.

JACOME, Walter V; "Bases Teóricas y prácticas para el diseño y elaboración de proyectos y de investigación"; Editorial Universitaria; Ibarra; 2005.

MANTILLA, Samuel Alberto, "Control Interno, Administración de Riesgos del Emprendimiento", Cuarta edición; Editorial Kimpres Ltda; Bogotá Colombia; 2005.

MONTANER, Montejano Jordi; "Estructura del mercado turístico"; Segunda edición; Editorial Sintesis; Madrid; 1999

PANY, Whittington, “Principios de Auditoría”; Decimo Cuarta edición; Editorial Mc Graw Hill; México; 2005.

TAMAYO, Mariño Wilson; “500 ideas de negocios no tradicionales y como ponerlas en practica”; Tercera Edición; Editorial Ecuador F.B.T, Quito – Ecuador, 2001.

VIZCARRA, Cifuentes José Luis; “Diccionario de economía – Términos, ideas y fenómenos económicos”; Editorial Grupo editorial Patria S.A; México; 2007.

## **LINCOGRAFIA**

[www.wikipedia.org/wiki/Hotel](http://www.wikipedia.org/wiki/Hotel)

[www.monografias.com/gestion-financiera](http://www.monografias.com/gestion-financiera)

[www.monografias.com/gestion-administrativa](http://www.monografias.com/gestion-administrativa)

Microsoft Encarta; “El turista”, 2010. Microsoft Corporation.  
Reservados todos los derechos

## **FUENTES DE INFORMACIÓN**

MUNICIPIO ELOY ALFARO

HOTEL MARÍA JOSÉ

HOTEL PLAYA REAL

HOTEL NATANAEL

HOTEL PLAYA ARENA

HOSTERÍA RINCÓN DEL PACIFICO

TURISTAS LOCALES, NACIONALES Y EXTRANJEROS