

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Y NEGOCIOS**

TEMA

CREACIÓN DE UN PLAN PUBLICITARIO PARA UN HOSTAL
UBICADO EN EL RECINTO PUERTO CAYO PROVINCIA DE
MANABÍ

Trabajo de investigación previo la obtención del Título de Ingeniero
en Administración de Empresas y Negocios

AUTOR:

Zavala Mosquera Juan Carlos

DIRECTOR

Ing. Renato Esteban Revelo Oña, Mgt.

QUITO–ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de **Investigación Creación de un Plan Publicitario Para un Hostal Ubicado en el Recinto Puerto Cayo, Provincia de Manabí** presentado por Zavala Mosquera Juan Carlos, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

Quito, 24 de abril 2019

Ing. Renato Esteban Esteba Revelo Oña, Mgt.

DIRECTOR

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Juan Carlos Zavala Mosquera, declaro ser la autora del Plan de Negocios titulado **CREACION DE UN PLAN PUBLICITARIO PARA UN HOSTAL UBICADO EN EL RECINTO PUERTO CAYO, PROVINCIA DE MANABÍ, año 2019**”, como requisito para optar al grado de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 24 días del mes de abril de 2019, firmo conforme:

Autor: Juan Carlos Zavala Mosquera

Firma: _____

Número de Cédula: 120080672-4

Dirección: Quito

Correo electrónico: jczavalam@yahoo.com

Teléfono: 09 942 06155

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Juan Carlos Zavala Mosquera

CI.: 120180672-4

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del tribunal Examinador aprueban el Informe de tesis, sobre el Tema: **CREACIÓN DE UN PLAN PUBLICITARIO PARA UN HOSTAL UBICADO EN EL RECINTO PUERTO CAYO, PROVINCIA DE MANABÍ, AÑO 2019**, del estudiante Zavala Mosquera Juan Carlos, de la carrera de Ingeniería de Administración de Empresas y Negocios de la “Universidad Tecnológica Indoamérica”.

Quito,

2019

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F:

EXAMINADOR 1

F:

EXAMINADOR 2

AGRADECIMIENTO

A Dios, que siempre está a mi lado, gracias a Él he podido alcanzar lo que yo no hubiera podido hacer solo.

A mi madre, hermanos, por haber creído en mí, apoyándome en todo momento, por haberse sacrificado para que yo pueda cumplir la meta, sin ustedes no lo habría hecho.

Sé que desde el cielo mi padre se siente orgulloso de este logro, como me hubiera encantado compartir estos momentos contigo papi.

A mis profesores, compañeros y amigos, en especial a mi gran amigo Mario Piñeiro quien me ha estado apoyando en las buenas y las malas, muchos momentos que me llenan de alegría los tuve gracias a ustedes, por todo lo recibido Dios les devuelva mucho más.

Gracias

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a MPRP mi ex esposa que no pudimos compartir este logro juntos, ella quien fue la persona que me apoyo y me incentivó a seguir estudiando, sé que estas orgullosa de nuestro logro Dios te pague por todo, y como no agradecer a mi Cachita sé que estarás feliz desde el cielo por tener un profesional más en la familia.

Juan Carlos Zavala Mosquera

INDICE

DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xii
1. Introducción	1
1.1 Reseña Histórica.....	1
2 Propósito de la investigación	2
3 Identificación del Problema	3
3.1 Situación Actual	3
4. Análisis FODA.....	7
6 Filosofía Empresarial	14
6.1 Oferta de servicios de hostel “Puerto Zavala”.....	15
6.2 Descripción de los servicios	15
6.3 Capacidad de alojamiento (infraestructura).....	16
6.3.1 Personal.....	16
6.3.2 Funciones del Personal	17
6.4 Servicios turísticos externos	18
6.5 Competencia	19
7. Marketing Mix	19
7.1 Producto.....	19
7.2 Precio.....	20
7.3 Plaza	20
7.4 Promoción y Publicidad	22
8. Plan de Promoción	22
8.1 Objetivos	22

8.1.1 Objetivo General:.....	22
8.1.2 Objetivos Específicos:	23
8.2 Estrategia	23
8.2.1 Restricciones del hostel “Puerto Zavala”.....	23
8.3 Definición de Opciones Estratégicas.....	24
8.3.1 Estrategia Trivial: No hacer nada	24
8.3.2 Estrategia de Reposicionamiento.....	25
8.4 Implicaciones financieras:	27
8.4.1 Ingresos, costos y gastos.....	27
8.4.2 Cálculo de rendimientos financieros.....	30
9. Conclusiones y Recomendaciones	31
9.1 Conclusiones	31
9.2 Recomendaciones	32
Anexo 1	35
Bibliografía	36

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N°1. Ruta Jipijapa-Puerto Cayo.....	1
Ilustración N°2. Atardecer visto desde el hostel “Puerto Zavala”.....	4
Ilustración N°3. Ubicación hostel “Puerto Zavala”.....	4
Ilustración N°4. Malecón de Puerto Cayo.....	5
Ilustración N°5. Islote Pedernales.....	5
Ilustración N°6. Salida hacia el sur desde Puerto Cayo.....	6
Ilustración N°7. Actividades recreacionales en Puerto Cayo.....	20

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Matriz FODA.....	7
Tabla N°2. Matriz FOFADODA.....	8
Tabla N°3. Matriz FOFADODA para el hostel “Puerto Zavala”.....	10
Tabla N°4. Personal del Hostel “Puerto Zavala”.....	15
Tabla N°5. Competencia.....	18
Tabla N°6. Lista de precios.....	19
Tabla N°7. Ingresos mensuales actuales.....	23
Tabla N°8. Egresos mensuales actuales.....	24
Tabla N°9. Inversiones.....	26
Tabla N°10. Gastos mensuales de personal.....	27
Tabla N°11. Gastos mensuales de publicidad.....	27
Tabla N°12. Gastos por comisiones de servicios de gestión de reservas.....	28
Tabla N°13. Ingresos incrementales mensuales.....	28
Tabla N°14. Cálculo del valor actual neto y tasa interna de retorno.....	32

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

RESUMEN EJECUTIVO

**TEMA “PLAN PROMOCIONAL PARA EL HOSTAL “PUERTO
ZAVALA” EN LA PARROQUIA PUERTO CAYO DEL CANTÓN
JIPIJAPA, PROVINCIA DE MANABÍ.”**

AUTOR: Juan Carlos Zavala Mosquera

TUTOR: Ing. Esteban Revelo Oña, MGT

El Hostal Puerto Zavala está ubicado en la Provincia de Manabí, Cantón Jipijapa, parroquia Puerto Cayo. Inicialmente, el inmueble fue construido como vivienda vacacional en 1982. En el año 2016, la familia dueña de la casa decide convertirla en hostal como un medio de actividad e ingreso para la madre de la familia. El hostal ha mantenido una actividad limitada, ofreciendo servicios básicos de hospedaje para turistas ocasionales. La administración poco dinámica del emprendimiento ha limitado el crecimiento económico del negocio, creando una imagen de “hostal mochilero”. En consecuencia, es necesario impulsar una estrategia promocional de reposicionamiento del hostal para fomentar su crecimiento y las acciones de responsabilidad social en la comunidad, aprovechando los servicios turísticos que ofrece la parroquia y sus alrededores. El análisis hecho para el hostal revela una estrategia basada en cuatro pilares: i) promoción mediante redes sociales para llegar al público objetivo fuera del país y de segmentos económicos medio y alto, ii) organizar y trabajar con prestadores de servicios turísticos comunitarios para elevar la oferta de valor, iii) fomentar la vinculación comunitaria para actuar sobre los problemas de continuidad de servicios públicos, iv) acceder a financiamiento barato de parte de organismos de cooperación internacional y no gubernamentales presentando proyectos de desarrollo económico comunitario sostenible. La implementación de la estrategia exige al hostal realizar inversiones relativamente bajas e incrementos de gastos asociados a nuevos servicios para poder cumplir con la oferta de valor. El análisis financiero apunta a que las nuevas condiciones de operación generarán ingresos sostenibles, manteniendo gastos controlados. Esto redundará en una tasa interna de

retorno de 83,25 %, lo que demuestra que la estrategia es factible y debe ser aplicada fiel y profesionalmente para lograr los objetivos de crecimiento y rentabilidad económica y social.

Palabras clave: hostel, reposicionamiento, comunidad, Puerto Cayo.

1. Introducción

1.1 Reseña Histórica

En la Provincia de Manabí Cantón Jipijapa, a 45 minutos de viaje hacia el sur oeste, está situada la parroquia Puerto Cayo, creada formalmente el 20 de abril de 1911, aunque sus orígenes se remontan a mediados del siglo XVIII. Esta parroquia comprende una superficie de 23.600 hectáreas que limitan al norte con el cantón Montecristi, al sur con la parroquia Machalilla y la comunidad de Salaite, al este con la ciudad de Jipijapa y al oeste con el océano Pacífico. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Puerto Cayo, 2012, págs. 60-61).



Ilustración 1.

Fuente: El autor Ruta Jipijapa-Puerto Cayo

Elaborado por: (Zavala Mosquera, J.C) olecciónparticular.2019

Puerto Cayo está sujeta a la influencia climática de las corrientes fría de Humboldt y cálida de El Niño. Estas corrientes definen la época de verano entre junio y diciembre y la época lluviosa que va de enero a mayo. A pesar de estar en la costa, la ubicación de la parroquia en las cordilleras de Chongón y Colonche favorece que las temperaturas que podemos encontrar no sean extremas. Los

promedios de temperatura fluctúan entre 18°C y 24°C para las diferentes épocas. Por lo tanto, el clima se mantiene ligeramente variable a lo largo del año. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Puerto Cayo, 2012, pág. 62).

Una gran parte de los pobladores de la parroquia Puerto Cayo se dedican a la pesca artesanal y se conoce que sus orígenes son prehispánicos como parte de la cultura Manteño-Huancavilca; con la apertura de vía desde Manta y el mejoramiento de la que viene de Jipijapa, los ciudadanos han incursionado en actividades turísticas y comerciales con mayor fuerza; además se ha convertido en destino para temporadistas.

El nombre de la Ciudadela donde se ubica el hostel “Puerto Zavala” hace referencia al prócer Antonio de Vallejo, comisionado de las gestas independentistas que llegó a Jipijapa. (Zavala, s.f.). La ordenanza de creación de la ciudadela Antonio de Vallejo la crea como un barrio residencial, con fecha 6 de marzo de 1979. El documento oficial que reposa en los archivos de la Municipalidad de Jipijapa. El 15 de octubre de 1820 y luego de un viaje de tres días, el comandante José Antonio de Vallejo llegó a Jipijapa y por Bando Solemne proclamó la independencia decretada por el Presidente y los Vocales de la Junta de Gobierno de Guayaquil; proclama que fue recibida con júbilo por los jipijapenses que declararon su inmediata adhesión al pueblo de Guayaquil. (Zavala Mosquera, 2019).

2 Propósito de la investigación

Diseñar las estrategias y procedimientos para posicionar el emprendimiento hotelero y turístico del hostel “Puerto Zavala” con el fin de contribuir al desarrollo económico de la parroquia.

3 Identificación del Problema

El hostel “Puerto Zavala” es un reciente emprendimiento familiar cuyas operaciones y estrategia han sido emergentes y se han formado conforme se desarrollan las necesidades diarias. Es decir, la administración y sus procesos responden a un modo de promoción no dinámico y las ventas dependen de que los clientes por sí mismos lleguen al hostel.

En 1982 los dueños del terreno comienzan la construcción de la casa con el fin de tener una propiedad para vacacionar en dicha parroquia, en 2002 fallese la cabeza de hogar por lo que los herederos decidimos en convertirle en hostel en el año 2016 con el fin de que la viuda tenga un ingreso adicional y en especial darle una ocupación ya que es una persona jubilada.

En consecuencia, las condiciones en las que hasta ahora se ha manejado el emprendimiento derivan en que no se puedan definir servicios más allá de “cama y desayuno” y no es posible incidir en que los clientes del público objetivo decidan por hospedarse en el hostel, limitando el crecimiento económico del emprendimiento y, posiblemente, fraguando una reputación de “hostal mochilero” que dificultaría el desarrollo de una imagen más seria y comprometida con el crecimiento empresarial y comunitario.

Por lo tanto, el problema queda definido como que la falta de un plan promocional deliberado que contribuya a lograr un 70 % de ocupación mensual y anual, limita el crecimiento del negocio y de la responsabilidad social del hostel Puerto Zavala hacia el desarrollo de la parroquia Puerto Cayo.

3.1 Situación Actual

El hostel “Puerto Zavala” está ubicado en el Malecón Simón Bolívar de Puerto Cayo, dentro de la ciudadela Antonio de Vallejo en la zona sur de la parroquia,

que se caracteriza por las casas de temporadistas y de vivienda permanente. Al frente del inmueble está la playa, por lo que los huéspedes pueden gozar de una vista directa adornada por lanchas de botes de pesca artesanal. Además, en la zona se encuentran algunos servicios turísticos como restaurantes y de alojamiento. Por las características de la ubicación, el hostel ofrece a sus huéspedes la comodidad de estar cerca de los principales atractivos de la parroquia en un marco de tranquilidad para gozar de vacaciones lejos de zonas de alta actividad nocturna como bares y discotecas.

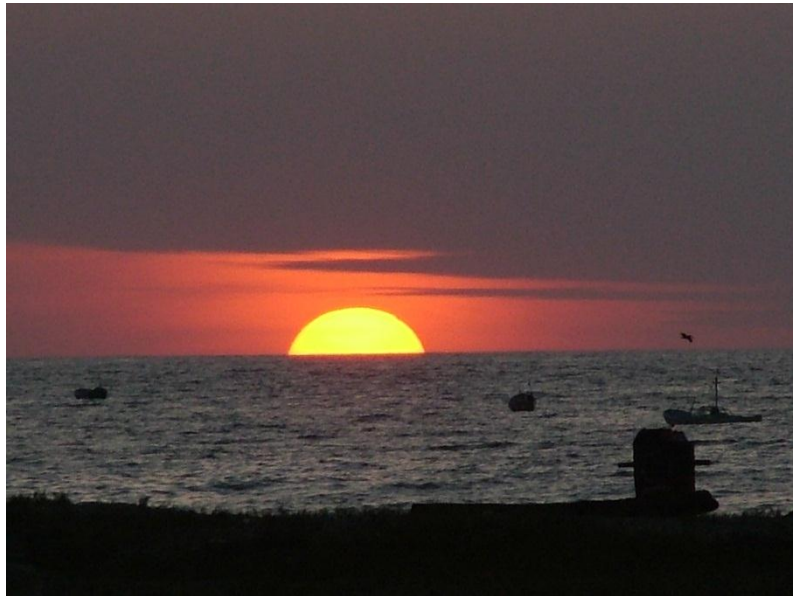


Ilustración 2

Fuente: El autor Atardecer visto desde el Hostal.

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC) Colección particular.2019

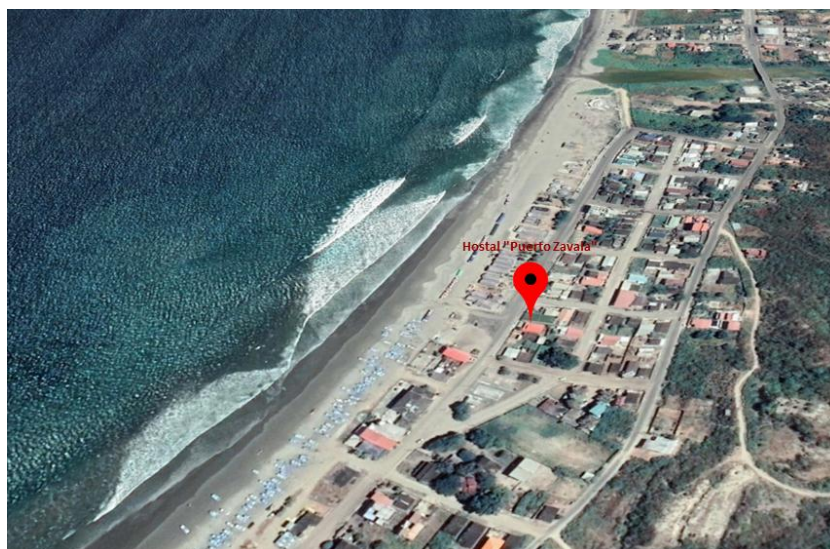


Ilustración. 3

Fuente: (Google Inc, 2019)



Ilustración 4

Fuente: El autor Bienvenida al Malecón de Puerto Cayo

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC) Colección particular. 2019

En cuanto al acceso a actividades turísticas, Puerto Cayo está en el marco del segmento Sol y Playa, con características de tranquilidad y seguridad relativa, con

acceso a servicios públicos de manera permanente, además de conectividad a internet que la proveen diferentes operadores.



Ilustración 5.

Fuente: El autor Islote Pedernales visto desde la playa de Puerto Cayo

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC) Colección particular 2019

A treinta minutos en automóvil, se encuentra la población de Puerto López y el parque nacional Machalilla con su playa Los Frailes. Si el turista quiere socializar en bares y discotecas, o hacer surfing, en 45 minutos puede estar en la población de Montañita. Asimismo, a lo largo del recorrido entre Puerto Cayo y Montañita, el turista puede encontrar otras poblaciones con sus atractivos y un sin número de playas de poca concurrencia.



Ilustración 6.

Fuente: El autor Salida hacia el sur desde Puerto Cayo

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC) Colección particular
2019

La actividad turística en la zona sur de Manabí ha venido cobrando importancia en los últimos años, especialmente en cuanto al turismo ecológico. El avistamiento de ballenas jorobadas y la visita a la isla de La Plata son actividades principales que convocan a un importante número de turistas. Esas actividades también son accesibles desde Puerto Cayo aunque el principal punto de salida para los turistas es Puerto López.

4. Análisis FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) tiene como objetivo analizar y describir la situación del hostel con respeto a los factores internos y externos a él.

Tabla1. Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
Factores Internos	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de inversión para el crecimiento. • Atención directa por los dueños • Personal habla inglés. • Ubicación privilegiada frente al mar y la playa. • Ambiente cálido, alegre y hogareño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo administrativo informal. • Bajo número de habitaciones. • Bajo nivel de promoción • Servicios no estandarizados. • Los empleados no han recibido entrenamiento formal.
	Oportunidades	Amenazas
Factores Externos	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica en la costa ecuatoriana en la ruta Spondylus. • Fácil acceso a Puerto Cayo y al malecón. • Ubicado cerca de importantes centros turísticos (Montañita, Manta, Puerto López, Santa Elena, otros) • Oferta de servicios turísticos amplia. • Ubicado en destino reconocido de sol y playa en los planes nacionales de turismo. • Cooperaciones extranjeras 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos deficientes. • Desconocimiento de la oferta turística de Puerto Cayo a nivel nacional e internacional. • Baja calidad de servicios turísticos. • Moderada inseguridad en temporada alta. • Competencia en sitios cercanos como Puerto López. • Bajo nivel de inversión en mejoramiento de servicios por parte de los empresarios. • Proveedores de servicios turísticos desorganizados.

	<p>y organizaciones no gubernamentales interesadas en apoyar proyectos de desarrollo productivo en el país.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del uso de redes sociales para promoción de negocios. 	
--	---	--

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado: por:(Zavala Mosquera, JC)

Del análisis dinámico de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas se derivan las posibles estrategias para modificar la situación actual del hostal, mediante la construcción de la matriz FOFADODA.

La matriz FOFADODA relaciona las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se establecieron anteriormente y permite derivar una serie de estrategias básicas que orientarán el establecimiento del nuevo plan promocional del hostal. En el siguiente cruce de factores internos y externos se visualizan sus cruces y las estrategias genéricas que se derivan de ellos.

Tabla 2. Matriz FOFADODA

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	<p style="text-align: center;">FO <i>Estrategia “Maxi-Maxi”</i></p> <p>Utilizar las fortalezas para potenciar el aprovechamiento de las oportunidades.</p>	<p style="text-align: center;">FA <i>Estrategia “Maxi-Mini”</i></p> <p>Usar las fortalezas para minimizar el impacto de las amenazas.</p>

Debilidades	<p>DO <i>Estrategia “Mini-Maxi”</i></p> <p>Minimizar las debilidades aprovechando las oportunidades.</p>	<p>DA <i>Estrategia “Mini-Mini”</i></p> <p>Minimizar las debilidades y evitar las amenazas.</p>
--------------------	---	--

Fuente: (Cortéz, 2017)

Esta matriz FOFADODA se aplica para delinear estrategias que fortalecerán la posición del hostel. El cruce de los factores internos y externos presentan diferentes situaciones sobre las cuales actuar para definir una estrategia de comercialización y plan de promoción para llevar al hostel a un nivel de productividad y rentabilidad más elevado.

Del cruce de fortalezas y oportunidades se derivan estrategias para explotar las potencialidades disponibles y un probable curso de acción para el desarrollo del hostel. En cuanto a las debilidades y amenazas, su análisis muestra las limitaciones existentes. Asimismo, el análisis del cruce de fortalezas y amenazas revelan los riesgos que se deben gestionar para evitar impactos negativos sobre la empresa. Finalmente, el cruce entre debilidades y oportunidades muestra los desafíos que debe asumir la administración del hostel hacia afuera para crear condiciones mejores de desenvolvimiento. (Codina Jiménez, 2011)

De esta manera, la construcción de la matriz FOFADODA para el hostel “Puerto Zavala” revela las estrategias resumidas en la Tabla 3.

Tabla.3: Matriz FOFADODA para el hostel “Puerto Zavala”

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	<p>Reducir la inversión usando la promoción por redes sociales, recurriendo a fuentes de financiamiento baratas mediante organismos de cooperación internacional y no gubernamentales.</p> <p>Reposicionar estratégicamente el hostel en un nicho de mercado de huéspedes más selectos a costos razonables.</p>	<p>Implementar procedimientos sencillos y responsabilidades claras para el personal mediante la profesionalización de la administración.</p>
Debilidades	<p>Reducir el impacto de la discontinuidad de los servicios públicos, asegurando la dotación de agua potable y la recolección de desechos sólidos.</p>	<p>Desarrollar una organización de actores turísticos comunitarios alrededor de temas específicos para mejorar las condiciones de desarrollo del sector y así atraer más clientes, mejorar la seguridad y la dotación de servicios básicos.</p>

Fuente: Hostel “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

Estas estrategias se desarrollan de la siguiente manera:

Potencialidades (FO): La

principal potencialidad radica en que es posible financiar el crecimiento del negocio con poca inversión. Para efectos de promoción del hostel “Puerto Zavala”, es posible hacerlo por medio de redes sociales como Facebook, AirBnB, Instagram, LinkedIn y Twitter, así como el mantenimiento de la página Web. Por estos medios, la inversión en publicidad es baja y permite llegar a directamente nuevos públicos.

De igual manera, existen fuentes de financiamiento baratas mediante organismos de cooperación internacional y no gubernamentales; este financiamiento puede ser útil para hacer inversiones físicas en el mediano plazo como el aumento de habitaciones. Otra potencialidad importante es ubicar estratégicamente el hostel en un nicho de mercado caracterizado por huéspedes que buscan un ambiente amigable, cómodo, hogareño y tranquilo con un trato diferenciado a un costo razonable.

Limitaciones (DA): Las principales limitaciones son la falta de continuidad de los servicios básicos de agua potable, recolección de basura y limpieza de calles. En el caso de la falta de agua potable continua nos obliga a tener siempre llena la cisterna, dándole mantenimiento continuo. En el caso de la basura se ha organizado con los vecinos para alquilar una camioneta para transportar los desechos hasta el botadero. En el patio trasero del hostel existen tachos grandes de basura para reunir la basura hasta por tres días sin causar malos olores o proliferación de insectos.

Riesgos (FA): El riesgo más importante que enfrenta el hostel “Puerto Zavala” es perder la oportunidad de explotar las ventajas que ofrecen los factores externos por una falta de formalidad en la administración y por la deficiente promoción publicitaria. Para evitar estos riesgos, es necesario implementar procedimientos sencillos y responsabilidades claras para el personal.

Desafíos (DO): La filosofía que se busca implantar en el manejo del hostel exige que la gerencia asuma la organización y direccionamiento de la atención turística innovadoras para poder cumplir con la promesa de servicio a los huéspedes.

Desarrollar una organización de actores turísticos alrededor de temas específicos, como por ejemplo flujo de clientes, seguridad o servicios básicos, resultarán beneficiosos no solo para el hostel en sí sino también para la comunidad.

Cabe anotar que para actividades de organización comunitaria se puede atraer el apoyo de agencias de cooperación internacional y organismos no gubernamentales; no obstante, para acceder a estas contribuciones es preciso coordinar con los gobiernos parroquiales o cantonales.

5. Situación Esperada (Propuesta)

El sector del turismo ha sido impulsado por autoridades nacionales, provinciales, municipales y parroquiales en el sur de Manabí; Puerto Cayo no escapa a esta tendencia y es necesario desarrollar servicios turísticos que ayuden a preservar esta población como un centro de turismo de descanso, evitando que se perturbe la calma del lugar con el crecimiento de servicios de diversión que conlleva el menoscabo de las tradiciones y actividades económicas artesanales propias de la población. Pero existen actividades de gran concentración en fines de semana asociados con feriados.

Para este propósito, es necesario consolidar al hostel “Puerto Zavala” como un sitio de hospedaje, descanso, guía y conexión de actividades turísticas que respeten la cultura y tradiciones del pueblo pescador manabita.

6 Filosofía Empresarial

Concepto de misión: Todo emprendimiento debe iniciar planteándose su misión o propósito que identifica la función o las tareas básicas de la empresa; por ejemplo, el propósito de una empresa en general es la producción y distribución de bienes o servicios. El enunciado de la misión empresarial describe el propósito básico que da sentido a la existencia misma de la organización y, además, identifica la manera en que se ha de lograr ese propósito básico señalando las áreas prioritarias y los objetivos que se han de alcanzar. (Koontz, Weihrich , & Cannice, 2012, pág. 109).

Para el hostel “Puerto Zavala”, su misión puede quedar establecida como: “‘Puerto Zavala’ es un hostel que ofrece servicios de hospedaje y alimentación a turistas nacionales y extranjeros que buscan un ambiente hogareño, tranquilo y seguro desde el cual puedan gozar de la amabilidad, cultura, tradiciones y atractivos del sur de la provincia de Manabí, conjugando el compromiso con el desarrollo sostenible de la parroquia Puerto Cayo”.

Conceptos de visión y valores: La visión de una empresa constituye una declaración que consiste en desarrollar los valores esenciales, ubicación geográfica, dirección, relaciones con quienes participan dentro y fuera de ella. (Koontz, Weihrich , & Cannice, 2012, pág. 110). Por su parte, los valores son las creencias relativamente permanentes sobre lo que es correcto o no conforme los fundadores de la empresa, que dan dirección a las acciones y el comportamiento de los empleados en el cumplimiento de sus metas. (Koontz, Weihrich , & Cannice, 2012, pág. 265)

En el caso de nuestro hostel, la visión queda establecida como:

- El hostel “Puerto Zavala” será en el año 2023 la mejor opción para obtener experiencias personalizadas de turismo y hospedaje en el sur de Manabí.

Además, como parte de esta visión, se definen los siguientes valores:

- **Honestidad:** Cumplir cabalmente con la oferta de un servicio de hospedaje, alimentación y de conexión con servicios turísticos cubriendo las expectativas del cliente a un precio razonable.
- **Compromiso:** Adecuar constantemente los estándares de servicio para asegurar que la el cliente obtenga una experiencia turística que cumpla con todas sus expectativas y para aportar constantemente al desarrollo y reputación turística de Puerto Cayo.
- **Respeto a la comunidad:** Procurar un desarrollo del negocio en armonía con la comunidad, sus costumbres, su medio ambiente y potencialidades de desarrollo económico y social.
- **Innovación:** Desarrollar constantemente las instalaciones y equipamiento del hostel y apoyar a la comunidad en el desarrollo de los servicios turísticos conexos que se ofrecen a través del hostel.

6.1 Oferta de servicios de hostel “Puerto Zavala”

Dada las características de las instalaciones el servicio de hospedería se enmarca en el segmento Bed & Breakfast (cama y desayuno), sin que implique no ofertar otros servicios complementarios, buscando que los huéspedes se queden más días y la ocupación se mantenga en al menos el 80% al año.

6.2 Descripción de los servicios

Los huéspedes, además de contar con camas limpias y el servicio de desayuno, baño semi privado, podrán acceder a una minibiblioteca, WiFi, muebles de playa, café, bebidas aromáticas y bebidas frías, además de canapés de auto preparación; también de muebles y artículos de playa. Servicio externo de garaje. Comedor

general bajo techo. Espacio para bronceado privado, patio con muebles de comedor o preparar asados. Servicio exclusivo para personas mayores de 18 años.

6.3 Capacidad de alojamiento (infraestructura)

Una habitación matrimonial, baño privado, con acondicionador de aire y minibar.

Una habitación múltiple: dos camas dobles (estándar c/u), ventilador, mesa de noche, luz de lectura y armario con seguridad. Capacidad 4 huéspedes. Baño semiprivado.

Una habitación popular: 4 literas para una persona (twin c/u), ventilador, luz de lectura y armario individual con seguridad. Capacidad 4 huéspedes. Baño semiprivado.

6.3.1 Personal

Tabla.4: Personal del Hostal “Puerto Zavala”

Cargo	Trabajadores
Administrador	1
Encargado de Mercadeo	1
Encargado de Logística y	1
Cocinera	1
Asistentes múltiples	3
TOTAL DE PERSONAL	6

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

6.3.2 Funciones del Personal

Administrador

Es la persona a cargo de las tareas estratégicas del emprendimiento. Tiene la principal responsabilidad de velar por el crecimiento del hostel desarrollando nuevos negocios y alianzas con proveedores de bienes y servicios para el hostel, así como con proveedores de servicios turísticos para incorporarlos en los paquetes de experiencias que buscan los clientes. También se encarga de atender a los clientes en coordinación con el Encargado de Logística y Mantenimiento.

Encargado de Mercadeo y Ventas

Coordina, supervisa y ejecuta los procesos de promoción de los servicios del hostel por medio de redes sociales o, cuando fuere necesario, por medios físicos. Adicionalmente, registra y planifica las reservaciones de los clientes y recomienda el establecimiento de precios con base en el seguimiento del mercado y la competencia. Concreta reservaciones y da seguimiento a las reacciones de los huéspedes, maneja y administra la página Web y redes sociales virtuales.

Encargado de Logística y Mantenimiento

Se encarga de velar porque las instalaciones y equipamiento del hostel estén en las mejores condiciones para la prestación de los servicios. Además, se encarga de coordinar los medios para la provisión de bienes y servicios que son necesarios para la prestación de los servicios. Supervisa y coordina a los ayudantes de limpieza. Se mantiene pendiente para el pago de servicios básicos y otras obligaciones. También se encarga de atender a los clientes en coordinación con el Gerente.

Cocinera

Se encarga de las preparaciones de alimentos para los huéspedes, clientes externos y personal del hostel. Esta empleada debe provenir de la misma comunidad para que conozca la gastronomía local y así contribuir a la experiencia que tengan los huéspedes.

Asistentes múltiples

Se encargan del arreglo y limpieza de las estancias del hostel. Se encargan también del lavado de la lencería de habitación y mantelería, del mantenimiento menor bajo la supervisión del Encargado de Logística y Mantenimiento; Tienen la responsabilidad de los servicios de preparación de alimentos y atención a los huéspedes.

Personal Externo

Para mantener bajos los costos de personal, se recurrirá a la contratación de oficios especializados según surjan las necesidades. De manera permanente, el hostel tendrá contratado un Contador que se encargará de llevar la contabilidad del hostel, el control de facturación, declaraciones y pagos de impuestos, pago de salarios, trámites en el IESS y en el Ministerio de Trabajo.

6.4 Servicios turísticos externos

Principales servicios turísticos de la parroquia Puerto Cayo

Restaurantes de corte tradicional al filo de la playa con especialidad en mariscos y comida típica manabita.

Servicios de alquiler de carpas en la playa.

Recorridos y vista al islote Pedernales e isla de La Plata

6.5 Competencia

Los competidores directores para los servicios del hostel “Puerto Zavala” están identificados en la Tabla No. 2

Tabla 5. Competencia

Competidores	Precio por noche
<i>En la Cdla. Antonio de Vallejo</i>	
- Hostal Los Frailes	\$45,00
- Hostal El Gringo	\$40,00
- Hotel Puerto Cayo	\$32,00
<i>En el pueblo</i>	
- Sanctuary Puerto Cayo Lodge	\$30,00
- Complejo Calma Viva	\$30,00
- Las Tanusas Retreat & SPA	\$30,00
- La Fogata Bungalows	\$20,00
- Cabalonga EcoAdventure	\$20,00

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

7. Marketing Mix

7.1 Producto

El producto que ofrece el hostel “Puerto Zavala” es el servicio principalmente de hospedaje diferenciado de la competencia por proveer al huésped de un ambiente hogareño, tranquilo y seguro que les permita tener una experiencia vivencial de la cultura, tradiciones y amabilidad de la comunidad de Puerto Cayo. Adicionalmente, el huésped tiene a su disposición servicios adicionales como

alimentación, arriendo de bicicletas, entre otros, que aportan a mejorar la experiencia de alojamiento.

El servicio de alojamiento se define en tres tipos: (i) habitación matrimonial, con baño privado, para parejas, (ii) habitación múltiple para familias, y (iii) habitación popular, dirigida principalmente a huéspedes individuales o parejas que están dispuestas a compartir el espacio con otros huéspedes.

7.2 Precio

Los precios definidos a continuación están definidos a partir de una comparación con los de la competencia directa del hostel y buscan el efecto de segregar a los posibles clientes de acuerdo con la estrategia de posicionamiento que se explicará más adelante. Es decir que los valores, ligeramente más altos a los precios de la competencia, sirven para asegurar una mayor exclusividad a los huéspedes que decidan escoger los servicios del hostel “Puerto Zavala”. A continuación, en la Tabla No. 3, se muestran los precios que llevan a obtener el objetivo principal de reposicionamiento del hostel.

Tabla 6. Lista de precios

Servicios	Precio	Descripción
B & B por persona		
Habitación matrimonial	35,00	Por persona, diario
Habitación múltiple	20,00	Por persona, diario
Habitación popular	15,00	Por persona, diario
Lavandería	0,50	Por prenda
Arriendo de bicicletas	0,80	Por hora

Fuente: Hostel “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

7.3 Plaza

El hostel está ubicado en la parroquia Puerto Cayo del cantón Jipijapa, provincia de Manabí. El inmueble está directamente al frente de la playa en el malecón. Es la zona de mayor tránsito de personas que buscan principalmente pasar el tiempo en la playa o utilizar servicios de restaurantes y bares. Adicionalmente, está cerca de otras ofertas de hospedaje pero que en su mayoría no gozan de la ubicación frente a la playa que es buscada por la mayoría de los visitantes. El hotel Puerto Cayo es el más grande de la parroquia, pero está frente a una zona conocida como el Piedrero que no cuenta con la playa de arena que está a unos trescientos metros hacia el norte.

En cuanto a los posibles socios estratégicos encargados de proveer servicios turísticos, en la playa frente al hostel “Puerto Zavala” se ubican los botes de pescadores que además ofrecen servicios de transporte hacia la isla de la Plata y otras atracciones como paseos en “bananas”. De esta manera, el hostel tiene ventajas comparativas frente a los demás proveedores de hospedaje de la parroquia.



Ilustración 7.

Fuente: El Autor Juegos playeros

Elaborado por:(Zavala Mosquera, JC) Colección Particular 2019

7.4 Promoción y Publicidad

Los servicios del hostel “Puerto Zavala” se promocionarán por medio de redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, tanto como cuentas propias del hostel cuanto por medio de publicidad distribuida por esas redes. Las cuentas del hostel requieren ser administradas para para que alcancen un posicionamiento privilegiado en los buscadores.

Adicionalmente, el hostel se promocionará por medio de la red social de alojamiento alternativo Airbnb cuyo número de usuarios crece diariamente y abre oportunidades de promoción diferentes a los canales tradicionales para la promoción de hoteles y hostales. Además, Airbnb también promociona y comercializa paquetes de experiencias a sus usuarios para que puedan conocer y disfrutar experiencias y actividades propias de las localidades que deciden visitar y que normalmente son conducidas por lugareños.

8. Plan de Promoción

Con el fin de desarrollar e implementar una estrategia de comercialización para el hostel “Puerto Zavala”, reformulando el nicho de mercado del que provienen los huéspedes y de esa manera mejorar la rentabilidad y sostenibilidad del hostel, es preciso establecer un nuevo plan promocional para este emprendimiento. Para esto, en primer lugar se debe considerar la matriz FOFADODA derivada del análisis de FODA, realizada anteriormente.

8.1 Objetivos

8.1.1 Objetivo General:

Reposicionar el hostel “Puerto Zavala” hacia un público con mayores excedentes financieros que permita extender la reputación e influencia del hostel como un

centro de hospedaje que facilite el acceso a servicios turísticos de la parroquia Puerto Cayo.

8.1.2 Objetivos Específicos:

- Establecer las restricciones para el reposicionamiento del hostel.
- Definir las consecuencias de mantener al hostel en su situación actual.
- Determinar la solución más viable para el reposicionamiento del hostel.

8.2 Estrategia

8.2.1 Restricciones del hostel “Puerto Zavala”

El hostel “Puerto Zavala” ha mantenido una acción reactiva para prestar sus servicios de hospedaje. Es decir, que el hostel no ha hecho publicidad de sus servicios y, en consecuencia, sus huéspedes son personas referidas por amigos de la familia o turistas que llegan espontáneamente buscando alojamiento una vez que llegan a la parroquia. Esta modalidad de operación no asegura completamente el flujo de ingresos necesarios para extender los servicios propios de un hostel bajo las condiciones actuales.

La primera y principal restricción que tiene el hostel es la capacidad de crecimiento físico del hostel. El hostel está ubicado en un terreno de 483,60 metros cuadrados y colinda con casas de habitación en ambos lados y en la parte trasera. Entonces para crecer físicamente, se tendría que adquirir alguna de las casas que rodea al hostel. Por esta razón, el crecimiento en número de habitaciones está limitado a la capacidad actual y no se puede sostener una estrategia clásica de hostel de bajo costo para el crecimiento del negocio.

La segunda restricción es la baja capacidad financiera del hostel para financiar el crecimiento. Si bien la inversión relacionada con el inmueble está hecha y recuperada durante todo el tiempo que se lo utilizó como casa vacacional de la

familia y el ingreso generado por los servicios de hospedaje, es necesario separar los capitales de la familia de los del negocio para apreciar objetivamente las posibilidades de financiar el crecimiento del negocio. Actualmente, los ingresos cubren los gastos de operación del hostel pero la generación de utilidades es insuficiente para financiar cualquier nueva inversión importante y para generar rentabilidad a favor de los accionistas.

8.3 Definición de Opciones Estratégicas

Como se estableció en el análisis FODA y de las restricciones definidas anteriormente, es posible definir dos caminos estratégicos. El primero de ellos es la estrategia trivial de no hacer nada y mantener la gestión del hostel como se ha llevado hasta ahora. La segunda es reposicionar el hostel hacia un servicio de hospedaje orientado a turistas que buscan atención personalizada y tranquilidad durante su estancia.

8.3.1 Estrategia Trivial: No hacer nada

En esta estrategia se mantendrían las condiciones actuales de operación y promoción del hostel. Es decir, la administración del hostel no haría promoción alguna más allá de la parroquia. Si bien esta estrategia no requiere inversiones adicionales, se puede esperar que los resultados sean los mismos que ha venido teniendo el hostel actualmente y que, en promedio, se resumen a continuación:

Tabla 7. Ingresos mensuales actuales

Concepto	Cantidad al mes	Costo unitario	Ingreso mensual
Noches de hospedaje	27	\$ 10,00	\$ 270,00
Desayunos	89	\$ 2,00	\$ 178,00
Almuerzos	163	\$ 5,00	\$ 815,00

Cenas	117	\$ 3,50	\$ 409,50
Total			\$ 1.672,00

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

Tabla 8. Egresos mensuales actuales

Concepto	Total Mensual
Ayudante de limpieza	\$ 468,00
Cocinera	\$ 234,00
Alimentos y bebidas	\$ 539,00
Agua	\$ 35,00
Electricidad	\$ 52,50
Comunicaciones	\$ 45,00
Contabilidad	\$ 30,00
Otros gastos menores	\$ 47,00
Total	1.430,50

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

Con estos datos de ingresos y gastos, se evidencia la restricción financiera para el crecimiento del hostel. La utilidad dejada por el hostel, sin tomar en cuenta impuestos y tasas de ley, es de \$ 221,5. En consecuencia, esta alternativa no es viable si se quiere mejorar la rentabilidad del hostel.

8.3.2 Estrategia de Reposicionamiento

La estrategia de reposicionamiento consiste en renovar y difundir los servicios que presta el hostel “Puerto Zavala” de manera que se pueda llegar a un nuevo segmento de turistas con mayor capacidad de pago y que, por lo mismo, exigen un mayor nivel de servicios. Para esto, es necesario establecer los servicios y adecuaciones que se deben hacer para poder cumplir con la promesa de

experiencias que ofertará el hostel. La estrategia de reposicionamiento del hostel “Puerto Zavala” tiene tres pilares básicos que se describen a continuación:

Promoción en redes sociales: la publicidad tradicional por medio de anuncios en medios impresos y audiovisuales resulta onerosa e improductiva para atraer clientes al hostel. En su lugar, se propone utilizar redes sociales para publicitar los servicios y experiencias que ofrece el hostel. Para la difusión del hostel se utilizarán las siguientes redes: Facebook, Twitter e Instagram. En los tres casos se deberán crear los perfiles para promover y difundir las actividades que se realizan diariamente en el hostel, y las que se realizarán. Asimismo, por estos medios se pueden difundir las ofertas y eventos especiales que ofrezcan al público. Asimismo, en esas redes se pueden emitir anuncios y comerciales dirigidos específicamente al público objetivo de la estrategia. La página del hostel en Facebook puede también servir como un sitio web pequeño para proveer información general y específica del hostel, como por ejemplo las habitaciones disponibles, las facilidades de comedor y zonas de descanso.

Gestión de reservas por aplicaciones y sitios web dedicados: para la gestión de reservas y compras de servicios, se utilizarán las aplicaciones dedicadas a estos efectos como son: Booking.com y AirBnB. Además de promocionar al hostel, estas aplicaciones facilitan el cobro y las reservas de habitaciones hechas por los clientes a nivel mundial. Los cargos que debe pagar el hostel son las comisiones que estas aplicaciones cobran sobre el precio del hospedaje. Estas comisiones son de 12% en Booking.com y de 3% en AirBnB.

Inversiones: Con el fin de mejorar las condiciones de hospedaje para el nuevo público objetivo del hostel “Puerto Zavala” es necesario realizar inversiones menores para estar en posición de cumplir con la promesa de servicios y experiencias del hostel. En primer lugar, en la recepción del hostel se debe ubicar un pequeño estante para folletos promocionales de proveedores de servicios turísticos locales y una caja fuerte para guardar objetos de valor de los huéspedes. En segundo lugar, se debe adecuar el aspecto del hostel con nueva pintura y

rotulación de las diferentes áreas, así como un mantenimiento mayor de tubería, cableado eléctrico y cerámica de baños y cocina.

Vínculo con la comunidad: Este aspecto de la estrategia se trata de fortalecer las ya existentes relaciones con los actores públicos, privados y comunitarios que actúan en la parroquia. El fortalecimiento de las relaciones con estos actores brinda una serie de beneficios principalmente para los huéspedes del hostel. En primer lugar, se puede obtener trato preferencial para nuestros huéspedes por la promoción que se hace en el hostel de los proveedores de servicios turísticos locales. El segundo beneficio es que los actores de la parroquia aumentan el cuidado de los huéspedes brindándoles mayor seguridad y mejores atenciones. El tercer beneficio es que al tener un proyecto productivo con vínculos comunitarios, es posible acceder a fondos no reembolsables para inversiones por parte de agencias de cooperación internacional o programas especiales de los gobiernos nacional, provincial o local. Con todo esto, la experiencia turística general de nuestros huéspedes será mejores lo que redundará en repetición de la visita o en referencias favorables tanto para el hostel como para la parroquia.

8.4 Implicaciones financieras:

8.4.1 Ingresos, costos y gastos

La ejecución de la estrategia de reposicionamiento del hostel requiere incrementar costos recurrentes e inversiones de la siguiente manera:

Tabla 9. Inversiones

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Total
Caja fuerte	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Lavadora de 20 kg	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Secadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00

Estante de folletería	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Cambio de cerramiento por verja de madera	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Ropa de cama (juegos de sábanas)	119	\$ 30	\$ 3.570,00
Juegos de toallas	133	\$ 15	\$ 1.995,00
Pintura y arreglos menores	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Rotulación mayor (letrero)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Rotulación menor (estancias)	7	\$ 10,00	\$ 70,00
Bicicletas	5	\$ 400,00	\$ 2.000,00
Mantenimiento mayor del inmueble	1	\$ 10.000,00	\$10.000,00
Total			\$ 20.645,00

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

En el caso de la ropa de cama, juegos de toallas, pintura y arreglos menores, ser deben programar su reposición y mantenimiento cada 1,5 años; estos gastos se deberán actualizar por inflación.

Tabla 10. Gastos mensuales de personal

Rubro	Cantidad	Remuneraciones (incluye beneficios)	Total
Administrador	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Encargado de mercadeo	1	\$ 466,66	\$ 466,66
Encargado de logística y mantenimiento	1	\$ 466,66	\$ 466,66
Cocinera	1	\$ 459,66	\$ 459,66
Asistentes múltiples	3	\$ 459,66	\$ 1.378,98
Total			\$ 3.771,96

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

Tabla 11. Gastos mensuales de publicidad

Rubro	Monto
Publicidad en Facebook	\$ 50,00
Publicidad en Twitter	\$ 30,00
Publicidad en Instagram	\$ 30,00
Total	\$ 110,00

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

Tabla 12. Gastos por comisiones de servicios de gestión de reservas (promedio de temporadas)

Rubro	Comisión	Noches	Costo Unitario	Gasto Total
Comisiones Booking.com	12 %	70	\$ 2,40	\$ 168,00
Comisiones AirBnB	3 %	80	\$ 0,60	\$ 48,00
Total		150		\$ 216,00

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

Tabla 13. Ingresos incrementales mensuales

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Ingreso Total
Noches-persona de hospedaje (habitación matrimonial)	42	\$ 35,00	\$ 1.470,00
Noches-persona de hospedaje (habitación múltiple)	84	\$ 20,00	\$ 1.680,00
Noches-persona de hospedaje	168	\$ 15,00	\$ 2.520,00

(habitación popular)			
Lavandería (prendas)	756	\$ 0,50	\$ 378,00
Arriendo de bicicletas (horas)	450	\$ 0,80	\$ 360,00
Total			\$ 6.408,00

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: (Zavala Mosquera, JC)

8.4.2 Cálculo de rendimientos financieros

Para establecer si la inversión a realizar es rentable o no, es necesario calcular el valor actual neto de los flujos futuros y la tasa interna de retorno. En el caso del valor actual neto, tomaremos como tasa de descuento a la tasa pasiva referencial publicada por el Banco Central del Ecuador para abril de 2019 y vigente para inversiones de hasta un año. Esta consideración se debe a que esta tasa sería la alternativa más viable de inversión de los recursos disponibles de la familia a su aplicación en el hostal; es decir, que si la familia no decidiera usar esos fondos en el hostal, se podría tomar como otra opción de inversión el depósito a plazo de hasta un año. La tasa pasiva referencial para inversiones entre 181 y 360 días es de 6,55 % anual. (Banco Central del Ecuador, 2019)

Además de la tasa de descuento, los gastos se incrementan de año a año en un porcentaje equivalente a la inflación. Por las condiciones de bajo crecimiento de la economía en el futuro inmediato, es posible considerar una proyección de inflación anual igual a la presentada en la Proforma de Presupuesto General del Estado 2019, para los próximos tres años; esto es 1,07 % anual. (Ministerio de Economía y Finanzas de Ecuador, 2018, pág. 14) Con el fin de mantener un escenario conservador, los ingresos no se incrementan en los tres años de proyección. Con esto, también se calcula la tasa interna de retorno de la inversión a realizar para obtener las proyecciones de ingresos con el nuevo segmento de mercado que atacamos con el plan promocional.

Como se puede apreciar en el Anexo 1, los resultados del valor actual neto y la tasa interna de retorno (TIR) demuestran que el proyecto es financieramente

viable. De hecho, el valor alto de la TIR (83,25 %) es el producto de los pequeños montos de inversión que son necesarios para iniciar el proyecto. Esto es así debido a que no es necesario invertir en el inmueble más allá de las pequeñas adecuaciones y equipamientos descritos anteriormente. Otro aspecto que favorece la rentabilidad alta es el uso de redes sociales para la promoción, con las cuales es posible mantener bajos estos costos, rentabilizando aún más el proyecto. Finalmente, el significativo incremento de precios y el aumento de servicios del hostel (renta de bicicletas y lavado de ropa) diversifica y eleva los ingresos del hostel; asimismo, el solo hecho de realizar promoción aumentará progresivamente (incluyendo la promoción voz a voz) los niveles de ocupación del hostel contribuyendo también a la rentabilidad.

Por último, al utilizar redes sociales para la promoción, es posible mantener bajos estos costos, rentabilizando aún más el proyecto.

9. Conclusiones y Recomendaciones

9.1 Conclusiones

- Vistas las dos opciones estratégicas analizadas, es claro que el hostel no puede rentabilizarse más allá de lo que actualmente rinde si se mantiene con la operación actual. (estrategia trivial). La estrategia de reposicionamiento y promoción a través de redes sociales permite atraer una mayor cantidad de huéspedes provenientes de un segmento de mercado caracterizado por mayores niveles socio-económicos. Abordar este segmento de mercado permitirá también incrementar los precios de hospedaje.
- Para cumplir con la promesa y experiencia ofrecida por el hostel en la aplicación de la estrategia de reposicionamiento, es necesario incrementar las relaciones colaborativas con los proveedores locales de servicios turísticos. Para esto, el hostel servirá como un facilitador entre los huéspedes y los proveedores locales de manera que los huéspedes tengan

acceso a las experiencias turísticas locales y un trato preferencial. Con esto, el hostel “Puerto Zavala” incrementará para sus huéspedes el contenido de valor de su oferta de servicios.

- La ejecución de esta estrategia permitirá que el hostel pueda incrementar sus precios y el número de noches de hospedaje. La presencia del hostel en redes sociales habilita el acceso a los mercados nacional e internacional de manera inteligente, identificando a los clientes perteneciente al segmento de mercado que prefiere alojarse en hostales pequeños y están dispuestos a pagar por el trato personalizado en un ambiente hogareño.
- Adicionalmente, las relaciones que se debe fomentar con la comunidad para impulsar el desarrollo aglutinando a los agentes económicos locales. La organización de los actores económicos comunitarios se la puede hacer para mejorar los servicios turísticos de la parroquia y para solventar las deficiencias de servicios públicos; por ejemplo, remoción de desechos sólidos. Estas iniciativas comunitarias son favorecidas por agencias de cooperación internacional. De estos organismos se puede obtener asistencia técnica y financiamiento de pequeños emprendimientos a bajo o ningún costo.
- Creemos que con la ejecución de esta estrategia es posible rentabilizar y hacer crecer el negocio de manera que ofrezca nuevas fuentes de ingresos a los miembros de la familia propietaria. Esto se corrobora con el cálculo del valor actual neto y la tasa interna de retorno que dan resultados altamente rentables para el proyecto. Adicionalmente, el apego estricto a la empresa obliga a los propietarios y empleados a mejorar el manejo administrativo, financiero y operativo del hostel, por lo que se amplían las posibilidades de mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen.

9.2 Recomendaciones

- Los ejes de la estrategia de reposicionamiento son la publicidad por redes sociales y la organización comunitaria para ofrecer experiencias más completas al cliente. En cuanto al trabajo con proveedores de servicios comunitarios, es preciso trabajar en talleres de definición de servicios, condiciones de prestación y coordinaciones para facilitar el acceso a los atractivos locales por parte de los clientes. Estas reuniones deben realizarse de manera periódica para mantener altos los niveles de servicios comunitarios, evaluando y corrigiendo continuamente los problemas que se presenten.
-
- Para efectivamente ejecutar la estrategia de reposicionamiento del hostel “Puerto Zavala” se recomienda levantar rápidamente los fondos necesarios para realizar las inversiones y nuevos gastos en el corto plazo. En este sentido, las fuentes de financiamiento pueden ser directas de los accionistas del emprendimiento por medio de capital propio o préstamos en el sistema financiero. Otra fuente de fondos de inversión pueden ser las agencias de cooperación internacional que apoyan el desarrollo económico sustentable en las comunidades locales. Para acceder a estos fondos, es necesario investigar las agencias o programas que actúan en la provincia de Manabí y preparar un proyecto a ser financiado, y presentarlo a las respectivas agencias.
- Otra recomendación para los propietarios del hostel es que asuman las funciones asignadas con la mayor seriedad y profesionalismo para asegurar la conservación de recursos y mantener la viabilidad del proyecto.
- Para iniciar la implementación de la estrategia de reposicionamiento, los dueños del hostel deberán comenzar a trabajar en tres líneas paralelas. La primera es la tarea de adecuar y equipar el hostel para estar preparados para la afluencia de los clientes del nuevo segmento. La segunda línea para desarrollar es la relación con los proveedores comunitarios de servicios turísticos. Esta tarea se la puede realizar inmediatamente con los medios

disponibles actualmente. Para esto es recomendable identificar y reunirse con los líderes comunitarios. Finalmente, el hostel debe crear las cuentas en las redes sociales y plataformas digitales de promoción y desarrollar los textos y material audiovisual que usará en estos canales promocionales.

Anexo 1

Tabla 14

Cálculo del Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

Rubro	Monto Mensual	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
		2019	2020	2021	2022
<i>Ingresos</i>	\$ 6.408,00		\$ 76.896,00	\$ 76.896,00	\$ 76.896,00
<i>Total Gastos</i>	\$ 4.097,96		\$ 53.343,48	\$ 62.957,49	\$ 54.491,14
Gasto de Personal	\$ 3.771,96		\$ 49.431,48	\$ 49.960,40	\$ 50.494,97
Gasto de Publicidad	\$ 110,00		\$ 1.320,00	\$ 1.334,12	\$ 1.348,40
Gastos por comisiones de servicios de gestión de reservas	\$ 216,00		\$ 2.592,00	\$ 2.619,73	\$ 2.647,77
Mantenimiento				\$ 606,42	
Reposición ropa de cama y toallas				\$ 8.436,82	
Inversiones		\$ -20.645,00			
Flujo de caja		\$ -20.645,00	\$ 23.552,52	\$ 13.938,51	\$ 22.404,86
Valor actual neto (tasa descuento=6,55%)			\$ 32.258,89		
Tasa interna de retorno			83,25%		

Fuente: Hostal “Puerto Zavala”

Elaborado por: Zavala Mosquera, JC

Bibliografía

- Banco Central del Ecuador. (01 de Abril de 2019). *Tasas de Interés Abril, 2019*. Recuperado el 10 de Abril de 2019, de Sector Monetario y Financiero: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indexe.htm>
- Codina Jiménez, A. (Enero-junio de 2011). Deficiencias en el uso del FODA causas y sugerencias. *Ciencias Estratégicas*, 19(25), 89-100. Recuperado el 12 de Febrero de 2019
- Cortéz, F. (5 de Marzo de 2017). *MKT Total*. Recuperado el 4 de Abril de 2019, de Estrategias de Marketing derivadas de una Matriz FODA: <https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/estrategias-de-marketing-derevidas-de-un-foda/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Puerto Cayo. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural Puerto Cayo*. Puerto Cayo, Ecuador: GAD Parroquial de Puerto Cayo.
- Google Inc. (28 de Febrero de 2019). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/@-1.3588872,-80.7382383,746m/data=!3m1!1e3>
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una Perspectiva Global y Empresarial* (14 ed.). México DF, México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Ministerio de Economía y Finanzas de Ecuador. (1 de Noviembre de 2018). *Ministerio de Economía y Finanzas de Ecuador*. Recuperado el 8 de Abril de 2019, de Presentación de la Proforma Presupuestaria 2019: https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/Presentaci%C3%B3n-Pro-forma-2019_AsambleaNacional.pdf
- Zavala Mosquera, J. C. (2019). *Actividad Recreacional en Puerto Cayo. Colección privada*. Quito, Ecuador.
- Zavala Mosquera, J. C. (2019). *Atardecer visto desde el hotel "Puerto Zavala". Colección privada*. Quito.

- Zavala Mosquera, J. C. (2019). Bienvenida en el Malecón de Puerto Cayo. *Colección privada*. Quito, Ecuador.
- Zavala Mosquera, J. C. (2019). Islote Pedernales. *Colección Privada*. Quito, Ecuador.
- Zavala Mosquera, J. C. (2019). Ruta Jipijapa-Puerto Cayo. *Colección privada*. Quito.
- Zavala Mosquera, J. C. (2019). Salida hacia el sur desde Puerto Cayo. *Colección privada*. Quito, Ecuador.
- Zavala Mosquera, R. (28 de Febrero de 2019). *Blog de la Ciudadela Antonio de Vallejo*. Obtenido de Blog de la Ciudadela Antonio de Vallejo: <https://lodijeron.wordpress.com/2018/03/10/historia-de-puerto-cayo-quien-fue-antonio-de-vallejo>