



## **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

### **ESCUELA DE POSGRADOS “ESPOG”**

#### **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

##### **MENCIÓN: GESTIÓN DE PROYECTOS**

*Resolución: RPC-SO-14-No.287-2020-CES*

#### **PROYECTO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER**

---

**Título del proyecto:**

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL HOSTAL “TORRES  
ESPINOZA”. POS PANDEMIA UBICADO AL SUR DE D.M. QUITO

**Línea de Investigación:**

Gestión integrada de organizaciones y competitividad sostenible

**Campo amplio de conocimiento:**

Administración

**Autor/a:**

Lcdo.- Luis Danilo Mendoza Yépez

**Tutor/a:**

PHD.- Miguel Ángel Aízaga Villate

**Quito – Ecuador**

**2022**

## APROBACIÓN DEL TUTOR



Yo, Miguel Ángel Aízaga Villate con C.I: 1758070583 en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación titulado: **PLAN ESTRATÉGICO PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL HOSTAL “TORRES ESPINOZA”. POS PANDEMIA UBICADO AL SUR DE D.M. QUITO.**

Elaborado por: Luis Danilo Mendoza Yépez, de C.I: 1002529905, estudiante de la Maestría: Maestría en Administración de Empresas, mención: Gestión de Proyectos de la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL (UISRAEL)**, como parte de los requisitos sustanciales con fines de obtener el Título de Magister, me permito declarar que luego de haber orientado, analizado y revisado el trabajo de titulación, lo apruebo en todas sus partes.

Quito D.M., 12 de agostos del 2022

---

**Firma**

## DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE



Yo, Luis Danilo Mendoza Yépez con C.I: 1002529905, autor/a del proyecto de titulación denominado: **PLAN ESTRATÉGICO PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL HOSTAL “TORRES ESPINOZA”. POS PANDEMIA UBICADO AL SUR DE D.M. QUITO**. Previo a la obtención del título de Magister en Maestría en Administración de Empresas, mención: Gestión de Proyectos.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar el respectivo trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica Israel los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor@ del trabajo de titulación, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital como parte del acervo bibliográfico de la Universidad Tecnológica Israel.
3. Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de prosperidad intelectual vigentes.

Quito D.M., 12 de agosto del 2022

**Firma**

## Tabla de contenidos

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL ESTUDIANTE.....	iii
INFORMACIÓN GENERAL .....	1
Contextualización del tema.....	1
Problema de investigación .....	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	2
Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos.....	2
CAPÍTULO I .....	4
1.1. Contextualización general del estado del arte.....	4
1.2. Proceso investigativo metodológico.....	6
1.3. Análisis de resultados .....	10
CAPÍTULO II: PROPUESTA .....	19
2.1. Fundamentos teóricos aplicados.....	19
2.2. Descripción de la propuesta .....	21
2.3. Validación de la propuesta .....	1
2.4. Matriz de articulación de la propuesta .....	10
CONCLUSIONES.....	12
RECOMENDACIONES.....	13
BIBLIOGRAFÍA.....	14
ANEXOS.....	15

## Índice de tablas

<i>Tabla 1 Segmentación</i> .....	7
<i>Tabla 2 Pregunta 1</i> .....	10
<i>Tabla 3 Pregunta 2</i> .....	11
<i>Tabla 4 Pregunta 3</i> .....	12
<i>Tabla 5 Pregunta 4</i> .....	13
<i>Tabla 6 Pregunta 5</i> .....	14
<i>Tabla 7 Pregunta 6</i> .....	15
<i>Tabla 8 Pregunta 7</i> .....	16
<i>Tabla 9 Pregunta 8</i> .....	17
<i>Tabla 10 FODA HOSTAL "TORRES ESPINOZA"</i> .....	28
<i>Tabla 11 MATRIZ DE ESTRATEGIAS</i> .....	1
<i>Tabla 12 Flor del Servicio</i> .....	5
<i>Tabla 13 TABLA DE PRECIOS</i> .....	5
<i>Tabla 14 PRESUPUESTO DE MKT</i> .....	7
<i>Tabla 15. Matriz de articulación</i> .....	10

## Índice de figuras

Ilustración 1 Datos D.M. Quito .....	7
Ilustración 2 D.M. Quito .....	8
Ilustración 3 Pregunta 1 .....	10
Ilustración 4 Pregunta 2 .....	11
Ilustración 5 Pregunta 3 .....	12
Ilustración 6 Pregunta 4 .....	13
Ilustración 7 Pregunta 5 .....	14
Ilustración 8 Pregunta 6 .....	15
Ilustración 9 Pregunta 7 .....	16
Ilustración 10 Pregunta 8 .....	17
Ilustración 11 Servucción .....	20
Ilustración 12 Estructura Propuesta .....	21
Ilustración 13 Análisis de Competidores Ambiente Externo.....	24
Ilustración 14 Análisis de Competidores .....	26
Ilustración 15 Análisis de Competidores Ambiente Interno .....	26
Ilustración 16 Análisis de Competidores Ambiente Interno .....	27
Ilustración 17 Organigrama HOSTAL “TORRES ESPINOZA” .....	3
Ilustración 18 Flor de Servicio .....	4

## INFORMACIÓN GENERAL

### Contextualización del tema

La finalidad del turismo sea cual fuera la actividad en el que se desarrolla, se centra en conseguir y mantener usuarios satisfechos y rentables, generando que regresen al mismo servicio de crucero, hotel, empresa de turismo, transporte o restaurante, de esta manera los comentarios positivos atraen a otros usuarios y potenciales clientes, a través de un buen nivel de complacencia, que genera beneficios a la empresa, como fundamento de una economía de producción obteniendo una compensación, un beneficio económico denominado utilidad.

El turismo es una actividad organizada que incluye el transporte alojamiento, alimentación y recreación del turista este personaje no es más que la persona. Que viaja temporalmente a una región o país. El turista busca descanso, clima y paisaje, recreación, buena comida y hospitalidad en un hotel deben tener en cuenta para satisfacer al turista bellezas naturales.

Cabe recalcar que las actividades laborales, de las diferentes empresas comerciales que tienen su matriz en provincias, son un mercado que tiende a viajar y por ende necesita de un lugar cómodo, que cumpla con las necesidades básicas para pernoctar, descansar o hasta para realizar reuniones, capacitaciones y entrevistas, este mercado es continuo y potencial para los hoteles, hostales y residencias de corto tiempo.

Dada la pandemia COVID -19 que se dio a conocer en el 2019, se anunciaron varios, decretos, acuerdos, resoluciones y restricciones en la salida e ingreso del país, así como el ingreso y salida de productos de importación y exportación esto ocasiono un déficit a nivel mundial ya que muchos sectores fueron perjudicados y uno de ellos su principal fuente de ingreso al sector Turístico. Después de casi 2 años de encierro, y un déficit económico se vio la iniciativa de planes emergentes de reactivación económica pos pandemia en varios sectores como el turístico.

La Hostal "Torres Espinoza"., no escapa a las secuelas de este proceso POS PANDEMIA, aunque se ha mantenido activa hasta la actualidad con los planes de reactivación gubernamentales, se encuentra ubicado en el Sur del D.M. Quito, sector terminal terrestre de Quitumbe entre las calles Mariscal Sucre 365-5 y calle h, tiene 5 años de inicio de sus actividades, tiene 30 habitaciones, servicio de discoteca, restaurante, parqueadero privado, sala de eventos y recepciones.

Precisamente en esto recae la importancia de la investigación, ya que se desea establecer alternativas factibles que pueden ser primordiales en la reactivación del sector

hotelero, porque de no tomar acciones inmediatas, se podría extender el proceso de demanda turística, provocando el estancamiento productivo de las instalaciones de hospedaje y como resultado el posterior recorte de personal de la mismas, lo cual el sector turístico ha sido considerado un medio de generar fuentes de trabajo y así apoyar al desarrollo de la sociedad y la empresa.

Por esta razón el proyecto tiene como propósito determinar un plan estratégico y dar una orientación a la empresa, mediante el diseño e innovación en la Filosofía Empresarial, el servicio ofertado, mejoramiento continuo de la calidad y de esta forma satisfacer las necesidades de los clientes, incrementando el nivel de ocupación y rentabilidad.

### **Problema de investigación**

¿Qué estrategias se deben implementar en el “Hostal “Torres Espinoza”.” para su reactivación y la continuidad en el tiempo?

### **Objetivo general**

Diseñar un plan estratégico de reactivación económica del “Hostal “Torres Espinoza”. POS COVID, ubicado en el sector sur de la ciudad de D.M. Quito, en el sector de Quitumbe.

### **Objetivos específicos**

1.- Fundamentar los contextos teóricos relativos a los principales componentes de un plan estratégico

2.- Realizar una Investigación para recolectar la información sobre los factores a considerar en el plan estratégico para la reactivación económica del Hostal “Torres Espinoza”.

3.- Diseñar un plan estratégico para la reactivación económica del Hostal “Torres Espinoza”.

4.- Valorar a través de especialistas el plan estratégico de Reactivación Económica del Hostal “Torres Espinoza”., mediante el criterio objetivo creado por terceros.

### **Vinculación con la sociedad y beneficiarios directos:**

Los beneficiarios directos de la propuesta es el propietario y mentor del “Hostal “Torres Espinoza”, al existir un plan estratégico para la reactivación económica, se podría mejorar la estabilidad comercial existente en el sitio y al mismo tiempo en el servicio a través de



implementación de la Filosofía empresarial; los cuales podrían estar claramente definidos antes, durante y después del planteamiento del plan.

Otros beneficiarios directos son los empleados que laboran en el hostel ya que se van a identificar con su empresa, generando un servicio de calidad lo que les permitirá una estabilidad laboral y crecimiento profesional.

Los beneficiarios indirectos de este plan estratégico son los clientes y potenciales clientes ya que serán merecedores de un excelente servicio satisfaciendo a plenitud las expectativas de sus usuarios, a través del empoderamiento de sus empleados con la entidad.

El impacto social del plan estratégico de reactivación económica al hostel, permitirá mejorar sus ingresos, promoviendo a la vez fuentes de trabajo y contratar el personal necesario e idóneo para este servicio, siendo un ente de aporte económico a la sociedad a través del cumplimiento de las normativas y tributos al estado.

## CAPÍTULO I:

### PLAN ESTRATÉGICO PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL HOSTAL “TORRES ESPINOZA”. POS PANDEMIA UBICADO AL SUR DE D.M. QUITO.

#### 1.1. Contextualización general del estado del arte

##### Antecedentes

Diseñar y presentar un plan estratégico de reactivación económica al “Hostal Torres Espinoza” ubicado en la ciudad de Quito en el sector de Quitumbe, es de suma importancia la reactivación del mismo, con ello se puede continuar su prestación de servicios al sector, especialmente a las personas que llegan de viaje de las diferentes provincias del país, es un hostel que se encuentra ubicado a dos cuadras del terminal sur Quitumbe, mediante este plan lo que se pretende es ser competitivos y sustentables dentro del mercado, partiendo de la siguiente contextualización:

Algunos autores con sus estudios entregan sus aportes a esta investigación, entre ellos:

##### Reactivación económica

Según (Francisco, 2021), la Reactivación económica es el proceso mediante el cual una economía determinada presenta un crecimiento económico, así como mejoras observables en variables como el empleo o la renta. Esto tras una crisis económica que provocó un hundimiento de estos indicadores.

Después de la pandemia COVID 19 y el confinamiento adoptado desde marzo del 2020, la economía tuvo una recesión con duración de más de 1año, causando grandes pérdidas con una economía que se encuentra en proceso de re activación y un producto interno bruto (PIB) que cayo, no es permanente, en diferentes sectores se han ido realizando diferentes estrategias para la reactivación del mercado, el empleo, la producción y el consumo.

##### Plan de estratégico

Para (ALTABLERO, 2022), Un Plan estratégico, es el resultado de un conjunto de procedimientos, acciones y metas diseñadas y orientadas de manera planeada, organizada y sistemática.

En un plan estratégico, debe considerarse que es un proceso continuo, para la elaboración se requiere el respaldo y compromiso de todo el equipo de trabajo que pertenece a la entidad, debe crearse a través de una estructura organizada y planificada a través de

objetivos y estrategias SMART, que deben ser específico, medible, alcanzables, relevante y a tiempo siendo considerados inteligentes y eficaces para funcionalidad de las mismas.

El objetivo es aplicar algunos de los planteamientos de la planificación estratégica en el Hostal “Torres Espinoza”, con relación al manejo de la crisis POS PANDEMIA hacia las principales iniciativas previstas y emergentes solicitadas por los propietarios del Hostal que implican la utilización de recursos para la mejora del desempeño en sus entornos externos que presentan incertidumbre poco controlables e internos que son controlables y crear una posición estratégica que enrumbe la viabilidad a futuro del Hostal.

### **Antecedentes**

(Arguello, 2014) Propone realizar un plan de reactivación y mejora, especificando los principales riesgos que se pueden presentar en el entorno donde se desarrolla el negocio y cuáles serían las formas de mitigarlos, una de las cuáles es la participación de todas las personas que laboran en el mismo, aportando con sus conocimientos ya que ellos viven el día a día del servicio y el movimiento comercial del sector al tratar de mejorar al mismo, especifican el correcto uso de las instalaciones, actualización en elementos de protección para la seguridad del Hotel y sus usuarios.

Con estos antecedentes podemos determinar qué tan importante es la participación del personal que labora en la Hostal, ya que al conocer el servicio y el sector pueden aportar positivamente para recabar la información del entorno necesaria y realizar un plan estratégico que sea funcional para mitigar estos posibles factores de riesgo.

(Sandoval, 2018) presenta a la implementación de un plan de reactivación económica en la empresa de emulsiones y asfaltos SAC de España, y el propósito es dar solución a puntos más críticos en la empresa, formando equipos de trabajo para llevar a cabo la implementación de mejora con el criterio más acertado en base a la experiencia laboral en una organización.

Lo primordial de este aporte es como se genera el trabajo en equipo para desarrollar e implementar las estrategias en conjunto a través de la experiencia y conocimiento técnico de todos los departamentos para así proponer las estrategias más viables.

## **1.2. Proceso investigativo metodológico**

### **Investigación de campo**

“La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna” (Arias, 2012, pág. 31). Mediante la técnica de la encuesta dirigida a una muestra específica dentro del perímetro urbano de Quito, se obtendrán datos que ayudan a sustentar el plan estratégico de reactivación económica del “Hostal “Torres Espinoza”.” POS PANDEMIA.

### **Enfoque cuantitativo**

“La investigación cuantitativa, también llamada empírico-analítico, racionalista o positivista es aquel que se basa en los aspectos numéricos para investigar, analizar y comprobar información y datos”. (Neill y Cortez , 2018) la misma que reconoce datos reales de los potenciales clientes que requieran el servicio.

### **Alcance Descriptivo**

La Investigación Descriptiva se encarga de cuantificar las características de la población que se estudia, su objetivo es describir la naturaleza de un grupo demográfico, segmento sin centrarse en las causas de un determinado fenómeno. (Chagoya., 2020), la misma que permite identificar el grupo objetivo alcanzable.

### **Recolección de la información**

#### **Fuentes Primarias**

La fuente de donde se toma la información es netamente de la Ciudad de Quito.

En la descripción de las variables se define la segmentación y datos que debemos priorizar, a través de esto segmentaremos el mercado al que vamos a investigar para satisfacer sus necesidades.

**Tabla 1 Segmentación**

<b>VARIABLES</b>	
<b>GEOGRÁFICAS</b>	
PROVINCIA	PICHINCHA
CANTON	QUITO
<b>DEMOGRAFICAS</b>	
EDAD	18 +
GENERO	INDIFERENTE
SECTOR	D.M. QUITO
SITUACIÓN	
ECONOMICA	PEA
<b>CONDUCTUALES</b>	
FRECUENCIA	
DE USO DEL SERVICIO	DIARIO

**Fuente: Investigación**

**Elaborado por: Autor**

#### **CALCULO DE LA MUESTRA**

En la actualidad el cantón D.M Quito, cuenta con 2.872.351 habitantes.

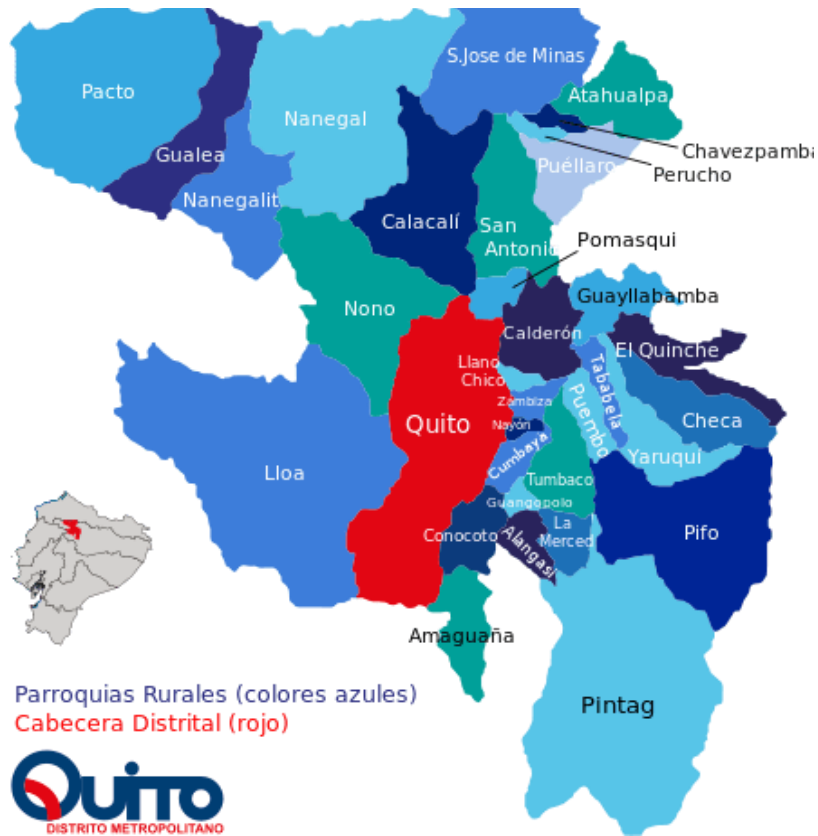
#### **Ilustración 1 Datos D.M. Quito**

<b>Quito</b>	
Población (2022)	Puesto 1.º
• Total	2,872,351 hab.
• Densidad	7469,5 hab/km <sup>2</sup>
• Urbana	2,011,388 hab.

**Fuente: Investigación**

**Elaborado por: (ENEMDU) 2022**

**Ilustración 2 D.M. Quito**



**Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito  
Elaborado por: ENEMDU 2022**

Una vez realizada la segmentación y de cuantificar el segmento del tema del proyecto se aplicará la técnica de muestreo utilizando la modalidad de muestra aleatoria simple, la cual nos permitirá obtener resultados reales, para lo cual vamos aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2pqN}{e^2N + Z^2pq}$$

Donde:

$$p = 0,2$$

$$q = 0,8$$

$$Z = 95\% \quad Z = 1,96$$

$$e = 5\% \quad e = 0,05$$

$$N = 2.872.351 \text{ habitantes del D. M. Quito}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,2 * 0,8 * 2.872.351}{(0,05^2 * 2.872.351) + (1,96^2 * 0,2 * 0,8)} n = 245$$

n = 245

## **Técnicas e instrumentos de recolección de la información**

### ***Encuesta***

La encuesta es un procedimiento dentro de la investigación con el cual el investigador recopila datos de una parte o de toda la población estudiada, mediante preguntas ordenadas y enfocadas en un tema específico. Conceptualizando: “Se define la encuesta como una técnica para obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular” (Arias, 2012, pág. 72).

### ***Cuestionario***

“El cuestionario es una herramienta el cual consiste en un sistema de preguntas ordenadas con coherencia, con sentido lógico y psicológico, expresado con lenguaje sencillo y claro. Permite la recolección de datos a partir de las fuentes primarias” (García, 2002, pág. 7). Son de tipo dicotómicas y policotómicas que se envían a una muestra de población con la finalidad de extraer datos de los mismos, organizada de forma coherente, secuenciada y estructurada de acuerdo a una determinada planificación.

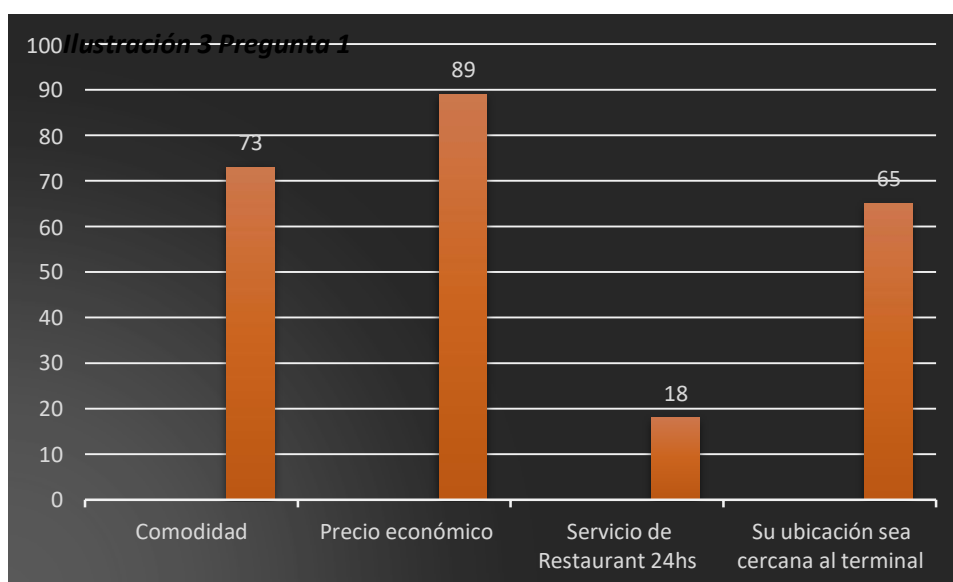
### 1.3. Análisis de resultados

1.- ¿ Al momento de considerar el uso de un Hostal usted prefiere?

**Tabla 2 Pregunta 1**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	73	29,80
Precio económico	89	36,33
Servicio de Restaurant 24hs	18	7,35
Su ubicación sea cercana al terminal	65	26,53
TOTAL	245	100

Elaborado por: Autor



Elaborado por: Autor

#### Análisis. –

Del total de los encuestados se define que el 29,80 % prefiere un hostel por comodidad, el 36,35% verifica que el precio sea económico, el 7,35% considera que debe tener un restaurant y el 26,53%, considera que debe estar cerca al Terminal terrestre Quitumbe. .

Se concluye que la mayoría de los encuestados buscan un precio económico al servicio de un hostel y la comodidad como cercanía al terminal terrestre Quitumbe también es otro factor importante a considerar.



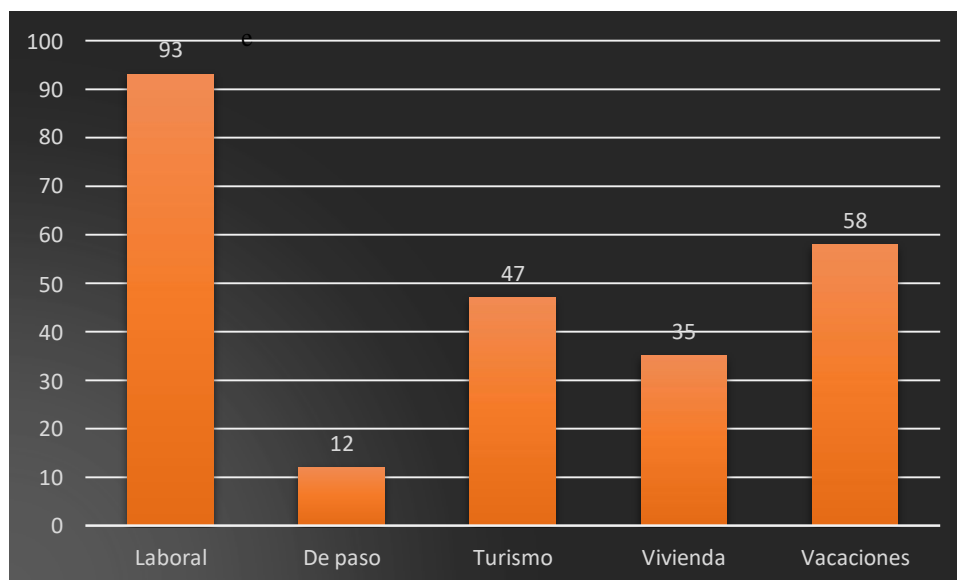
2.- ¿Cuál es el motivo por el cual usted frecuenta una hostel?

**Tabla 3 Pregunta 2**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Laboral	93	37,96
De paso	12	4,90
Turismo	47	19,18
Vivienda	35	14,29
Vacaciones	58	23,67
Total	245	100

Elaborado por: Autor

**Ilustración 4 Pregunta 2**



Elaborado por:  
Autor

#### **Análisis. –**

Del total de los encuestados se define que el 37,96% hace uso de un hostel por temas de índole laboral, el 4,90% de paso, el 19,18% por turismo, el 14,29% como vivienda y el 23,67% por vacaciones.

Las respuestas son alto valor ya que la mayoría de personas que viajan a Quito por temas laborales, turismo o vacaciones ya que determina que son viajes frecuentes o de larga estancia, comprendiendo un grupo objetivo y potencial para el presente proyecto.

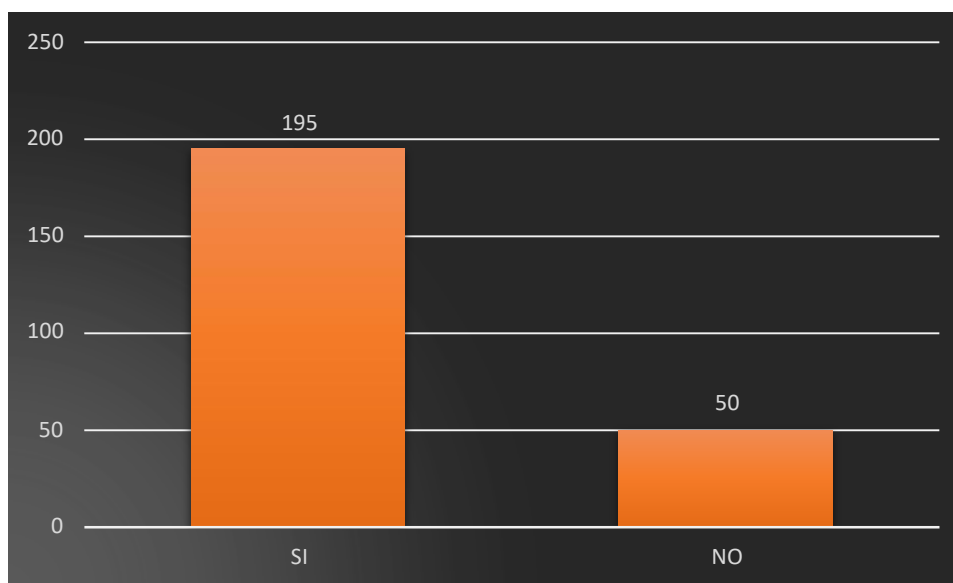
3.- ¿Conoce usted o a escuchado del Hostal “Torres Espinoza” .?

**Tabla 4 Pregunta 3**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	195	79,59
NO	50	20,41
Total	245	100

Elaborado por: Autor

**Ilustración 5 Pregunta 3**



Elaborado por: Autor

**Análisis. –**

Del total de los encuestados se define que el 79,59% conoce o ha escuchado mencionar el Hostal “Torres Espinoza”., el 20,49% no conoce ni ha escuchado mencionar el Hostal “Torres Espinoza”..

El porcentaje de respuestas afirmativas de las personas que conocen o han escuchado del Hostal “Torres Espinoza”. es alto, característica que sustenta los fundamentos para la implementación de estrategias en la Hostal “Torres Espinoza”..

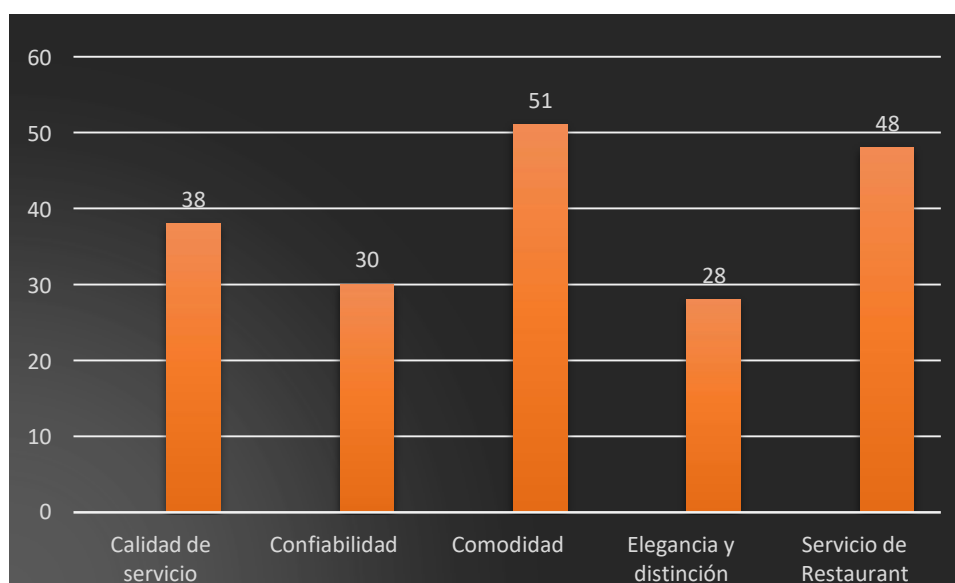
4.- ¿Qué servicio es el que más resalta en la HOSTAL “TORRES ESPINOZA” .?

**Tabla 5 Pregunta 4**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Calidad de servicio	38	19,49
Confiabilidad	30	15,38
Comodidad	51	26,15
Elegancia y distinción	28	14,36
Servicio de Restaurant	48	24,62
Total	195	100

Elaborado por: Autor

**Ilustración 6 Pregunta 4**



Elaborado por: Autor

**Análisis. –**

Se define que el 19,49 % lo prefiere por su calidad en el servicio, el 15,38% por la confiabilidad, el 26,15% por la comodidad, el 14,36 por su elegancia y distinción y el 24,62 por el servicio de Restaurant.

Del total de los encuestados afirmativos que conocen o han escuchado del Hostal “Torres Espinoza”. se ha solicitado su apreciación en el servicio los cuales denotan cuales son los servicios estrella, así como los servicios que se debe mejorar.

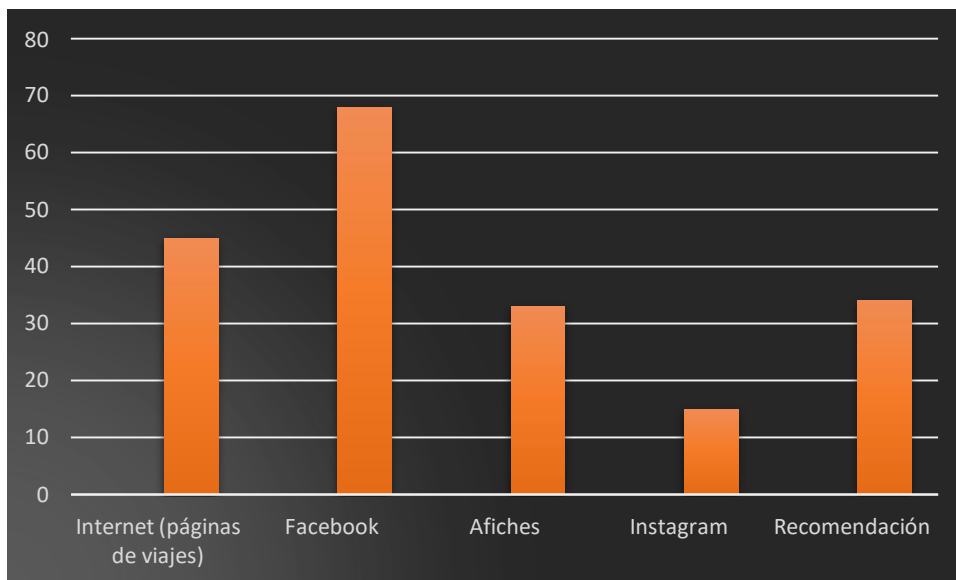
5.- ¿Por qué medio se enteró de los servicios que presta la HOSTAL “TORRES ESPINOZA” .?

**Tabla 6 Pregunta 5**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Internet (páginas de viajes)	45	23,08
Facebook	68	34,87
Afiches	33	16,92
Instagram	15	7,69
Recomendación	34	17,44
Total	195	100

Elaborado por: Autor

**Ilustración 7 Pregunta 5**



Elaborado por: Autor

**Análisis. –**

Se define que conocen de los servicios que oferta Torres Espinoza son: el 23,08% por internet (páginas de viajes), el 34,87% a través de Facebook, el 16,92% a través de afiches, el 7,69% por Instagram, el 17,44% por recomendaciones. .

De las respuestas emitidas hemos podido identificar cuáles son los puntos donde se debe poner énfasis y potenciarlos para mayor acogida, dando la viabilidad al presente proyecto.

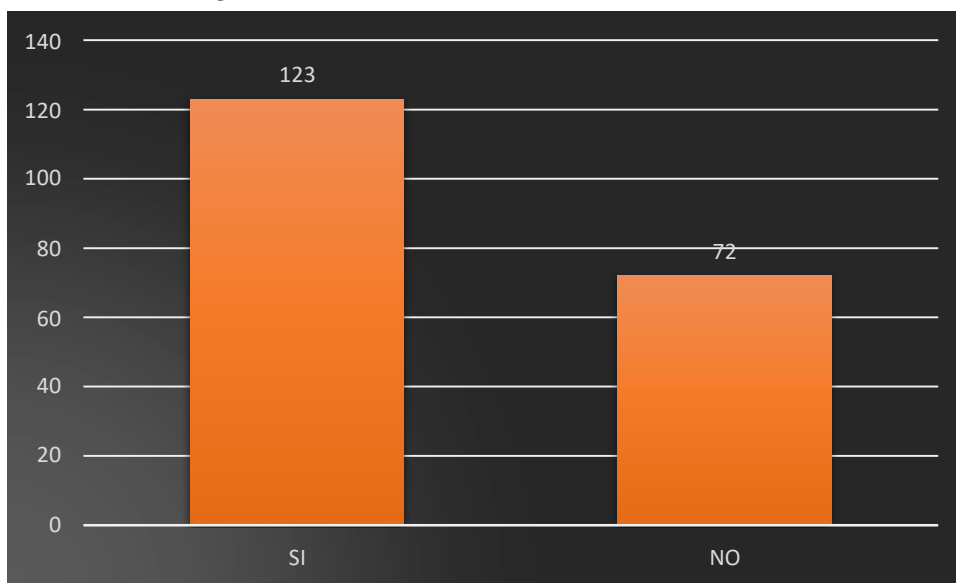
6.- ¿Usted conoce que en la HOSTAL “TORRES ESPINOZA”. cuenta con servicio de sala de eventos, parqueadero, Discoteca, karaoke?

**Tabla 7 Pregunta 6**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	123	63,08
NO	72	36,92
Total	195	100

Elaborado por: Autor

**Ilustración 8 Pregunta 6**



Elaborado por: Autor

**Análisis. –**

Se define que, si conocen de los otros servicios que oferta Torres Espinoza el 63,08%, y el 36,92% desconoce de estos.

De las respuestas emitidas hemos podido identificar que se debe potenciar los otros servicios que oferta el Hostal “Torres Espinoza”., dando la viabilidad al presente proyecto.

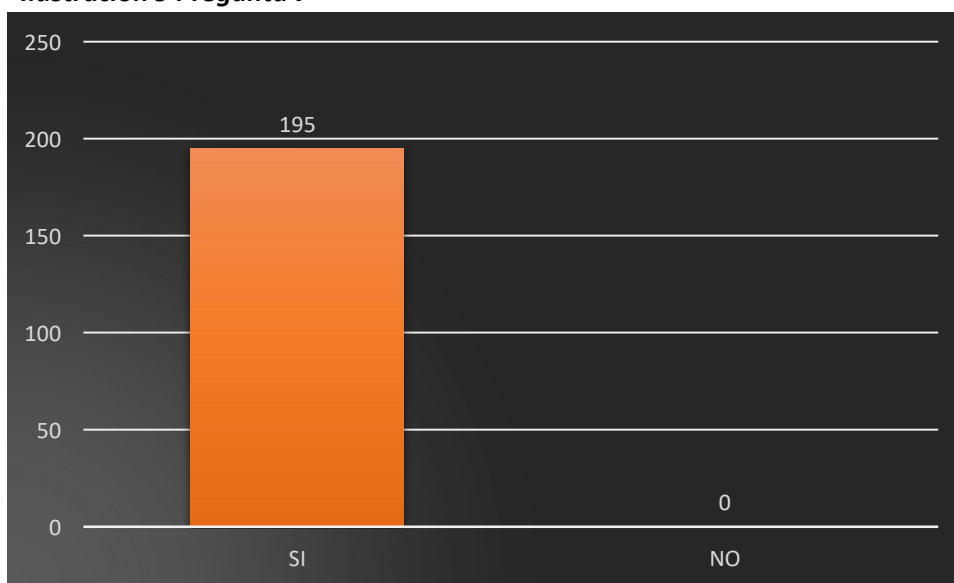
7.- ¿Recomendaría el uso del HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.

**Tabla 8 Pregunta 7**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
SI	195	100
NO	0	0
Total	195	100

Elaborado por: Autor

**Ilustración 9 Pregunta 7**



Elaborado por: Autor

**Análisis. –**

El 100% de las personas que conocen o han escuchado de la Hostal “Torres Espinoza”, recomendarían el uso de sus servicios.

Con las respuestas emitidas se puede dar a conocer que los servicios e instalaciones de la Hostal “Torres Espinoza”. tienen un alto grado de aceptación lo que se necesita es repotenciar estos servicios dando la viabilidad al presente proyecto.

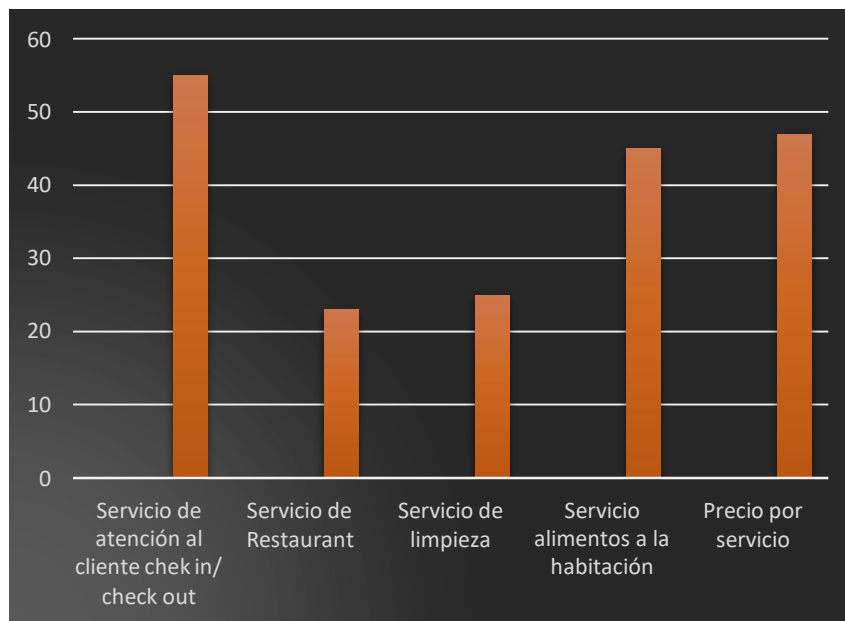
8.- ¿Mencione cuál de las siguientes actividades recomienda una mejora?

**Tabla 9 Pregunta 8**

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Servicio de atención al cliente chek in/ check out	55	28,21
Servicio de Restaurant	23	11,79
Servicio de limpieza	25	12,82
Servicio alimentos a la habitación	45	23,08
Precio por servicio	47	24,10
Total	195	100,00

Elaborado por: Autor

**Ilustración 10 Pregunta 8**



Elaborado por: Autor

**Análisis. –**

El 100% de las personas que conocen o han escuchado de la Hostal “Torres Espinoza”., recomendarían el uso de sus servicios.

Con las respuestas emitidas se puede identificar cuáles son los servicios del Hostal “Torres Espinoza”. deben mejorar para repotenciar la actividad del Hostal y los servicios ofertados dando viabilidad al presente proyecto.

## **Análisis de la Encuesta**

Después de haber realizado la encuesta y obtener los resultados se concluye que las preguntas de mayor relevancia son consideradas la 1ra, en donde se identifica que más del 50% de personas que arriban al terminal Quitumbe si hacen uso de un hostel, los gustos y preferencias que consideran al momento de elegir una hostel (pregunta 2), en la pregunta 4 se pudo identificar cuántas personas conocen o han escuchado del Hostel “Torres Espinoza”. y de esas respuestas afirmativas se pudo delimitar las preguntas referentes al Hostel “Torres Espinoza”..

Ya que, al revisar los análisis de las preguntas, se puede identificar que existe un mercado potencial latente, en espera de ser abordados a través de estrategias.

Y de esta manera poder plantear para el Plan Estratégico de Reactivación del Hostel “Torres Espinoza”. POS PANDEMIA, que potencie y active todos los servicios que oferta, dando a conocer sus beneficios.



## CAPÍTULO II: PROPUESTA

### 2.1. Fundamentos teóricos aplicados

#### Estudio de mercado

Según Innova Media Estudio de mercado es: es la compilación de información de consumidores, competencia, también el mercado donde se quiere desenvolver la empresa, todo esto se utilizará para su posterior estudio". (Innova Media Consultores, 2019)

Se realiza un estudio de mercado para analizar la situación del mercado, competencia, consumidor, en donde se pueda obtener información real del sector de servicios de Hostales, en el Terminal Quitumbe POS- COVID 19, es un análisis del entorno interno y externo.

#### Planificación estratégica

La planificación es importante para el crecimiento, la rentabilidad y el éxito de una empresa. Comenzar con un negocio estrategia y un presupuesto, tanto de los que están vinculados a una venta o comercialización plan que, de acuerdo con los más conocidos autores, debe ser rígida y metódica en la ejecución (Carrión, 2017).

Planificar las actividades con las cuales se requiere potencializar las actividades del Hostal "Torres Espinoza". deben estar vinculadas al éxito y rentabilidad, las mismas que se enfocaran en una prestación de servicios de calidad a través de definir en una entidad:

La Misión como la razón de ser de una organización, con la cual se siente identificada el personal y los clientes.

La Visión, es adonde quiere llegar la organización en un futuro a corto y mediano plazo, a través del cumplimiento de los objetivos corporativos.

El análisis externo, delimita las variables que se encuentra en el exterior del hostal, definiendo los posibles riesgos que pueden surgir, estas se las puede definir a través de un análisis PEST.

El análisis interno, permite identificar las fortalezas y debilidades con las que cuenta la entidad y se las puede desarrollar a través de un análisis FODA.

Una vez realizado e identificado el análisis estratégico se puede desarrollar la formulación de estrategias realizando una matriz DAFO.

El diseño y opciones de estrategias serán consideradas las más viables para la entidad, con las cuales se pueda incrementar la rentabilidad de la misma.

En la implantación de estrategias, se evalúa y selecciona las de corto, mediano y largo alcance ya que con ellas se debe elaborar la puesta en práctica a través del grupo de

colaboradores y para un mejor desarrollo del mismo se debe implementar un control a seguir, para garantizar la mejora continua de la entidad.

“Estudiar el FODA es un instrumento diseñado para distinguir el contexto del emprendimiento, analizando para tomar decisiones: actual y futuro”. (Pursell, 2018).

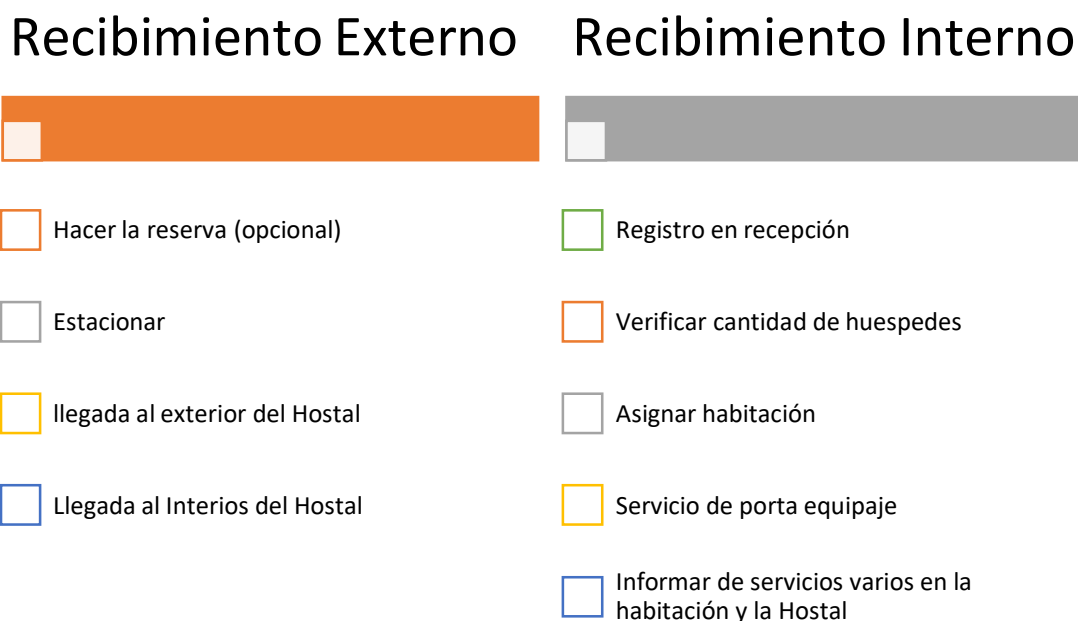
Permite realizar un análisis interno y externo de la empresa identificando las principales fortalezas y oportunidades que nos brinda el mercado para afrontar las debilidades y amenazas, a través de esta se puede realizar un FODA cruzado con el cual nos permitirá identificar y elaborar las mejores estrategias a realizar.

### Servucción

La servucción comprende el conjunto de todos los servicios aplicados en una organización en las diferentes áreas, por lo tanto, se la considera como un servicio intangible, que no se puede tocar, oler ni percibir. El cliente es el autor principal, es quien ve reflejada la servucción en la calidad del servicio que se brinda. (Ortiz, 2015)

La servucción específicamente se enfoca en las estrategias o tácticas del proceso de compra, es aumentar el valor al servicio ofrecido con la finalidad de satisfacción del cliente, y el valor que es percibido por el consumidor, mismo que genera una respuesta positiva al recomendar con otros usuarios.

**Ilustración 11 Servucción Servicio**



Elaborado por: Autor

## 2.2. Descripción de la propuesta

Las situaciones imprevistas obligan a las entidades a diseñar estrategias las cuales permitirán la adaptación al nuevo contexto a través de cambios y mejoras reduciendo el riesgo y la incertidumbre por lo cual se determina realizar un plan estratégico a través de un estudio de mercados para definir las mejores estrategias las cuales deben generar un impacto en los clientes y potenciales clientes manejando información y planes atractivos de los ofertados en el sector, con los que se desea reactivar la economía del mismo.

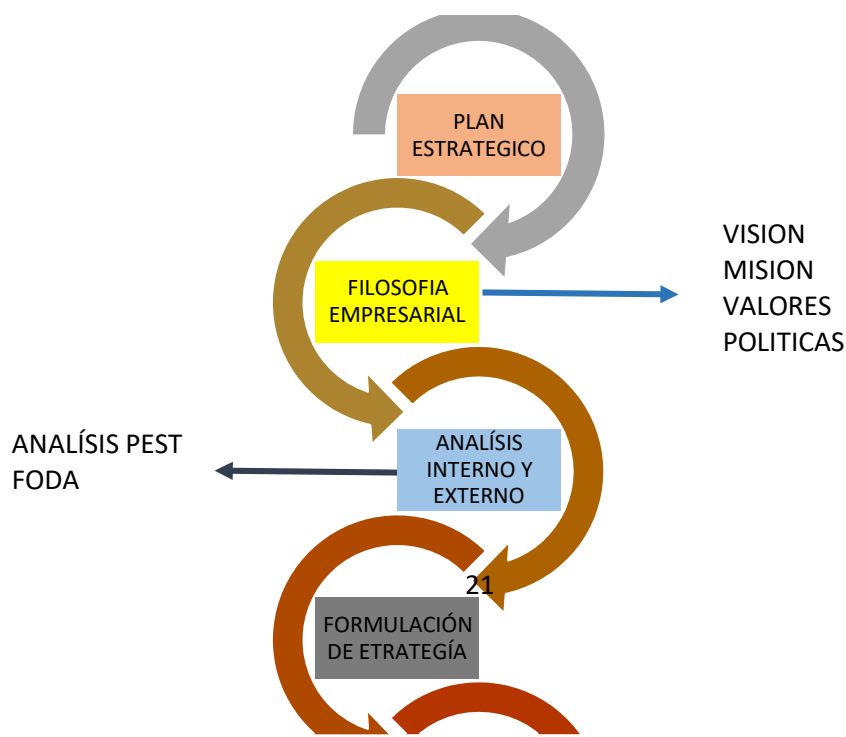
### a. Estructura general

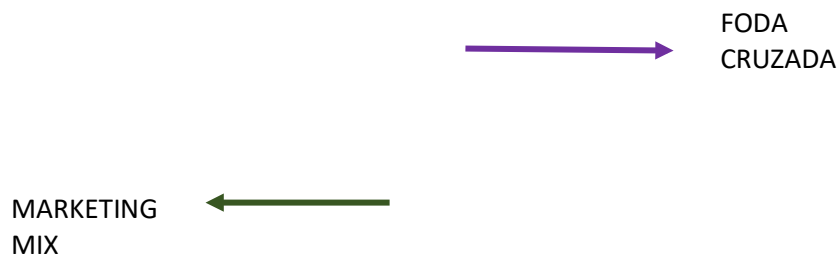
La estructura general ayudará a proyectar con claridad el desarrollo completo de la propuesta, se plantea cada uno de los puntos con el objetivo de disponer una táctica evidenciando un mejor renombre en el mercado (Márquez, 2016).

El cuál permite identificar los procedimientos a seguir para que el plan estratégico planteados, sean alcanzables, medibles, y realizables en favor del Hostal “Torres Espinoza”., para su reactivación económica en el Sector Sur de la ciudad de Quito a través de:

- Plan estratégico
- Filosofía Empresarial
- Análisis Interno y Externo
- Formulación de Estrategias
- Implantación de estrategias

**Ilustración 12 Estructura Propuesta**





Elaborado por: Autor

## b. Explicación del aporte

### **Plan estratégico**

Se plantea elaborar un plan estratégico del Hostal “Torres Espinoza”. POS PANDEMIA, con el fin de reactivar sus actividades y generar rentabilidad, posicionamiento en el mercado del sector sur de la ciudad de Quito, siendo este implementado y controlado para verificar y medir su proyección de reactivación, cabe recalcar que se ha decidido implementar desde la Filosofía Empresarial ya que la Hostal no cuenta con esta.

### **Filosofía Empresarial**

Conjunto de elementos para identificar la actividad el negocio su razón de ser y su visión a futuro se debe realizar un análisis a su filosofía empresarial, el liderazgo de su promotor, su cultura organizacional en la visión, misión, objetivos estratégicos y su cultura organizacional (políticas y valores institucionales).

### **Misión**

La misión es el propósito, la razón de ser, el fin de una organización, se direcciona a lo que la empresa se dedica, deber ser positiva e idealista, que defina a la organización.

### **Visión**

Es donde quiere encontrarse o ser visualizada la empresa a futuro en mediano plazo, orientando a las decisiones estratégicas de crecimiento, invitando a la transformación del cambio.

### **Organigrama**

La estructura organizacional de una empresa es de vital importancia ya que define los mandos jerárquicos, así como cada una de las posiciones en las que se encuentra el direccionamiento, posición y departamento.

### **Objetivos Empresariales**

Se establecen a través de la visión y misión, son el propósito de la empresa, tomando en conjunto la razón de ser y existir en fortalecer la participación del mercado consumidor, aumentar la participación del mercado consumidor.

### **Políticas Institucionales**

Son principios con los cuales la entidad cuenta para ver reflejada la calidad del trabajo y la prioridad con la que se realizan cada una de sus funciones internas y externas, para el logro y cumplimiento de sus objetivos empresariales.

### **Valores**

Los valores son conceptos básicos de una entidad, son creencias que influyen en el comportamiento para orientar en las decisiones.

### **Análisis Macro entorno PEST**

Son las herramientas que nos permitirá realizar un análisis del entorno externo de la Hostal "Torres Espinoza"..

#### **Factores Políticos. -**

Entre los factores políticos que pueden tener alguna afectación con el presente proyecto son:

- Gobierno Inestable
- Levantamiento popular impredecible
- Mayor valor de pagos tributarios

#### **Factores Económicos. -**

Dentro de estos se puede mencionar que al igual que en otros países, se está atravesando una situación económica compleja, ya sea por el manejo económico gubernamental y peor aun cuando por la llegada del COVID-19, paraliza al mundo entero.

- Disminución del poder adquisitivo
- Incremento de la tasa de inflación en productos de la canasta básica
- Incremento de las tasas bancarias
- Incremento del Riesgo país

#### **Factores Sociales. –**

Debido a la pandemia COVID 19, se generaron bajas de trabajo en varios sectores volviendo vulnerable la situación económica de los hogares en los cuales han sido objeto de:

El incremento de inseguridad en cualquier lugar de la ciudad y del país hace una amenaza y baja la atracción de los clientes.

El aumento de la tasa de desempleo y los empleos informales, reduce el uso de la demanda hotelera ya que realizan visitas a lugares cercanos que no requiere hospedaje.

#### **Factores Tecnológicos. –**

Después de la pandemia y el confinamiento obligatorio dio brecha a la implementación de la tecnología para comunicarse y hacer uso de esta en el comercio repotenciando plataformas y servicios en línea de consumo de productos, servicios con lo cual se optimiza tiempo y se puede identificar la alta o baja viabilidad de varios negocios a visitar de esta forma se califica como bueno o malo, sin haberlo conocido, es por ese motivo que es importante generar y cumplir con las expectativas de los clientes para obtener una buena puntuación y de esta manera repotenciar actividades a través de las plataformas en línea que es de mayor uso en la actualidad.

#### **Análisis Micro ambiente**

Para realizar un análisis de los competidores hemos realizado la matriz de perfil de competidores en la cual se puede identificar como se encuentra el Hostal “Torres Espinoza”. con respecto al mercado en el Sur de Quito.

**Ilustración 13 Análisis de Competidores AMBIENTE EXTERNO**

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PESO %	COMPETIDOR 1		EMPRESA		COMPETIDOR 2	
		EL SOL		TORRES ESPINOZA		AMAZONAS	
		CALIF	POND	CALIF	POND	CALIF	POND

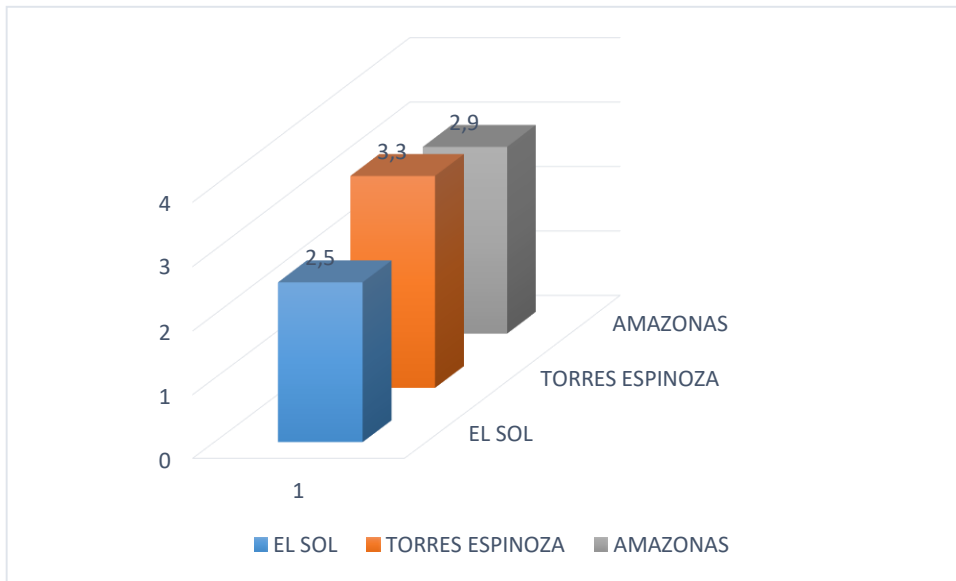
Infraestructura	20%	2	0,4	4	0,8	4	0,8
Capacidad de hospedaje	15%	1	0,15	3	0,45	2	0,3
Atención y servicio al cliente	15%	2	0,3	3	0,45	3	0,45
Variedad de servicios	10%	2	0,2	4	0,4	3	0,3
Precio cómodo	10%	3	0,3	2	0,2	3	0,3
Seguridad	5%	2	0,1	3	0,15	3	0,15
Personal calificado	15%	2	0,3	3	0,45	2	0,3
Calidad del servicio	10%	3	0,3	4	0,4	3	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2,05</b>		<b>3,3</b>		<b>2,9</b>

**Elaborado por: Autor**

<b>POSICIONAMIENTO COMPETITIVO</b>	
<b>POSICIONAMIENTO</b>	<b>CALIF</b>
FORTALEZA MAYOR	4
FORTALEZA AMYOR	3
DEBILIDAD MENOR	2
DEBILIDAD MENOR	1
POSICIONAMIENTO RESULTADOS	
EL SOL	2,5
TORRES ESPINOZA	3,3
AMAZONAS	2,9

**Elaborado por: Autor**

**Ilustración 14 Análisis de Competidores**



Elaborado por: Autor

**Ilustración 15 Análisis de Competidores Ambiente Interno**

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PESO %	COMPETIDOR 1		EMPRESA		COMPETIDOR 2	
		EL SOL		TORRES ESPINOZA		AMAZONAS	
		CALIF	POND	CALIF	POND	CALIF	POND
Seguridad	8%	2	0,16	2	0,16	1	0,08
Calidad del servicio	25%	2	0,5	3	0,75	2	0,5
Tecnología	5%	1	0,05	3	0,15	2	0,1
Iluminación	10%	1	0,1	3	0,3	2	0,2
Elegancia y distinción	12%	2	0,24	3	0,36	1	0,12
Comodidad	14%	1	0,14	3	0,42	2	0,28
Limpieza	12%	1	0,12	3	0,36	2	0,24
Orden	9%	2	0,18	3	0,27	1	0,09
Decoración	5%	2	0,1	4	0,2	2	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>5%</b>		<b>1,59</b>		<b>2,97</b>		<b>1,71</b>

Elaborado por: Autor



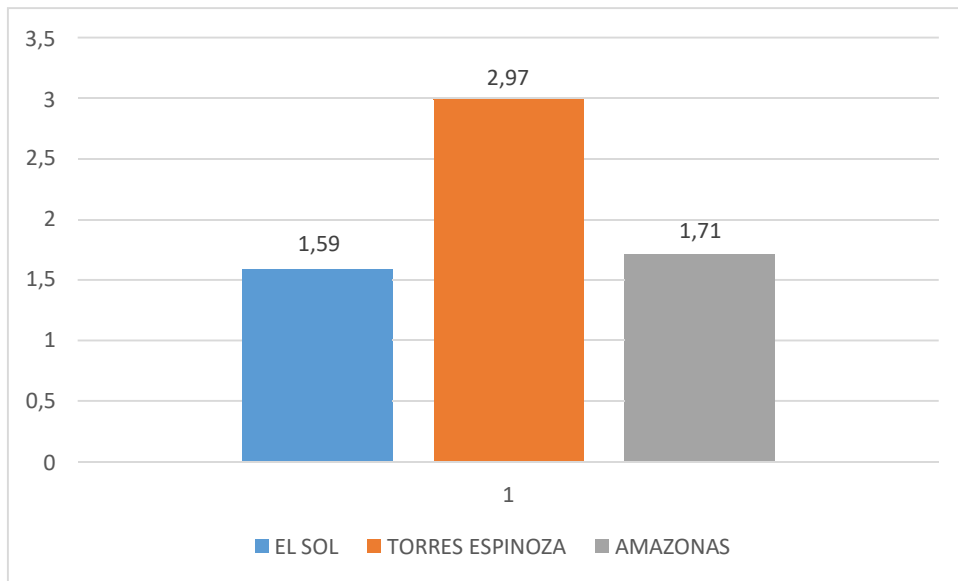
POSICIONAMIENTO COMPETITIVO	
POSICIONAMIENTO	CALIF
FORTALEZA MAYOR	4
FORTALEZA MAYOR	3
DEBILIDAD MENOR	2
DEBILIDAD MENOR	1

Elaborado por Autor

POSICIONAMIENTO RESULTADOS	
EL SOL	1,59
TORRES ESPINOZA	2,97
AMAZONAS	1,71

Elaborado por Autor

**Ilustración 16 Análisis de Competidores Ambiente Interno**



Elaborado por: Autor

### Proveedores.

Se clasifica a los proveedores que cumplan con la normativa para realizar sus funciones y actividades, ya que el manejo de alimentos es muy delicado y se requiere de productos frescos y de calidad, así como los insumos de limpieza y bioseguridad, es por eso que se maneja una cuenta activa con TITAN, que ofrece productos de calidad y con precios accesibles para las empresas y negocios.

## FODA

El análisis FODA permite realizar un diagnóstico interno de la empresa a través de identificar sus fortalezas y debilidades, y un diagnóstico externo a través de identificar sus debilidades y amenazas con las cuáles permite plantear y enfocarse en las estrategias planteadas para la reactivación económica del HOSTAL "TORRES ESPINOZA"..

**Tabla 10 FODA HOSTAL "TORRES ESPINOZA".**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Ubicación Estratégica, a 1 cuadra del terminal Quitumbe	Alto crecimiento de arribo de viajeros al terminal Quitumbe
Personal capacitado	Estadías largas laborales y turismo
Servicio de Iluminación propio que en la noche permite ser visualizada	Vías de acceso libres de ida y venida para automóviles a través del EMMOP
Inversión en infraestructura adaptada a normas de Bioseguridad	Impulso de entidades gubernamentales para la automatización y digitalización
Habitaciones con diseños innovadores, WIFI gratis, Restaurant las 24horas	Ubicación con alta afluencia de turistas y arribos de viajeros
Oferta de servicio de Discoteca y Sala de eventos	Servicio de Iluminación del sector habilitado en la noche por el municipio
Alianzas con empresas: servicios de taxis, apps de turismo, apps de salas de eventos	Fortalecimiento del e-commerce
Personal empático y servicial	Seguridad en el sector las 24hs, por personal de la policía nacional y agentes de tránsito
Abierto las 24 horas	Parroquia Quitumbe reconocida como una de las zonas centrales hoy en día en Quito
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Falta de Filosofía Empresarial	Inestabilidad política y económica en el país
No tener un plan estratégico de acción para reactivación económica POS PANDEMIA	Alto índice de personas sin hogar en el sector, provoca inseguridad
Alto costo y gasto de servicios operacionales	Precios bajos por hospedaje de la competencia
Inadecuado manejo de redes tecnológicas y apps para dar seguimiento en publicidad	Incremento del Riesgo país

Falta de seguimiento de las respuestas en apps para hospedaje

Inestabilidad social y de salud provoca la cancelación de eventos y viajes

***Elaborado por: Autor***

Después de haber estructurado el análisis FODA, se puede concluir que a pesar de no tener un plan de reactivación POS PANDEMIA, el hostel cuenta con varias fortalezas y oportunidades a ser explotadas, lo cual va a generar su recuperación paulatinamente ya que es reconocida en el sector y ofrece servicios que no tiene la competencia.

**Formulación de estrategias**

También conocida como matriz DAFO, una importante herramienta de estrategias con propósitos de determinar la acción de alternativas más apropiada y que la empresa logre los objetivos para el cumplimiento de su misión y visión.

Después de haber realizado la matriz de estrategias, se clasifican en las siguientes:

- Realizar Alianzas Estratégicas
- Promocionar la calidad del servicio y protocolos POS PANDEMIA
- Mejora de aplicaciones digitales y redes sociales
- Promoción y segmentación

Se concluye con la elección de las estrategias identificadas, en la cual se analizó los principales factores internos y externos del Hostel, permitiendo tener lineamientos específicos para alcanzar los objetivos del promotor.

Tabla 11 MATRIZ DE ESTRATEGIAS

		FORTALEZAS				
		F1	Ubicación Estratégica, a 1 cuadra del terminal Quitumbe	D1	Falta de Fil	
		F2	Servicio de Iluminación propio que en la noche permite visualizar sus alrededores	D2	No tener u económica	
		F3	Personal capacitado	D3	Alto costo	
		F4	Inversión en infraestructura adaptada a normas de Bioseguridad	D4	Inadecua dar seguim	
		F5	Alianzas con empresas: servicios de taxis, apps de turismo, apps de salas de eventos	D5	Falta de se hospedaje	
		F6	Oferta de servicio de Discoteca y Sala de Eventos			
		F7	Habitaciones con diseños innovadores, wifi gratis y restaurant las 24horas			
		F8	Personal empático y servicial			
		F9	Abierto las 24 horas			
OPORTUNIDADES	O1	Alto crecimiento de arribo de viajeros al terminal Quitumbe	FO 1	DO1	Crear una f entidad de ubicación y	
	O2	Estadías largas laborales y turismo				
	O3	Vías de acceso libres de ida y venida para automóviles a través del EMMOP	FO2	DO2	Diseñar un comunidad	
	O4	Impulso de entidades gubernamentales para la automatización y digitalización				
	O5	Ubicación con alta afluencia de transeúntes.	FO3	DO3	Realizar es estado y p tecnológica	
	O6	Servicio de Iluminación del sector habilitado en la noche por el EPMMOP				
	O7	Fortalecimiento del e-commerce, mas aplicaciones, mas páginas para turistas				
	O8	Seguridad en el sector las 24hs, por personal de la policía nacional y agentes de tránsito				
	O9	Parroquia Quitumbe reconocida como una de las zonas diversión nocturna en Quito				
AMENAZAS	A1	Inestabilidad política y económica en el país	FA1	DA1	Promocion propios pa D4,5	
	A2	Alto índice de personas sin hogar en el sector, provoca inseguridad				
	A3	Precios bajos por hospedaje de la competencia	FA2	DA2	Diseñar un fortalecer l encuentre	
	A4	Incremento del Riesgo país	FA3			

	A5 Inestabilidad social y de salud provoca la cancelación de eventos y viajes	Afianzar la integridad en servicios de bioseguridad para los usuarios y visitantes del Hostal y sus servicios A5; F4,7,8	
--	---	--	--

Elaborado por: Autor

**c. Estrategias y/o técnicas**

**Implantación de estrategias**

De acuerdo al análisis realizado se plantea para el HOSTAL TORRES ESPINOZA, las siguientes estrategias.

**Filosofía Empresarial HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.**

Para el Hostal “Torres Espinoza”. su promotor principal son sus colaboradores, clientes y huéspedes, y se enfoca en lo siguiente:

**Misión del HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.**

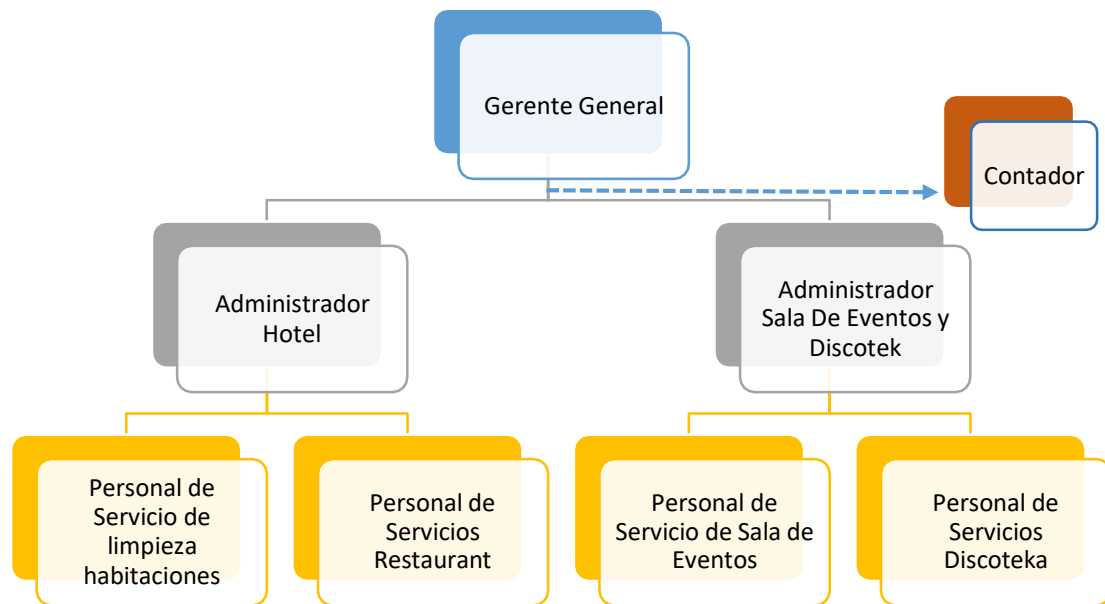
Ser una empresa comprometida en brindar los servicios de alojamiento, restaurant, sala de eventos y entretenimiento, acorde a los estándares de calidad y con responsabilidad social empresarial, generando un alto grado de satisfacción y confianza en nuestros clientes.

**Visión del HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.**

El HOSTAL “TORRES ESPINOZA”. su visión para el 2027, es ser considerado como uno de los principales centros de alojamiento de las plataformas digitales “del viajero” como líder en el sector Sur de la ciudad de Quito, en la prestación de servicios de calidad, junto con un equipo gerencial y administrativo especializados en satisfacer los requerimientos de cada cliente.

**Organigrama Institucional**

**Ilustración 17 Organigrama HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.**



Elaborado por: Autor

### **Objetivos Empresariales HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.**

- 1.- Brindar a los clientes servicios de calidad, generando confianza.
- 2.- Eficiencia y eficacia con los requerimientos solicitados por los clientes.
- 3.- Permanecer a la vanguardia de los posibles cambios que puedan existir en el medio.

### **Políticas Empresariales HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.**

Cumplir con la normativa vigente para permisos funcionamiento.

El personal debe ser amigable y cumplir con las normas de bioseguridad.

El servicio de Restaurant, es un servicio hábil las 24hs.

Cumplir con las normas seguridad internas y externas para salvaguardar la estancia de los clientes.

### **Valores Empresariales HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.**

Responsabilidad

Puntualidad

Amabilidad

Honestidad

Respeto

### Producto/ Servicio

Se va a realizar la propuesta de valor a través del servicio a ofertar POS PANDEMIA, para los siguientes segmentos de clientes:

Clientes Corporativos:

Son las empresas que contratan los servicios de hospedaje y alimentación para sus colaboradores de ventas que visitan la ciudad capital, así como el de altos ejecutivos.

Turista Extranjero y nacional:

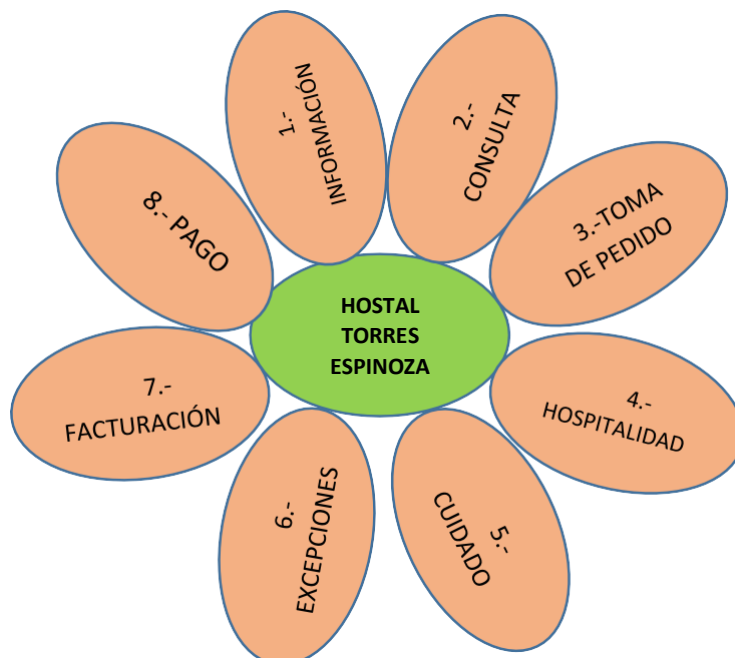
Son turistas de mochila internacional que buscan experimentar por sus propios medios conocer diferentes lugares del país, así como las personas de las diferentes regiones que visitan la ciudad capital.

Comunidad local. -

Son los transeúntes o personas que hacen uso del servicio del hotel y de sus servicios varios como discoteca y sala de eventos.

### Flor del Servicio

*Ilustración 18 Flor de Servicio*



Elaborado por: Autor

**Tabla 12 Flor del Servicio**

<b>Información:</b>	<b>Canales de venta:</b>	Venta de mostrador
		Aplicaciones APP, Plataformas digitales, Booking, Despegar, TripAdvisor, etc.
	<b>Horarios de atención:</b>	
	HOSTAL	24 horas
	RESTAURANT	24 horas
	DISCOTECA	24 horas
	SALA DE EVENTOS	24 horas
	<b>Registro de entrada y salida</b>	check in: 3:00pm check out: 12pm
<b>Consulta:</b>	Se tiene el servicio de call center 24/7 ofreciendo todos los servicios que dispone la Hostal	
<b>Toma de pedidos:</b>	Cuenta con una aplicación digital para:	
		Módulo de Reservas
		Servicio a la habitación
		Servicio de taxi
<b>Hospitalidad:</b>	<b>Recibimiento Externo:</b>	
	<b>Recibimiento Interno:</b>	Información, hospitalidad y empatía a la entrada del hostal
		Información, hospitalidad y empatía en la recepción del hostal
<b>Cuidado:</b>	Brinda seguridad interna y externa a través del personal de seguridad	
	Brindar las normas de Bioseguridad POS PANDEMIA	
<b>Excepciones:</b>	Socializar los planes de contingencia para los diferentes servicios	
<b>Facturación:</b>	Se encuentra con canales de facturación electrónica	
<b>Pago:</b>	Se encuentra con canales de pago: efectivo, deposito, transferencia, Datafast, aplicaciones móviles	

**Elaborado por: Autor**

**Precio:**

De acuerdo, con el análisis de tarifas de Hostales, Hoteles y Residencias, preparando la fijación de precios en el siguiente detalle:

**Tabla 13 TABLA DE PRECIOS**

<b>TARIFA HOSPEDAJE</b>
-------------------------



	Habitación sencilla	Habitación doble	Habitación Plus
COMPLETO	\$12,00	\$20,00	\$22,00
2 HORAS	\$6,00	\$10,00	\$15,00

<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>			
	<b>SIN CATERIN</b>	<b>CON CATERING</b>	<b>COMPLETO</b>
SALA DE EVENTOS	\$120	\$12 / \$25 POR PERSONA	\$15 / \$28 POR PERSONA

Elaborado por: Autores

### **Socios Estratégicos**

Las prestaciones de los servicios ofrecidos de forma física se realizarán alrededor de los 500 metros del Hostal (volanteo, afiches en locales comerciales y servicio de taxi) y también se llevará a cabo en la entrada de las instalaciones del hotel, donde los clientes podrán contratar los servicios a través de los diferentes canales:

- Flujo de información y promoción: El hotel cuenta con protocolos de comunicación, información y plataformas digitales, así como los canales de venta y toma de pedidos (Aplicaciones digitales, a través de línea de pago a nivel nacional).
- Flujo de negociación: Se negociará con clientes empresariales a través de contratos donde se establecerán los días contratados, plazos, forma de pago, tipo de habitación, fechas, entre otros.
- Flujo del servicio: En las instalaciones del hotel, con protocolos definidos por proceso de recibimiento externo y recibimiento interno.

### **Promoción:**

La Hostal mantendrá los colores corporativos ya se encuentran definidos al igual que su logotipo y marca, se implementará estrategias en el siguiente detalle:

### **Publicidad y Mechandising:**

Contratar un Programador de información digital, para que realice la publicidad de apps, medios digitales y diseño de publicidad física para flyers y afiches.

Contratar un Mannager Comunity, para que realice posteos digitales semanales en los medios digitales y apps.

Se pagará un adicional al personal de servicios varios para entrega de volanteo y difusión de promoción del Hostal "Torres Espinoza"..

Se entregará a los counters de viajeros y locales de comida los flyers informativos de la Hostal “Torres Espinoza” ..

### **Promociones Hospedaje:**

En el servicio del Hostal, se mantiene la promoción incluye desayuno americano por el pago de cada día completo.

Adicional: Se entregará un kit de dulces por el uso del servicio.

Por cada servicio programado a través de las aplicaciones digitales, obtendrá un 5% de descuento de su valor diario.

Adicional: Se entregará un kit de dulces por el uso del servicio y el descuento del 3% se aumentó al 5%.

Si el tiempo de hospedaje es mayor a 4 noches, se le obsequiara 1 noche adicional.

Adicional: esta oferta se la realiza con los convenios empresariales antes de marzo 2020, el tiempo de hospedaje era de 2 a 3 días, en tiempo de POS PANDEMIA el tiempo de hospedaje se ha realizado de 5-6 días y una forma de fidelizar a los clientes es ofrecer 1 noche adicional.

Se entregará un suvenir para la temporada navideña exclusiva para los contratos empresariales.

### **Promoción Sala de Eventos**

Por cada servicio completo contratado, incluye sala de eventos, decoración completa, catering, descorche, se ofrecerá el servicio de mariachi gratis y seguridad las 24 horas al exterior del Hostal.

### **Presupuesto**

El Hostal tiene un presupuesto mensual asignado de \$220, para lo cual se le asesoro al promotor y gerente que se debe realizar un contrato anual por todos los servicios de posteos y desarrollador de material digital y físico.

**Tabla 14 PRESUPUESTO DE MKT**

<b>PRESUPUESTO DE MARKETING</b>		
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>VALOR</b>	<b>TIEMPO</b>
Elaboración del Mechandising del Hotel (flyers)	\$60	Anual
Personal de Volanteo	\$650	Anual
Programador de publicidad digital, difusión semanal	\$80	Anual

Desarrollo, optimización, actualización, mantenimiento, canales digitales y aplicaciones web (programador, infraestructura tecnológica)	\$60	Anual
Gestión de Redes Sociales, contenido y manejo de leads a cargo de community manager	\$70	Anual
Regalos personalizados empresariales para Navidad	\$500	Anual
Entrega de pequeños suvenires a los clientes que se hospedan en el hostal	\$500	Anual
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$1.920</b>

Elaborado por: Autor

Al realizar este plan estratégico se evidencia un ahorro de \$60 mensuales.

**PLAN DE ACCION**

AREAS	OBJETIVO A CONSEGUIR	ESTRATEGÍAS	ACCIONES	INDICADORES DE CONTROL	RESPONSABLES DE LA ACCIÓN	META	RESPONSABLE DE SEGUIMIENTO
<b>SERVICIO</b>	OFERTAR EL SERVICIO A EMPRESAS COMERCIALES	REALIZAR PROMOCIONES PARA ESTADIAS	REALIZAR SPOTS DIGITALES	MEDIR EL ALCANCE A TRAVES DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES PAGADAS	GERENTE ADMINISTRADOR EQUIPO DE TRABAJO	REALIZAR 3 SPOTS DIGITALES EN LA SEMNA	GERENTE Y ADMINISTRADOR
		OFRECER LOS SERVICIOS VARIOS CON LOS QUE CUENTA EL HOSTAL	REALIZAR CAMPAÑAS EN APPS DIGITALES				
	OFERTAR PRECIOS COMPETITIVOS EN EL MERCADO DE HOSPEDAJE Y EL SECTOR	FIJAR PRECIOS COMPETITIVOS ACORDE AL MERCADO Y SECTOR	REALIZAR CONVENIOS CON APPS DIGITALES	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA TODO EL PERSONAL DEL HOSTAL			
	CONSEGUIR MAYOR AFLUENCIA DE USUARIOS EN HOSPEDAJE	SEGUIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES Y OBJETIVOS DE EMPLEADOS Y DEPARTAMENTOS	* REALIZAR SEGUIMIENTOS MENSUALES DE CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS, A TRAVÉS DE			*INFORMACIÓN NECESARIA Y FIABLE. *PERSONAL CAPACITADO PARA MEJORAR	

	GARANTIZAR QUE LA ACTIVIDADES ENCOMENDADAS SE CUMPLAN		REUNIONES. * CAPACITAR AL PERSONAL EN EL USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA OPTIMIZAR LOS REQUERIMIENTOS DE LOS USUARIOS		SU PRODUCTIVIDAD
	MANTENER LOS COLORES CORPORATIVOS IDENTIFICADO				
	EVALUACIÓN Y CAPACITACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO A TODO EL EQUIPO DE TRABAJO	EVALUAR LAS ACCIONES DESARROLLADAS DEL PLAN DE MEJORA	REALIZAR ORDEN CRONOLÓGICO DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR	CRONOGRAMA DE REUNIONES CUMPLIDO	ADECUADO CANAL DE COMUNICACIÓN Y SENTIDO DE PERTENENCIA

**CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS**

#	ACTIVIDAD	FASE INICIAL DE IMPLEMENTACIÓN								RESPONSABLE	FRECUENCIA SUPERVISIÓN
		AGOSTO				SEPTIEMBRE					
		1	2	3	4	1	2	3	4		
1	DESARROLLAR EL PLAN ESTRATEGICA	X	X							GERENTE Y ADMINISTRADOR	ANUAL
2	SOCIALIZAR EL PLAN DE MEJORA CON EL PERSONAL ADMINISTRATIVO			X							TRIMESTRAL
3	REALIZAR CAPACITACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS			X	X						TRIMESTRAL
4	REUNIONES DE PLANIFICACIÓN CON EL PERSONAL				X	X	X	X	X		MENSUAL
5	SEGUIMIENTO SEMANAL DE METAS				X	X	X	X	X		SEMANAL
6	REALIZAR SPOTS PUBLICITARIOS EN PAGINAS SOCIALES				X	X	X	X	X		SEMANAL
7	VOLANTEO DE FLYERS INFORMATIVOS Y PROMOCIONALES				X	X	X	X	X		DIARIO
8	REALIZAR CAMPAÑAS EN APPS DIGITALES				X	X	X	X	X		SEMANAL
9	OFERTAR LOS SERVICIOS EXTRAS DEL HOSTAL A LOS USUARIOS				X	X	X	X	X		DIARIO
19	EVALUAR EL ALCANCE DE DIFUSIÓN DE PROMOCIONES Y SPOTS PUBLICITARIOS				X				X		SEMANAL
20	EVALUAR ESTRATEGIAS PLANIFICADAS				X				X	MENSUAL	

### 2.3. Validación de la propuesta

Para la elección de especialistas se ha considerado un perfil acorde a los siguientes criterios: formación académica relacionada con el tema investigativo, experiencia académica y/o laboral orientada a la gestión administrativa y motivación para participar. La siguiente tabla presenta información detallada de los actores seleccionados para la validación del modelo.

Tabla: Descripción de perfil de validadores

Nombres y Apellidos	Años de experiencia	Titulación Académica	Cargo
CARLOS ENRIQUE TACO CAYAMBE	15	Magíster en Administración de Empresas (UPS)	Gerente de REPAIR TRUCKS QUITO SUR S.A (10 AÑOS) Docente en el Instituto Tecnológico ISTUHCPP 5 años
JIMMY FERNANDO OLIVO BURBANO	10	Ingeniero en Mercadotecnia (ESPE)	Docente en Instituto Tecnológico ISTUHCPP 10 años
RICARDO MANUEL TACO CAYAMBE	12	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (UNITA)	Administrador del Hotel de Viña del Sol (CALELLA 2008-2013) Propietario y Administrador del BAR-RESTAURANTE (LA BONITA – Martha Bucaram) 7años

Fuente: Elaboración del autor

Los objetivos perseguidos mediante la validación son los siguientes:

Validar la metodología de trabajo aplicada en el desarrollo de la investigación.

Aprobar los resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas.

Redefinir (si es necesario) el enfoque de los elementos desarrollados en la propuesta, considerando la experiencia de los especialistas.

- Constatar las posibilidades potenciales de aplicación del **PLAN ESTRATÉGICO PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL HOSTAL “TORRES ESPINOZA”**. **POS PANDEMIA UBICADO AL SUR DE D.M. QUITO** propuesto.

### Instrumento para validar

Luego de seleccionar a los profesionales que conformaron el panel para la validación, se procedió a desarrollar los criterios de evaluación; facilitando un link de acceso que detalla los parámetros considerados a cada validador. A continuación, se especifican los criterios en mención:

Tabla Criterios de Evaluación

Criterios	Descripción
Impacto	Representa el alcance que tendrá el modelo de gestión y su representatividad en la generación de valor público.
Aplicabilidad	La capacidad de implementación del modelo considerando que los contenidos de la propuesta sean aplicables
Conceptualización	Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías propias de la gestión por resultados de manera sistémica y articulada.
Actualidad	Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y los cambios científicos y tecnológicos que se producen en la nueva gestión pública.
Calidad Técnica	Miden los atributos cualitativos del contenido de la propuesta.
Factibilidad	Nivel de utilización del modelo propuesto por parte de la Entidad.
Pertinencia	Los contenidos de la propuesta son conducentes, concernientes y convenientes para solucionar el problema planteado.

Fuente: Elaboración del autor

Una vez puntualizados los criterios utilizados en la validación, se determinó la escala de criterios cualitativos para su evaluación, según el nivel de importancia y representatividad



Tabla Escala de evaluación de criterios

CRITERIOS	EVALUACION SEGUN IMPORTANCIA Y REPRESENTATIVIDAD				
	En Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo Ni Desacuerdo en	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
Impacto					X
Aplicabilidad					X
Conceptualización					X
Actualidad					X
Calidad Técnica					X
Factibilidad					X
Pertinencia					X

Fuente: Elaboración del autor

Tabla Preguntas Instrumento de validación

Crterios	Preguntas
Impacto	¿Considera que el Plan Estratégico propuesto representará un impacto significativo en la generación de valor público?
Aplicabilidad	¿Los contenidos de la propuesta son aplicables?
Conceptualización	¿Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías de la gestión por resultados?
Actualidad	¿Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y nuevos cambios que puedan producirse?
Calidad Técnica	¿El modelo propicia el cumplimiento de los protocolos de atención analizados desde la óptica técnico-científica?
Factibilidad	¿Es factible incorporar un Plan Estratégico por

	resultados en el sector?
Pertinencia	¿Los contenidos de la propuesta pueden dar solución al problema planteado?

Fuente: Elaboración del autor

Se han establecido los niveles de importancia y representatividad y un valor máximo de cinco puntos, el cual, será otorgado según el desempeño adecuado del criterio; y un mínimo de un punto en el caso de observarse un cumplimiento insuficiente.

Crterios	Preguntas	TACO CAYAMBE CARLOS ENRIQUE	OLIVO BURBANO JIMMY FERNANDO	TACO CAYAMBE RICARDO MANUEL	SUMA TOTAL	PORCENTAJE
Impacto	¿Considera que el Plan Estratégico propuesto representará un impacto significativo en la generación de valor público?	5	5	5	15	100%
Aplicabilidad	¿Los contenidos de la propuesta son aplicables?	5	5	5	15	100%
Conceptualización	¿Los componentes de la propuesta tienen como base conceptos y teorías de la gestión por resultados?	4	5	4	13	87%
Actualidad	¿Los contenidos de la propuesta consideran los procedimientos actuales y nuevos cambios que puedan producirse?	5	5	5	15	100%
Calidad Técnica	¿El Plan Estratégico propicia el cumplimiento de los protocolos de atención analizados desde la óptica técnico-científica?	4	5	4	13	87%
Factibilidad	¿Es factible incorporar un Plan Estratégico por resultados en el sector?	5	5	4	14	93%
Pertinencia	¿Los contenidos de la propuesta pueden dar solución al problema planteado?	5	5	5	15	100%
TOTAL		33	35	32	100	

Elaborado: Autor

## **Resultados de la validación**

.

El debido análisis realizado por los especialistas, de acuerdo a su importancia y representatividad, es considerado TOTALMENTE DE ACUERDO, por lo cual valida cualitativamente el presente Plan Estratégico.

El análisis cuantitativo realizado a través de su importancia y representatividad, en sus criterios tiene una ponderación igual o mayor que el 87%, validando el Plan Estratégico bajo rangos cuantitativos.

Por lo cual se determina que el **PLAN ESTRATÉGICO PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL HOSTAL “TORRES ESPINOZA”. POS PANDEMIA UBICADO AL SUR DE D.M. QUITO**, es viable en dar solución a la problemática planteada.

## Bibliografía

- ALTABLERO. (enero de 2022). *Mineducación*. mineducación.gov.ec:  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjT5O-K7dH5AhXgsIQIHcKyDLkQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.mineducacion.gov.co%2F1621%2Fpropertyvalue-31219.html&usg=AOvVaw2Mp\\_1po2exWCD9CKxG4GDi](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjT5O-K7dH5AhXgsIQIHcKyDLkQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.mineducacion.gov.co%2F1621%2Fpropertyvalue-31219.html&usg=AOvVaw2Mp_1po2exWCD9CKxG4GDi)
- Arguello, J. S. (2014). Diseño e implementación del plan de mejoramiento de las condiciones de higiene y seguridad industrial en Armalco S.A. Bogota, Colombia.
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación. En F. G. Arias, *Introducción a la metodología científica* (pág. 19). Caracas: EPISTEME,C.A.
- Carro, J. R. (2017). Modelo de Desarrollo Sustentable para la industria de recubrimientos cerámicos. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 33, 131-139.
- Chagoya. (2020). Métodos y Técnicas de Investigación. Bogota.
- Davis, K. y. (1993). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. México: Mc Graw-Hill.
- Francisco, C. M. (11 de junio de 2021). *Economipedia.com*.
- Garay, L. (1998). Estructura industrial e internacionalización. 1967- 1996. *Departamento Nacional de Planeación (DNP)- COLCIENCIAS*.
- García, F. (2002). RESUMEN DEL LIBRO: EL CUESTIONARIO. En *Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario* (pág. 7). Sonora: LIMUSA. SA DE CV.
- González, C. y. (2017). Sustentabilidad y Competitividad en empresas familiares restauranteras. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22 (79), 427-446.
- Kahn, K. y. (1979). *Teoría de sistemas*. New York: Wiley.
- Luna, K. Q. (2020). Plan de mejora enfocado en la seguridad industrial para la empresa Inmeplast basado en las 5S. *Ciencia Digital*, 111-125.
- Neill y Cortez . (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Machala: UTMACH.
- Ortiz, V. P. (2015). LA SERVUCCIÓN Y EL MEJORAMIENTO CONTINUO DEL SERVICIO. España, Ambato: Interamericana S.A.
- Sandoval, A. (2018). *Diseño de un plan de Mejora continua aplicando la Metodología PHVA en las empresas de emulsiones y asfaltos SAC*. España.
- Solleiro, J. y. (2005). Competitividad y sistemas de innovación: los desafíos para. *Technovation*, 1059-1070.

Waheeduzzaman, A. (2011). Competitiveness and convergence in G7 and emerging markets.  
*Journal of Global Competitiveness*, 21(2):110-128.

## 2.4. Matriz de articulación de la propuesta

**Tabla 15.**  
*Matriz de articulación*

<b>EJES O PARTES PRINCIPALES</b>	<b>SUSTENTO TEÓRICO</b>	<b>SUSTENTO METODOLÓGICO</b>	<b>ESTRATEGIAS / TÉCNICAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>INSTRUMENTOS APLICADOS</b>
Capítulo I	Definir lo importante de un Plan Estratégico	Indagación a través de información actual menor a 5 años	Indagación a través de sitios web académicos, libros y fuentes net gráficas, artículos, etc.	Contextualización del estado del Arte y proceso Metodológico	Cuestionarios
Capítulo II Propuesta: Plan Estratégico para la reactivación del Hostal “Torres Espinoza”.	Estructura de la Filosofía Empresarial	Análisis Situacional	Análisis de la: Visión Misión Organigrama Valores Corporativas Políticas Corporativas	Observación Análisis del Entorno Específico Elaboración de la Filosofía Empresarial para el HOSTAL “TORRES ESPINOZA”.	Observación Análisis del Entorno Específico
	Estructura de un Plan Estratégico	Estudio de Mercado	Análisis de: Entorno Interno y Externo PEST FODA ESTRATEGÍAS	Observación Análisis del Entorno Específico Diseño de un Plan Estratégico Observación	Validación de matrices para la propuesta

MARKETING MIX

Análisis del Entorno  
Específico y 4P del  
Marketing

**Fuente:** Elaboración propia

## CONCLUSIONES

- A través del desarrollo de la fundamentación teórica, se define los aspectos generales del diseño para un plan estratégico de la Hostal “Torres Espinoza”., con la fundamentación metodológica se obtiene como referencia un conocimiento amplio y conciso preliminar para el principal sustente en esta investigación.
- Mediante un diagnostico se pudo identificar y determinar que la Hostal “Torres Espinoza”., no cuenta con una filosofía empresarial y que requiere un plan estratégico pos pandemia para motivar su reactivación POS PANDEMIA.
- Se ha realizado un Plan Estratégico y creación de la Filosofía Empresarial para el cumplimiento de la visión y misión de la Hostal “Torres Espinoza”., a través de un análisis del entorno interno y externo.
- La validación realizada por los especialistas, refuerza la aprobación de las estrategias formuladas para la Reactivación del Hostal “Torres Espinoza”..

## RECOMENDACIONES

- La posterior socialización y ejecución del plan estratégico de reactivación económica en el hostel, se ejecutará con una correcta comunicación dentro del hotel para que el mismo pueda fluir y se recomienda realizar un seguimiento y control, para que las estrategias deban cumplir su objetivo.
- Se recomienda identificar los riesgos en el momento o los posibles riesgos que puedan generarse a futuro para realizar los cambios y actualizaciones en el momento.
- Se recomienda realizar procesos administrativos y financieros para que el Hostal “Torres Espinoza”. optimice su funcionamiento.



## BIBLIOGRAFÍA

- ALTABLERO. (enero de 2022). *Mineducación*. mineducación.gov.ec:  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjT5O-K7dH5AhXgsIQIHcKyDLkQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.mineducacion.gov.co%2F1621%2Fpropertyvalue-31219.html&usg=AOvVaw2Mp\\_1po2exWCD9CKxG4GDi](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjT5O-K7dH5AhXgsIQIHcKyDLkQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.mineducacion.gov.co%2F1621%2Fpropertyvalue-31219.html&usg=AOvVaw2Mp_1po2exWCD9CKxG4GDi)
- Arguello, J. S. (2014). Diseño e implementación del plan de mejoramiento de las condiciones de higiene y seguridad industrial en Armalco S.A. Bogota, Colombia.
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación. En F. G. Arias, *Introducción a la metodología científica* (pág. 19). Caracas: EPISTEME, C.A.
- Carro, J. R. (2017). Modelo de Desarrollo Sustentable para la industria de recubrimientos cerámicos. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 33, 131-139.
- Chagoya. (2020). Métodos y Técnicas de Investigación. Bogota.
- Davis, K. y. (1993). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. México: Mc Graw-Hill.
- Francisco, C. M. (11 de junio de 2021). *Economipedia.com*.
- Garay, L. (1998). Estructura industrial e internacionalización. 1967- 1996. *Departamento Nacional de Planeación (DNP)- COLCIENCIAS*.
- García, F. (2002). RESUMEN DEL LIBRO: EL CUESTIONARIO. En *Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionario* (pág. 7). Sonora: LIMUSA. SA DE CV.
- González, C. y. (2017). Sustentabilidad y Competitividad en empresas familiares restauranteras. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22 (79), 427-446.
- Kahn, K. y. (1979). *Teoría de sistemas*. New York: Wiley.
- Luna, K. Q. (2020). Plan de mejora enfocado en la seguridad industrial para la empresa Inmeplast basado en las 5S. *Ciencia Digital*, 111-125.
- Neill y Cortez. (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Machala: UTMACH.
- Ortiz, V. P. (2015). LA SERVUCCIÓN Y EL MEJORAMIENTO CONTINUO DEL SERVICIO. España, Ambato: Interamericana S.A.
- Sandoval, A. (2018). *Diseño de un plan de Mejora continua aplicando la Metodología PHVA en las empresas de emulsiones y asfaltos SAC*. España.
- Solleiro, J. y. (2005). Competitividad y sistemas de innovación: los desafíos para. *Technovation*, 1059-1070.

Waheeduzzaman, A. (2011). Competitiveness and convergence in G7 and emerging markets.  
*Journal of Global Competitiveness*, 21(2):110-128.

**ANEXOS**

**ANEXO 1**

**FORMATO DE ENCUESTA**

**ENCUESTA**

Objetivo: Obtener datos importantes del mercado, los que serán considerados en toma de decisiones en lo posterior.

Instrucciones

Marque con una " X" en el lugar que usted crea conveniente

Fecha: \_\_\_\_\_

1.- ¿Usted suele usar el servicio de un hostel cuando llega al terminal Quitumbe de la Ciudad de Quito?

SI \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_

2.- ¿ Al momento de considerar el uso de un Hostel usted prefiere?

Comodidad \_\_\_\_\_  
Precio económico \_\_\_\_\_  
Servicio de Restaurant 24hs \_\_\_\_\_  
Su ubicación sea cercana al terminal \_\_\_\_\_

3.- ¿Cuál es el motivo por el cuál usted frecuenta una hostel?

Laboral \_\_\_\_\_  
De paso \_\_\_\_\_  
Turismo \_\_\_\_\_  
Vivienda \_\_\_\_\_  
Vacaciones \_\_\_\_\_

4.- ¿Conoce usted o a escuchado dela Hostel TORRES ESPINOZA?

SI \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_

5.- ¿Qué servicio es el que más resalta en la HOSTAL TORRES ESPINOZA?

Calidad de servicio \_\_\_\_\_  
Confiabilidad \_\_\_\_\_  
Comodidad \_\_\_\_\_  
Elegancia y distinción \_\_\_\_\_  
Servicio de Restaurant \_\_\_\_\_

6.- ¿Por qué medio se entero de los servicios que presta la HOSTAL TORRES ESPINOZA?

Internet (páginas de viajes) \_\_\_\_\_  
Facebook \_\_\_\_\_  
Afiches \_\_\_\_\_  
Instagram \_\_\_\_\_  
Recomendación \_\_\_\_\_

7.- ¿Usted conoce que en la HOSTAL TORRES ESPINOZA cuenta con servicio de sala de eventos, parqueadero, Discoteck karaoke?

SI \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_

8.- ¿Recomendaría el uso del HOSTAL TORRES ESPINOZA?

SI \_\_\_\_\_  
NO \_\_\_\_\_