



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA  
INCREMENTAR LOS INGRESOS Y LA IMAGEN DEL HOTEL  
ADRIANDS DE LA PARROQUIA PUERTO BOLÍVAR.

BRAVO ORDOÑEZ JOSE LUIS  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA  
2019



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA  
INCREMENTAR LOS INGRESOS Y LA IMAGEN DEL HOTEL  
ADRIANDS DE LA PARROQUIA PUERTO BOLÍVAR.

BRAVO ORDOÑEZ JOSE LUIS  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

MACHALA  
2019



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA INCREMENTAR LOS  
INGRESOS Y LA IMAGEN DEL HOTEL ADRIANDS DE LA PARROQUIA PUERTO  
BOLÍVAR.

BRAVO ORDOÑEZ JOSE LUIS  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TELLO MENDOZA MARIO DAVID

MACHALA, 04 DE FEBRERO DE 2019

MACHALA  
04 de febrero de 2019

**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Estrategias de desarrollo empresarial para incrementar los ingresos y la imagen del hotel Adriands de la parroquia Puerto Bolívar., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

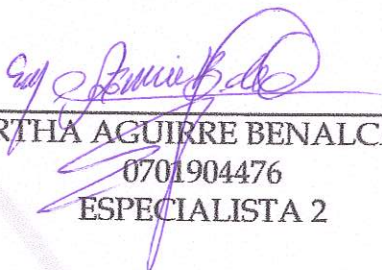


---

TELLO MENDOZA MARIO DAVID

0702174806

TUTOR - ESPECIALISTA 1

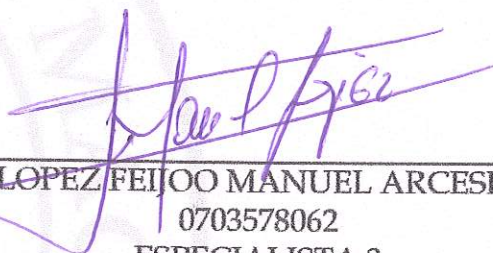


---

MARTHA AGUIRRE BENALCAZAR

0701904476

ESPECIALISTA 2



---

LOPEZ FEJOO MANUEL ARCESIO

0703578062

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 04 de febrero de 2019 - 13:31

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** proyecto titulacion.docx (D46992617)  
**Submitted:** 1/18/2019 8:30:00 PM  
**Submitted By:** jlbravo\_est@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0



## **CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL**

El que suscribe, BRAVO ORDOÑEZ JOSE LUIS, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Estrategias de desarrollo empresarial para incrementar los ingresos y la imagen del hotel Adriands de la parroquia Puerto Bolívar., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública, de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 04 de febrero de 2019



**BRAVO ORDOÑEZ JOSE LUIS**  
0705047520

## **RESUMEN**

En el presente trabajo, se presentó, las estrategias de desarrollo empresarial, cada una con su respectiva definición, para una mejor comprensión, y de esta manera el lector tenga conocimiento de dicho proyecto, y sobre todo lo relacionado al tema y de las actividades del Hotel Adriand's, el cual permitió una ventaja competitiva, creando un nuevo servicio, con el objetivo de elevar sus ingresos y mejorando su imagen corporativa, ante la sociedad, y sobre todo a sus clientes, brindando servicios de calidad, satisfaciendo sus necesidades exclusivas, siendo participes en cada una de las actividades ofrecidas por parte de la organización. Para la aplicación de la metodología descriptiva y exploratoria, fue necesario, la presencia de las autoridades, de los trabajadores, y también de los clientes, para de esta manera ser analizada de manera cautelosa, la relación existente entre ellos, e identificar las falencias, y de esta forma, la respectiva corrección, a través de dicho plan y de las estrategias mencionadas, obteniendo como resultados, una estrecha relación entre trabajador y empleador, y la popularidad ante el mercado hotelero, por lo cual para el lanzamiento en la temporada de carnaval, periodo, en el que el nivel de turismo aumenta a nivel nacional, siendo esto de apoyo para el país. Por tal motivo, haber realizado el debido proceso, se contó con los líderes de la empresa, y con el personal en general, también de la parte financiera, creando un ambiente armonioso, confiable y seguro, con servicios que los diferencia ante los demás hoteles.

**PALABRAS CLAVES:** liderazgo empresarial, imagen hotelera, utilidades, calidad del servicio, cliente satisfechos.

## **ABSTRACT**

In the present work, business development strategies will be presented, each with its respective definition, for a better reading comprehension, and in this way the reader will have knowledge of this project, and especially everything related to the topic and the Adriand's Hotel activities, which will allow a competitive advantage, creating a new service, with the aim of increasing your income and improving your corporate image, before society, and above all your customers, providing quality services, satisfying your exclusive needs , being participants in each of the activities offered by the organization. For the application of the descriptive and exploratory methodology, it is necessary, the presence of the authorities, of the workers, and also of the present clients, in order to analyze in a cautious way, the existing relationship between them, and to identify the flaws, and thus in this way, correct them properly, through said service and the mentioned strategies, obtaining as results, the increase of the level of sales and of income, and the profile before the hotel market, for which for the launching, take advantage of the carnival season, period, in which the level of tourism increases nationally, this being support for the country. For this reason, to carry out due process, you must have the support of the leaders of the company, and with the staff in general, also of the financial part, to create a harmonious, reliable and safe environment, with services that the differentiate before the other hotels.

**KEYWORDS:** business leadership, hotel image, utilities, quality of service, satisfied customers



## CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| RESUMEN .....  | 1  |
| ABSTRACT .....   | 2  |
| CONTENIDO.....   | 3  |
| 1. INTRODUCCIÓN .....  | 4  |
| 2. DESARROLLO.....   | 6  |
| 2.1. Estrategias de desarrollo empresarial.....  | 6  |
| 2.1.1. <i>Las TIC como ventaja competitiva y estratégica en el sistema hotelero.....</i> | 6  |
| 2.1.2. <i>Innovación hotelera .....</i>  | 6  |
| 2.1.3. <i>Perfil y popularidad.....</i>  | 7  |
| 2.1.4. <i>Calidad de Servicio.....</i>   | 8  |
| 2.1.5. <i>Satisfacción del Consumidor .....</i>  | 8  |
| 2.2. Sistema Hotelero en Ecuador.....  | 9  |
| 2.3. HOTEL ADRIAND´S: Historia, Misión, Visión .....                                     | 10 |
| 2.3.1. <i>Historia .....</i>   | 10 |
| 2.3.2. <i>Misión.....</i>  | 11 |
| 2.4. Propuesta.....  | 11 |
| 3. CONCLUSIONES .....  | 19 |
| 4. BIBLIOGRAFÍA .....  | 20 |
| ANEXOS .....   | 22 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1: Tabla de ingresos.....                                     | 12 |
| Tabla 2: Tabla de gastos e ingresos netos.....                      | 13 |
| Tabla 3: Nuevos ingresos y sus servicios (escenario pesimista)..... | 16 |
| Tabla 4: Nuevos ingresos y sus servicios (escenario optimista)..... | 17 |

## INDICE DE IMAGENES

|  |    |
|--|----|
| Gráfico 1: Marca.....                      | 14 |
| Gráfico 2: Logotipo de nuevo servicio..... | 14 |
| Gráfico 3: Slogan del nuevo servicio.....  | 14 |

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad es bien conocido que toda empresa para mantenerse en el mercado y ser reconocida por su producto o servicio que ofrece debe considerar y reconocer cuáles son sus principales falencias y ventajas que le permiten ser más competitiva, además de factores externos como políticas y turismo que también influyen en el desarrollo de la empresa.

Es conocido que el turismo se ha convertido en uno de las principales actividades económicas del país y que ha ido en crecimiento, se debe tomar en cuenta la competencia que existe en el sector hotelero, para ello es importante establecer estrategias que permiten la mejora del desarrollo de la empresa durante la prestación y calidad del servicio.

Debido a que las empresas tienen que adaptarse al cambio tanto en el ambiente externo e interno, los gerentes y colaboradores deben estar preparados, para que con ello la imagen de la empresa se mantenga. Entre los factores a tomar en cuenta, está la alta competencia que existe en el sector hotelero, se debe de marcar una diferencia mediante la calidad del servicio que se brinda, siendo este relevante por la interacción directa con el cliente y donde interviene el desempeño del trabajador. (Meira & Anjos, 2014).

Los empresarios hoteleros, aplican políticas de liderazgo, para la transformación de la misma, desarrollando una labor eficiente y eficaz en los trabajadores, y a su vez brindando a los clientes, comodidad y satisfacción en el uso de las diferentes áreas de dicha empresa, con el fin de caracterizarse entre los demás hoteles, siendo comprometidos en todos los servicios prometidos y exigentes en sus actividades, para la obtención de un alto nivel de calificación. (Da Silva, Galvao, & Freire, 2015)

En el Hotel Adriand's, de la parroquia de Puerto Bolívar, de la ciudad de Machala, existe un bajo nivel de desarrollo organizacional, el cual provoca deficiencia en el desempeño laboral, disminución de ingresos económicos, críticas negativas de los usuarios, favoritismo entre el empleador y los trabajadores, competencia entre ellos, y por ultimo un ambiente tenso y complicado, por lo tanto, no es favorable para la empresa mantenerse bajo ese nivel de liderazgo, sino mejorarlo, para su propio beneficio en general.

Desarrollar estrategias de desarrollo empresarial incrementa la imagen del hotel, permite un mejor clima organizacional, y un buen desempeño de los trabajadores, mejorar la calidad del servicio y obtener un incremento en los ingresos, a través del

hospedaje de los turistas, y también de los artistas nacionales, siendo estos, cantantes, actores, o futbolistas, entre otros; de esta manera, es posible que su imagen, se vea reflejada y elegida, entre las opciones de alojamiento, en páginas web de hoteles como trivago.com.

La ventaja de elaborar estrategias de desarrollo empresarial, permite a la empresa, ser más competitiva, además de ofrecer e innovar diferentes servicios de calidad, el cual puede ser reflejado a través de la calificación de los usuarios, al ser elegido, de los mismos, y así convertirse en uno de los hoteles más conocidos y visitados a nivel nacional.

El objetivo general de esta investigación es desarrollar estrategias de servicios y liderazgo, que permitan incrementar las ventas y la imagen en el Hotel Adriand's, de la parroquia Puerto Bolívar; para el cumplimiento de ello se considera los siguientes objetivos específicos: analizar el bajo nivel de liderazgo; proponer el lanzamiento de nuevos servicios para incrementar las ventas del Hotel; identificar el mercado donde se lanzará el nuevo servicio.

## 2. DESARROLLO

### 2.1. Estrategias de desarrollo empresarial

#### 2.1.1. *Las TIC como ventaja competitiva y estratégica en el sistema hotelero.*

Las Técnicas de Información y Comunicación, juegan un papel importante en todo tipo de ámbito empresarial, sobre todo en el sistema hotelero, porque da la facilidad de que las personas conozcan los diferentes servicios ofrecidos, por parte de la empresa, y puedan realizar cualquier pregunta, así de esta manera, se puede despejar las dudas de los usuarios o clientes, acerca del hotel (García Pérez, García Rodríguez, & González Pérez, 2015).

El uso de dichas técnicas, permite un cambio estructural en los hoteles, porque además de dar facilidad de conocer sus servicios, también permite a los trabajadores interactuar de manera directa entre ellos, y con los clientes, con el fin de eliminar las falencias existentes, dentro de ella, y superarse como empresa, mejorando sus actividades, a través de la observación de la competencia en el mercado, exigiendo a los directivos, una mejor organización interna y externa (García Pérez, García Rodríguez, & González Pérez, 2015).

La implementación de un sistema información, para la gestión hotelera, ayuda a tener un mejor control de las funciones que la empresa y los trabajadores ofrecen, tanto de manera personal, como tecnológica, esto se refiere a través de las páginas web o redes sociales, también existen base de datos en donde se procesa la información del cliente, y la información de la empresa, en general, siendo estos, el personal, administración y finanzas (García Pérez, García Rodríguez, & González Pérez, 2015).

#### 2.1.2. *Innovación hotelera*

El proceso de innovación ha tenido diferentes cambios constantemente, por lo tanto, ha permitido la creación de nuevas empresas, con variedad de productos o servicios, buscando la satisfacción de los consumidores, e involucrarse en el sector turístico, y en el mercado, para el desarrollo industrial (Hinojosa-Galván & Feria-Cruz, 2016).

Los diferentes hoteles a nivel mundial, desean llegar a ser catalogados como los mejores, por medio de estrategias, buscando alternativas, que ayuden a la mejoría de su empresa, tanto en la imagen, como en la calidad de sus servicios, llevando a su vez un adecuado proceso y método, de relacionarse con el cliente, y de mantenerlos fijos, y elevar el nivel de los mismos (Hinojosa-Galván & Feria-Cruz, 2016).

La actividad turística, permite que los empresarios, implementen nuevas técnicas, a través de la interacción con los trabajadores, ya que estos brindan ideas innovadoras, para la atracción de los turistas, y así elevar sus ingresos económicos, lo cual es de gran ayuda, para la estructura de la empresa (Hinojosa-Galván & Feria-Cruz, 2016).

La innovación no solo está relacionada con el sector hotelero, sino con los otros sectores comerciales; permitiendo a las personas, tener un capital, con el cual puedan desarrollarse para su propio beneficio. En cambio a las empresas, esta técnica permite tener un desarrollo sostenible y a una ventaja competitiva, que se considera fundamental, para el crecimiento económico y estabilidad en el mercado (D' Meza Pérez, Zaldívar Puig, & Martín Fernández, 2016).

### *2.1.3. Perfil y popularidad*

El perfil y la popularidad, de la empresa, depende de tres partes, tanto del empleador, trabajador, y cliente, ya que, al ofrecer sus servicios o productos, estos deben ser de excelente calidad, para que el cliente o consumidor sienta la satisfacción al cumplir con su necesidad, de lo contrario desvaloriza a la empresa, haciendo críticas destructivas, y esto a su vez provocaría un decaimiento de la misma (Echeverría-Ríos, Abrego-Almazán, & Medina-Quintero, 2018).

Dichos puntos se encuentran relacionados directamente con la responsabilidad social empresarial, porque abarca el cuidado del medio ambiente, y esto toda organización debe considerar, ya que, al implementar su producto o servicio, no debe perjudicar a la naturaleza, de lo contrario puede recibir sanciones o multas, es por esta razón, que la empresa debe mostrarse responsable ante los demandantes (Echeverría-Ríos, Abrego-Almazán, & Medina-Quintero, 2018).

Para mantener el perfil y la popularidad hotelera, no solo basta relacionarse con la mercadotecnia, sino también, trata de indagar lo que el consumidor desea de la misma, y así mostrarse de manera natural, confiable, y honrada, ante el mercado hotelero y el sector turístico (Echeverría-Ríos, Abrego-Almazán, & Medina-Quintero, 2018).

Al mostrarse de dicha manera, da a conocer a los clientes, el desarrollo que la empresa ha ido teniendo en su trayectoria, y a su vez hacerse más conocida, ya sea a nivel nacional o internacional, permitiéndole una mejor categoría hotelera, por lo que no demuestra interés propio, sino general, relacionándose con los usuarios (Echeverría-Ríos, Abrego-Almazán, & Medina-Quintero, 2018).

#### *2.1.4. Calidad de Servicio*

Es una estrategia fundamental, en toda empresa, sobre todo en la actividad hotelera, porque mediante esta, se analiza las falencias existentes, y se busca la manera de ofrecer un servicio de calidad, en donde el cliente, sienta confianza con el trabajador, conservando el debido respeto, y que el mismo, se convierta en un cliente fijo del hotel (González Arias, Argelio Frías-Jiménez, & Gómez-Figueroa, 2016).

El servicio de calidad abarca la mejora continua de las funciones de la empresa, por lo cual esta debe ser más dinámica, planteando nuevos retos, o nuevas ideas, que le permita elevar el nivel de competitividad en el mercado, y lograr sus objetivos establecidos, tanto el cliente, como la economía del hotel (Salazar H, Hernández A, Vargas J, & Hernández M, 2017)

Los clientes al recibir un excelente servicio de parte de la empresa, realizan críticas positivas en la parte externa de la misma, creando la oportunidad de ser recomendados, y así el nivel de clientes, aumente de manera satisfactoria y beneficiaria para la compañía, por lo cual la calidad debe ser consistente y efectiva (González Arias, Argelio Frías-Jiménez, & Gómez-Figueroa, 2016).

#### *2.1.5. Satisfacción del Consumidor*

Los consumidores, son el pilar importante de la empresa, porque al sentirse satisfecho por el servicio ofrecido de parte del hotel, este permite que los directivos y los trabajadores, opten por ofrecer variedad de servicios o productos, y así hacer conocida a la empresa, en las diferentes ciudades o países (Monfort Barboza, Defante, de Oliveira Lima Filho, & Mantovani, 2013).

La satisfacción del consumidor, se considera como punto competitivo, ya que bajo este, se realiza las exigencias de los clientes, en búsqueda de estrategias que permitan garantizar la permanencia de la empresa, y de sus demandantes, por lo que este genera de manera indirecta el nivel económico del mismo (Monfort Barboza, Defante, de Oliveira Lima Filho, & Mantovani, 2013).

En esta estrategia, interviene el liderazgo, porque muy aparte de llegar a través del marketing, también se considera la calidad que la empresa ofrece, porque de esta depende algunos factores, como la relación entre los trabajadores y empleadores, el ambiente de trabajo, las políticas de la empresa, entre otros; es por esto que implantar nuevos servicios o mejorar los servicios, ayuda de manera significativa al hotel y a todo lo relacionado a la compañía (Monfort Barboza, Defante, de Oliveira Lima Filho, & Mantovani, 2013).



### *2.1.6. Plan Comercial*

Las empresas, están en constante búsqueda de nuevas técnicas, con el fin de realzar su porcentaje de clientes, por lo tanto, un plan comercial o un plan de negocios, es convenientes para los directivos, por lo que, mediante este, se puede aprovechar las oportunidades al momento de ser implementado y posicionado en el mercado, satisfaciendo las necesidades de los consumidores o clientes, lo cual permite el crecimiento de la misma, tanto en su capital empresarial, como en la competencia (Cabana, Cortes, Vega, & Cornejo, 2016).

## **2.2. Sistema Hotelero en Ecuador**

Actualmente el país, cuenta con un considerable número de hoteles, por lo cual permite a los turistas, hospedarse y disfrutar de su estadía, en el tiempo establecido, por lo tanto, la competencia es más evidente en las diferentes ciudades, por lo que los líderes de los mismos, buscan implementar ideas innovadoras, para la atracción de más demandantes, y así obtener estabilidad económica, y esto a su vez permite diferenciarse entre ellos, ofreciendo servicios de calidad.

El sector hotelero, cuenta con algunas páginas web, en donde hace conocer a los usuarios, los tipos de servicios que ofrecen, con sus respectivos precios y así ser elegidos entre ellos, y a su vez ser evaluados por los mismos.

Ecuador no solo es conocido por su sector agrícola, sino también por los diferentes lugares turísticos, que los extranjeros pueden visitar en cualquier temporada, a través de las paginas o redes sociales, haciendo del turismo un punto estratégico para el incremento económico del país.

Además de esto, los empresarios han podido emprender negocios propios, iniciando con un buen capital, para la inversión del mismo, lo cual, con el tiempo, permite incrementar su nivel económico y su calidad de vida y empresarial, a su vez genera una fuente de empleo, para las personas, y también un mejor desarrollo en el turismo, brindando un lugar de destino, para los visitantes o turistas.

A través de la implementación hotelera, se puede conocer las tradiciones, costumbres, gastronomía del país, ya sea a través de programas organizados en las empresas, o por los mismos servicios ofrecidos, con el fin de impactar a los usuarios, y de mostrar la autenticidad ecuatoriana.

Por lo tanto, dicho sector no solo genera beneficio propio, sino también de manera indirecta, al transporte público, a los restaurantes, y en si a un sin número de servicios

ya sea de manera interna, como externa, por tal razón, el sector hotelero en Ecuador, es muy importante en el turismo, por los factores mencionados, ya que no solo cuenta con el apoyo ciudadano, sino también con las autoridades como lo es el Ministerio de Turismo.

De manera social y económica nacionalmente, el sector, ayuda al desarrollo sostenible, al crecimiento económico, a la recaudación fiscal, y al nivel de empleo, e igualdad, ya que actualmente existe la inclusión, entonces da la oportunidad de que las personas opten por un trabajo estable, y por la mejora de calidad de vida.

## **2.3. HOTEL ADRIAND´S: Historia, Misión, Visión**

### *2.3.1. Historia*

El Hotel Adriand's, situado en la parroquia urbana de Puerto Bolívar, de la ciudad de Machala, lleva su trayectoria, desde hace aproximadamente 30 años, ofreciendo sus servicios, esta fue remodelada hace 10 años, sus dueños actualmente son la Señora Alicia Bravo, y el Señor Santos Córdova, el cual, con el pasar del tiempo, se ha convertido en uno de los hoteles más conocidos a nivel nacional, y provincial, y esto le ha permitido categorizarse como un hotel de 4 estrellas, contando con personal de servicio, administrativo, recursos humanos, financiero, por lo cual brinda alojamiento a diferentes personas, como extranjeros, artistas nacionales, deportistas, entre otros.

La empresa ofrece servicios de transporte las 24 horas del día, habitaciones confortables, de acuerdo a la necesidad del usuario, cafetería, wifi, estacionamiento, recepción, piscina, canales de televisión Premium, juegos para niños, terraza, aire acondicionado, limpieza, entre otros, estos son coordinados, entre el empleador y trabajador día a día.

Dentro de la misma, existen falencias y descoordinación entre los trabajadores mismos, y el empleador, por lo cual ocasiona problemas al momento de realizar las respectivas funciones y a su vez pérdidas de ganancias, ya que, para criterio de los clientes, el servicio no es de gran calidad, en algunas ocasiones, es por esta razón, que, al implementarse las estrategias, sería de gran ayuda para la empresa.

La competencia principal y más cercana del hotel, es el Hotel Britney, el cual está ubicado frente a Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar, también categorizado como hotel de 4 estrellas, ya que prácticamente cuenta con los mismos servicios del Hotel Adriand's.

### 2.3.2. Misión

“Empresa líder en prestación de servicios de alojamiento dentro de la parroquia de Puerto Bolívar de la Provincia de el Oro, junto a nuestros colaboradores que cuidando cada detalle brindamos la comodidad a cada huésped para su total tranquilidad superando las expectativas y creando una experiencia inolvidable” (Hotel Adriand's, 2018).

El tipo de técnica utilizada en el presente proyecto, es descriptiva – exploratoria, las cuales permiten indagar de manera exhaustiva a la empresa, analizando los diferentes factores de liderazgo e imagen de la organización, y a su vez identificarlos, para ser corregidos a través de las estrategias, para el beneficio económico y social del hotel.

Dicha técnica, se refiere a la definición de las cualidades o características de un tema en particular, en lo cual se pueda puntualizar de manera entendible, cada una de ellas, para que de esta forma la obtención de resultados, sea más concisa y directa, referente a la investigación, logrando aplicar como técnica, una entrevista a los trabajadores y autoridades, con el objetivo de lograr brindar una solución al problema o a la situación empresarial (Rojas Cairampoma, 2015).

Al aplicar las técnicas, permitirá obtener información más concreta de la empresa, y de la relación entre los trabajadores y empleadores, y también acerca de las actividades que realizan y los servicios que el mismo hotel ofrece a sus clientes, y a su vez el perfil y la popularidad, incrementar a través de un nuevo servicio, creando una ventaja competitiva, ante el mercado hotelero.

## 2.4. Propuesta

La estrategia de desarrollo empresarial, para el liderazgo de la empresa, consiste en la planificación tanto estructural, como funcional, y financiera, y también de la comunicación entre los trabajadores, y directivos, para una mejor relación laboral, y un buen progreso para la empresa, por lo que, de esta manera, se efectuaría un servicio nuevo, para los usuarios, demostrando una cultura organizacional y a su vez, social (Delfín Pozos & Acosta Márquez, 2016).

La planificación estructural, permite conocer los procesos de la empresa, con el objetivo de cumplir las metas establecidas, y así, la forma de organización interna, y la distribución de actividades, que estos realizan, a través de un sistema autoritario, considerando las limitaciones existentes de la compañía.

Mediante la estructura funcional y financiera, se puede identificar la responsabilidad de cada trabajador, para así llevar un respectivo control, considerando los recursos que

tiene la empresa, y así no realizar gastos innecesarios, y aprovechar las oportunidades que se presente, para la mejoría interna y externa.

La relación entre trabajador y empleador, sería a través de integraciones, o plan de incentivos, para que de esta manera el personal en general, cumpla con mayor motivación y confianza sus oficios, y la comunicación mejore en ambas partes, siendo esto de gran agrado para los clientes, y para la empresa.

A través de la aplicación de las estrategias, se pretende una mejor relación laboral entre los trabajadores, por lo tanto, en el ambiente de trabajo, existirá más confianza y compañerismo, incluyendo a las autoridades del hotel, y la forma de liderar de los mismos, por lo que, al brindar cordialidad, incitará, que sean más participativos en sus actividades, siendo más eficientes y eficaces, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Con la creación de un plan comercial para el hotel, a cargo de las autoridades, se puede implementar nuevos servicios y promociones, para su crecimiento económico, lo cual es conveniente, analizar los servicios actuales, con sus respectivos precios e ingresos, en las siguientes tablas:

**Tabla 1: TABLA DE INGRESOS**

| <b>SERVICIOS</b>                      | <b>PRECIOS</b>   | <b>INGRESO DE MESES PROMEDIO</b> | <b>INGRESO DE MESES BAJOS</b> | <b>INGRESO DE MESES ALTOS</b> | <b>INGRESOS ANUALES</b> |
|---------------------------------------|------------------|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| Alquiler de habitaciones (suites)     | \$120.00         | \$1.440,00                       | \$1.008,00                    | \$1.656,00                    | \$4.104,00              |
| Alquiler de habitaciones (triple)     | \$91.00          | \$21.840,00                      | \$15.288,00                   | \$25.116,00                   | \$62.244,00             |
| Alquiler de habitaciones (doble)      | \$57.00          | \$41.040,00                      | \$28.728,00                   | \$47.196,00                   | \$116.964,00            |
| Alquiler de habitaciones (individual) | \$42.00          | \$35.280,00                      | \$24.696,00                   | \$40.572,00                   | \$100.548,00            |
| Alquiler de sala de eventos           | \$350.00         | \$4.200,00                       | \$2.940,00                    | \$4.830,00                    | \$11.970,00             |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>                 | <b>\$ 660,00</b> | <b>\$103.800,00</b>              | <b>\$72.660,00</b>            | <b>\$119.370,00</b>           | <b>\$295.830,00</b>     |

**Fuente: Administrador Hotel Adriands**

**Elaborado por: José Luis Bravo Ordoñez**

**Tabla 2: TABLA DE GASTOS**

| <b>GASTOS</b>                | <b>GASTOS MENSUALES PROMEDIO</b> | <b>GASTOS MENSUALES ALTOS</b> | <b>GASTOS MENSUALES BAJOS</b> | <b>GASTOS ANUALES</b> |
|------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Sueldos                      | \$31.640,00                      | \$41.132,00                   | \$26.894,00                   | \$99.666,00           |
| Servicios Básicos            | \$22.000,00                      | \$28.600,00                   | \$18.700,00                   | \$69.300,00           |
| Materiales de aseo           | \$2.400,00                       | \$3.120,00                    | \$2.040,00                    | \$7.560,00            |
| Comida para cafetería        | \$3.920,00                       | \$5.096,00                    | \$3.332,00                    | \$12.348,00           |
| Otros Gastos                 | \$2.800,00                       | \$3.640,00                    | \$2.380,00                    | \$8.820,00            |
| <b>TOTAL, GASTOS</b>         | <b>\$62.760,00</b>               | <b>\$81.588,00</b>            | <b>\$53.346,00</b>            | <b>\$197.694,00</b>   |
| <b>TOTAL, INGRESOS NETOS</b> | <b>\$98.136,00</b>               |                               |                               |                       |

**Fuente: Administrador Hotel Adriands**

**Elaborado por: José Luis Bravo Ordoñez**

De acuerdo a las tablas de los servicios, precios, ingresos y gastos actuales del Hotel Adriand's, se ha propuesto efectuar un plan comercial, el cual constará de un nuevo servicio especializado, en la página web y redes sociales, para los clientes potenciales, como empresarios de Petroamazonas EP, cantantes, futbolistas y actores nacionales.

El nuevo servicio, reflejara la respectiva marca del hotel, su logotipo y eslogan, para diferenciar, ante los demás servicios ofertantes en la página de la empresa, y así los clientes tengan conocimiento del uso exclusivo de dicho servicio, por lo tanto, es conveniente que sea lanzado, para la temporada carnavalera, por lo que la organización queda cerca de un lugar turístico, en donde los mismos, puedan disfrutar de sus vacaciones en ese periodo de tiempo.

Gráfico 1: Marca



Fuente: Pagina del Hotel Adrians

Gráfico 2: Logotipo



SP SERVICIOS PERSONALIZADOS

Elaborado por: José Luis Bravo Ordoñez

Gráfico 3: Slogan

**“SU COMODIDAD ES  
NUESTRA PRIORIDAD”**



Servicio Personalizado



SP SERVICIOS PERSONALIZADOS

|  |  |
|--|--|
| <b>Nombres y apellidos</b>             |  |
| <b>Número de personas a hospedarse</b> |  |
| <b>Tipo de habitación</b>              |  |
| <b>¿Número de días de estadía?</b>     |  |
| <b>¿Comida y bebida favorita?</b>      |  |
| <b>¿Es usted fumador?</b>              |  |
| <b>¿Practica algún deporte?</b>        |  |
| <b>Programas de tv preferidos</b>      |  |
| <b>¿Cuenta con vehículo?</b>           |  |
| <b>¿Tipo de música favorita?</b>       |  |
| <b>¿Le gusta el servicio de spa?</b>   |  |



Ofrecer un servicio preferencial en la página del hotel, puede mejorar los ingresos económicos de la empresa, y así también la imagen del mismo, el cual sería de ofrecer servicios exclusivos, de acuerdo a las necesidades específicas de los clientes, mediante una matriz de preguntas a los mismos, y la respectiva reservación de habitación, con el fin de conocer sus gustos y preferencias, creando competencia antes los demás hoteles, y mejorando su calidad y calificación hotelera.

Dicho servicio al ser lanzado al mercado, impactaría a los turistas, ya que sería un servicio único, en donde ellos, puedan solicitar sus necesidades, y satisfacerlas, por lo cual existiría un privilegio para la empresa, ya que optarían por hospedarse en el hotel, y mejoría en el perfil competitivo del mercado.

Dentro del plan, cuenta con ofertas y promociones, que serán para los visitantes de la sierra, como Cuenca, Loja, y de la misma ciudad de Machala, las cuales se detallará a continuación:

- Descuento por larga estadía.
- Servicio de piscina para los que no se encuentren hospedados.
- Cenas románticas para aniversarios.
- Recorridos turísticos.
- Fines de semana de relax.
- Día de locura en buffet y bebidas.

A través del plan comercial, se espera elevar el nivel de ingresos económicos, para el presente año, y también la popularidad e imagen del hotel. Mediante la siguiente tabla se refleja los ingresos que se espera obtener mediante los nuevos servicios y ofertas:

**Tabla 3: TABLA DE NUEVOS SERVICIOS Y SUS INGRESOS**

| <b>SERVICIOS NUEVOS Y PROMOCIONES</b> | <b>PRECIOS</b> | <b>INGRESOS ANUALES</b> | <b>GASTOS ESTIMADOS</b> | <b>INGRESOS NETOS</b> |
|---------------------------------------|----------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Reservación Personalizada             | \$15,00 ad     | \$3925,44               | \$ 1177,63              | \$2.747,81            |
| Descuento por larga estadía           | 15%            | \$1962,72               | \$591,82                | \$ 1380,90            |
| Cenas Románticas                      | \$65,00        | \$1.127,00              | \$338,10                | \$788,90              |
| Recorridos Turísticos                 | \$10,00        | \$630,20                | \$189,00                | \$441,00              |
| Fines de semana de relax              | \$10,00 ad     | \$ 2700,00              | \$810,00                | \$1.890,00            |
| Día de Locura Buffet y bebidas        | \$55,00        | \$3.116,00              | \$934,80                | \$2.181,20            |
| <b>TOTAL</b>                          |                | \$13.471,16             | \$4.041,35              | \$9.429,81            |

**Elaborado por: José Luis Bravo Ordoñez**

Con la siguiente tabla se consideró, que los clientes aún no se familiarizan con los nuevos servicios además de la situación del país. Para el servicio personalizado y fines de semana de relax se estimó que con un 2% de los clientes actuales que usen estos servicios se obtendrá una ganancia de \$2747,81 y \$1989.90 respectivamente; con el descuento a larga estadía se evaluó que incrementara un 3% de nuevos clientes obteniendo ingresos de \$1380,90; con el servicio de cenas románticas, recorridos turísticos y días de locura se obtendrán ganancias de \$788,90, \$441, \$1890 respectivamente; para los gastos se tomó en cuenta la disminución de un %30 de los ingresos de los nuevos servicios, obteniendo un total de \$9.429.81 de ganancia anual representando un incremento de 10% para el año 2019.

**Tabla 4: TABLA DE NUEVOS SERVICIOS Y SUS INGRESOS**

| <b>SERVICIOS NUEVOS Y PROMOCIONES</b> | <b>PRECIOS</b> | <b>INGRESOS ANUALES</b> | <b>GASTOS ESTIMADOS</b> | <b>INGRESOS NETOS</b> |
|---------------------------------------|----------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Reservación Personalizada             | \$15,00 ad     | \$ 8100,00              | \$ 2400,00              | \$ 5700,00            |
| Descuento por larga estadía           | 15%            | \$ 4906,08              | 1.447,69                | \$ 3.377,93           |
| Cenas Románticas                      | \$65,00        | \$ 1820,00              | \$ 546,00               | \$ 1274,00            |
| Recorridos Turísticos                 | \$10,00        | \$ 1050,00              | \$ 315,00               | \$ 735,00             |
| Fines de semana de relax              | \$10,00 ad     | \$ 5400,00              | \$ 1620,00              | \$ 3780,00            |
| Día de Locura Buffet y bebidas        | \$55,00        | \$ 4500,00              | \$ 1350,00              | \$ 3150,00            |
| <b>TOTAL</b>                          |                | <b>\$25.776,08</b>      | <b>\$7.732,82</b>       | <b>\$18.043,26</b>    |

**Elaborado por: José Luis Bravo Ordoñez**

Para la tabla número 4 se consideró un ambiente optimista ya que para el siguiente año los clientes tendrán conocimiento de los nuevos servicios, debido a que se dará a conocer por los distintos medios de publicitarios y por la página del hotel. Para el servicio personalizado y fines de semana de relax se estimó que con un 10% de los clientes actuales que usen estos servicios se obtendrá una ganancia de \$5700 y \$3780 respectivamente; con el descuento a larga estadía se evaluó que incrementara un 5% de nuevos clientes obteniendo ingresos de \$3.377,93; con el servicio de cenas románticas, recorridos turísticos y días de locura se obtendrán ganancias de \$1274,00 \$735,00, \$3150,00 respectivamente; para los gastos se tomó en cuenta la disminución de un %30 de los ingresos de los nuevos servicios, obteniendo un total de \$18043,26 de ganancia anual representando un incremento de 18% para el año 2020.

De acuerdo a la entrevista aplicada al administrador, y a su vez a los trabajadores, se logró obtener los respectivos resultados, en donde se constata, que, dentro de la empresa, existen falencias en el liderazgo, lo cual afecta de manera negativa a los ingresos e imagen del hotel, por lo cual aplicar las estrategias de desarrollo empresarial, es de gran aportación, ya que a través de esta se puede mejorar el aspecto interno y

externo de la organización, y de esta manera garantizar el nuevo servicio ofertante para los turistas.

### **3. CONCLUSIONES**

Mediante la investigación realizada, se logró determinar, los diferentes factores, que afectaron a la empresa, de manera económica y de responsabilidad social, debido a la falta de liderazgo e innovación desgastando su imagen; por lo tanto, las estrategias de desarrollo empresarial, permitirá mejorar la situación del Hotel Adriand's, entre trabajadores, empleados, y clientes.

La ejecución del nuevo plan, e información, en la página del hotel para los turistas, pretende elevar el nivel de aceptación y utilidad del mismo. Con el propósito de mejorar el perfil y popularidad de la empresa, y a su vez actualizar los servicios, que permite que los clientes encuentren satisfacción en el uso de las diferentes instalaciones, por lo tanto, tendría una mayor ventaja competitiva en las ventas, ya que la mayoría de los hoteles, no cuentan con este plan estratégico.

El protocolo de lanzamiento, será favorable, debido a que se analizó cuáles son las temporadas de mayor demanda como la época de vacaciones, de calor y carnaval, en donde todas las personas del país, buscan visitar lugares atractivos, para disfrutar de sus vacaciones, y el Hotel Adriand's, ofrece este tipo de servicio, ya que se encuentra dentro de la Parroquia urbana de Puerto Bolívar, en donde pueden deleitarse de la gastronomía de mariscos, que este lugar ofrece, y visitar la playa de Jambelí, por lo tanto, esto incrementa el ingreso económico, y la imagen de la empresa.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

- Cabana, R., Cortes, F., Vega, D., & Cornejo, J. (Septiembre-Diciembre de 2016). Modelo de negocio: análisis en empresas del sector construcción, región Coquimbo - Chile. *Ingeniería Industrial*, XXXVII(3), 295-304. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360448031008.pdf>
- D' Meza Pérez, G., Zaldívar Puig, M., & Martín Fernández, R. (Julio-Diciembre de 2016). La expansión internacional de la industria hotelera de los países desarrollados como opción estratégica para los países subdesarrollados. *Economía y Desarrollo*, 157(2), 23-38. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0252-85842016000200002](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842016000200002)
- Da Silva, L., Galvao, L., & Freire, C. (2015). Estrategias de Gestión personal en la hotelería del nordeste brasileño. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 570-589. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v24n3/v24n3a07.pdf>
- Delfín Pozos, F. L., & Acosta Márquez, M. P. (Enero-Junio de 2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & Gestión*(40), 184-202. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64646279008.pdf>
- Echeverría-Ríos, O. M., Abrego-Almazán, D., & Medina-Quintero, J. M. (Julio-Septiembre de 2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca efectiva y reputación. *Innovar*, 28(69), 133-147. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81856556010>
- García Pérez, M., García Rodríguez, H., & González Pérez, A. (Julio-Diciembre de 2015). Selección de un sistema de gestión hotelero de código abierto. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 19(2), 1-19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/3579/357941099001/>
- González Arias, M., Argelio Frías-Jiménez, R., & Gómez-Figueroa, O. (Septiembre-Diciembre de 2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniería Industrial*, XXXVII(3), 253-265. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362016000300004](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300004)
- Hinojosa-Galván, H. S., & Feria-Cruz, M. (Enero-Junio de 2016). Innovación en la industria hotelera: un estudio de caso en hoteles de 4 y 5 estrellas en la ciudad de Aguascalientes. *Conciencia Tecnológica*(51), 32-37. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94446004005>
- Hotel Adriand's. (Diciembre de 2018). *Hotel Adriand's*. Obtenido de <https://www.guimun.com/ecuador/negocios/1948/hotel-adriands---hoteles-en-puerto-bolivar-hoteles-en-machala>
- Meira, J. V., & Anjos, S. J. (diciembre de 2014). La gestión de la excelencia en la hotelería brasileña. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(4), 730-748. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322014000400005](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322014000400005)
- Monfort Barboza, M., Defante, L. R., de Oliveira Lima Filho, D., & Mantovani, D. (2013). Satisfacción del consumidor de servicios hoteleros. Implicaciones Estratégicas. *Estudios*



y *Perspectivas en Turismo*, 22(2), 276-293. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322013000200006](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000200006)

Rojas Cairampoma, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>

Salazar H, M., Hernández A, M., Vargas J, M. G., & Hernández M, J. (2017). Impacto del coaching socioformativo como estrategia de formación integral en la industria del alojamiento en México. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(2), 144-156. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v13n2/0718-235X-riat-13-02-00144.pdf>

## ANEXOS

### Anexo 1:

#### CUESTIONARIO PARA LA GUIA DE ENTREVISTA

**1) ¿El hotel cuenta con promociones? De ser así ¿cuáles son?**

Por el momento el Hotel no cuenta por promociones, pero si se ha pensado en ofrecer en ciertos periodos del año para que nuevos clientes nos visiten y conozcan este hotel.

**2) ¿El hotel cuenta con un paquete de servicios?**

El hotel cuenta con el servicio de hospedaje con habitaciones sencillas, dobles triples y suits, esta última es para artistas que saben visitarnos en las fiestas de Machala, sobre todo. Además, se brinda el uso de la piscina y el desayuno.

**3) ¿Cuáles son los clientes potenciales del Hotel?**

Pues trabajadores de la empresa Petroamazonas EP, cantantes, futbolistas y actores nacionales. Ellos son ya clientes fijos. Luego se consideran a los turistas de la sierra en ciertas temporadas.

**4) ¿Cuáles son los precios de sus servicios y sus ingresos mensuales?**

Pues los precios son de \$120 para las suites, \$91 para las habitaciones triples, \$57 para las dobles, y \$42 para las individuales. También se alquila la sala de eventos en \$350 obteniendo un promedio de \$25000 al mes en tres \$18000 los meses bajos y entre \$28000 los meses altos.

**5) ¿Cuáles son sus gastos mensuales?**

Pues los gastos mensuales se consideran sueldos más horas extras gastos en cocina y materiales, seguridad, materiales de aseo, mantenimiento de piscina, materiales para su mantenimiento, compra de bebidas, limpieza y decoración del salón, pues se puede decir q son \$12900 de gastos.

**6) ¿Cómo es la comunicación con las personas que trabajan en el Hotel?**

Pues existe muchas veces problemas en comunicación ya que los empleados no saben se confunden puesto que la dueña del hotel da ciertas órdenes y uno como administrador otras, entonces se debería mejorar eso para que no existan confusiones.

**7) ¿Cuándo toma decisiones se basa en el bienestar de la empresa o de sus colaboradores?**

Me baso en ambas cosas, aunque aun así siempre mis decisiones son cuestionadas por la dueña y eso hace que exista un mal ambiente incomodando muchas veces a los trabajadores afectando muchas veces en sus labores.

**8) ¿Existe comunicación entre empleados y superiores solo cuando existen problemas?**

Por lo general los trabajadores se comunican conmigo yo trato siempre de que todos estén satisfechos y que cumplan con sus labores diarias. Incluso muchas veces tengo que trabajar domingo para que todo se maneje de la mejor manera. Además cuando me encuentro fuera de mis horas laborales siempre me llaman por algún inconveniente teniendo que ir al hotel.

**9) ¿Cómo motiva usted al personal?**

Siempre se los motiva con algún incentivo económico cuando se necesita que laboren más tiempo, aunque eso no me parece suficiente.

**10) Según su criterio que tan importante es trabajar en equipo**

Es muy importante puesto que hace que las cosas funcionen bien dentro del hotel, muchas veces se a podido llegar a un buen trabajo en equipo, pero mientras se cuestionen ciertas decisiones siempre habrá algún que otro problema.

**11) ¿Con qué tipo de personas le resulta difícil trabajar?**

Pues con las personas que son recíprocas, que entiende como es el trabajo en el hotel y sobre todo las que saben llevar o manejar problemas sin que este uno presente.

**12) Si tuviera a cargo a un grupo de personas, ¿Qué tan tolerante sería con su equipo?**

Pues la tolerancia es una de mis virtudes y a mi grupo de personas se les tolera errores es normal, pero cuando confunden tolerancia con amistad pues a veces las cosas se salen de control.