



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA EL “HOSTAL SOLAR DEL
PUERTO” DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO

PRIETO VALVERDE MARIA JOSE
INGENIERA EN MARKETING

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA EL "HOSTAL SOLAR
DEL PUERTO" DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE
EL ORO

PRIETO VALVERDE MARIA JOSE
INGENIERA EN MARKETING

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

EXAMEN COMPLEXIVO

DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA EL "HOSTAL SOLAR DEL PUERTO" DE
LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO

PRIETO VALVERDE MARIA JOSE
INGENIERA EN MARKETING

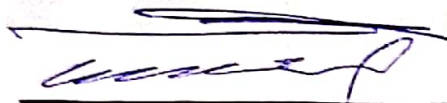
SARMIENTO CHUGCHO CARLOS BOLIVAR

MACHALA, 21 DE FEBRERO DE 2020

MACHALA
21 de febrero de 2020

Nota de aceptación:

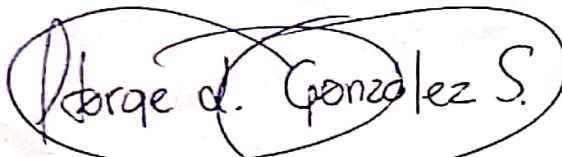
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA EL "HOSTAL SOLAR DEL PUERTO" DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



SARMIENTO CHUGCHO CARLOS BOLIVAR

0702592593

TUTOR - ESPECIALISTA 1



GONZALEZ SANCHEZ JORGE LUIS

0703333898

ESPECIALISTA 2



ARIAS MONTERO SALOMÓN ROBERTO

0702234444

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: viernes 21 de febrero de 2020 - 10:56

DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO Hostal solar del Puerto

por Maria Jose PRIETO VALVERDE

Fecha de entrega: 10-feb-2020 10:56p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1254547719

Nombre del archivo: DISE_O_DE_PLAN ESTRAT_GICO_Hostal_solar_del_Puerto.docx (1.65M)

Total de palabras: 1906

Total de caracteres: 10107

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

La que suscribe, PRIETO VALVERDE MARIA JOSE, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA EL "HOSTAL SOLAR DEL PUERTO" DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO, 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.


La autora 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.

La autora 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, 21 de febrero de 2020


PRIETO VALVERDE MARIA JOSE
0705350114

RESUMEN

El presente trabajo está dirigido al sector hotelero de la provincia de El Oro y a turistas nacionales y extranjeros. El caso de estudio es el diseño de un plan estratégico para el Hostal Solar del Puerto, ubicado en la parroquia de Puerto Bolívar de la ciudad de Machala. Mediante la planificación estratégica este trabajo tiene como objetivo, diseño de plan estratégico para el “Hostal Solar del Puerto” de la ciudad de Machala, provincia de El Oro realizar, mediante estrategias de marketing, que servirán para crear ventaja competitiva y activar el turismo en la ciudad y la provincia. La metodología a utilizar es cualitativa basado en revisión documental y bibliográfica de artículos científicos. Como resultado tenemos que La empresa Hostal Solar del Puerto, debe fortalecer su atención del servicio al cliente mediante capacitación al personal en cuanto a hotelería y turismo, exigir apoyo a los gobiernos seccionales y de turno para fomentar el turismo, y realizar alianzas estratégicas con operadores turísticos de la ciudad y el país.

Palabras claves: Plan estratégico, Sector hotelero, Hostal Solar del Puerto, Turismo. Clientes.

Abstract

This work is aimed at the hotel sector in the province of El Oro and national and foreign tourists. The case study is the design of a strategic plan for the Hostal Solar del Puerto, located in the parish of Puerto Bolívar in the city of Machala. Through strategic planning, this work aims to design a strategic plan for the “Solar Hostel of the Port” of the city of Machala, province of El Oro, through marketing strategies, which will serve to create competitive advantage and activate tourism in the city and the province. The methodology to be used is qualitative based on documentary and bibliographic review of scientific articles. As a result we have that the company Hostal Solar del Puerto, should strengthen its customer service attention through training staff in hospitality and tourism, demand support to the sectional and shift governments to promote tourism, and make strategic alliances with operators Tourists of the city and the country.

Keywords: Strategic plan, Hotel sector, Hostal Solar del Puerto, Tourism. Customers.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCIÓN	8
2. DESARROLLO	10
2.1 Planeación estratégica	10
2.2 Empresas de turismo	10
2.3 La planeación estratégica y el marketing Mix	10
3. METODOLOGÍA	11
3.1 Resultados	11
PLAN ESTRATÉGICO PARA EL “HOSTAL SOLAR DEL PUERTO” DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO	13
CONCLUSIONES	19
BIBLIOGRAFÍA	20
ANEXOS	23

Índice de imágenes

	Pág.
Imagen 1. Ubicación geográfica del Hostal Solar del Puerto.....	14
Imagen 2. Hostal Solar del Puerto.....	14
Imagen 3. Organigrama de La empresa Hostal Solar del Puerto.....	15

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Fortalezas y Debilidades.....	16
Tabla 2. Oportunidades y Amenazas.....	16
Tabla 3. Estrategia y plan de acción para el Hostal Solar del Puerto.....	18

INTRODUCCIÓN

El sistema económico vive un momento de cambios acelerados, impulsados principalmente por la innovación, que resulta un aliciente para un cambio de modelo productivo, hacia una economía más flexible y competitiva. La innovación permite acelerar la producción, abaratar los costes, aumentar los rangos de actuación (Astudillo & Prada, 2017).

En la actualidad el entorno de la economía globalizada, ha hecho que las ciudades procedan a competir, atrayendo turismo, inversiones de sus mejores talentos los cuales mejoran la calidad de vida de sus habitantes. La innovación urbana es un factor que permite el desarrollo económico y social de un territorio, con un alcance nacional e internacional (Kolotouchkina & Blay, 2015).

Los empresarios de la ciudad de Machala conjuntamente con el Gobierno Municipal de la ciudad, han creado iniciativas para asegurar la calidad de los servicios ofrecidos en sus diferentes hoteles y hostales, para que esta manera los turistas tenga un experiencia agradable y vuelvan a visitar la ciudad de Machala (Correo, 2019)

Mediante la planificación estratégica este trabajo tiene como objetivo, diseño de plan estratégico para el “HOSTAL SOLAR DEL PUERTO” de la ciudad de Machala, provincia de El Oro realizar, mediante estrategias de marketing, que servirán para crear ventaja competitiva y activar el turismo en la ciudad y la provincia. La metodología a utilizar es cualitativa basado en revisión documental y bibliográfica de artículos científicos.

Y como objetivos específicos a desarrollar son los siguientes:

- Conceptualizar qué es planeación estratégica.
- Realizar un FODA del “HOSTAL SOLAR DEL PUERTO”.
- Plantear estrategias para “HOSTAL SOLAR DEL PUERTO” y reactive su competitiva en el sector hotelero de la ciudad y la provincia.

La competitividad turística es un indicador importante para evaluar qué tan rentable es el sector turístico en un país. En el caso colombiano se evidencian políticas y estrategias que persiguen este objetivo pero que en muchos casos son omitidas por las entidades gubernamentales (Serrano, Montoya, & Cazares, 2018).

2. DESARROLLO

2.1 Planeación estratégica

La planeación estratégica es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra (Valencia & Erazo, 2016).

También se define a la planificación estratégicas como, el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas (Moreno, Cevallos, & Balseca, 2018).

2.2 Empresas de turismo

Entre los elementos que conforman la oferta turística está la hotelería, uno de los servicios turísticos básicos que hace posible la actividad turística, y que, hoy por hoy está caracterizada por las grandes cadenas hoteleras y hoteles de lujo (Serrano & Villafuerte, Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca – Ecuador, 2017).

El conocimiento de las diferentes estrategias de operaciones diseñadas a partir de las prioridades competitivas puede ayudar a desarrollar tipologías en el sector hotelero no desarrolladas en la actualidad y a entender cómo pueden influir las prioridades competitivas en el resultado organizativo. Por otra parte, la relación de los grupos de hoteles definidos por las prioridades competitivas con la categoría hotelera y el tamaño del hotel pueden ser de interés (Espino & Gil, 2017).

2.3 La planeación estratégica y el marketing Mix

Cuando se habla de planeaciones estratégica no es predecir el futuro, la planeación es prepararse para el futuro con herramientas del presente, por medio de pronósticos o estimaciones de eventualidades que puedan presentarse (Sánchez, Vázquez, & Mejía, 2016). Dentro de un plan de marketing las estrategias a seguir son muy importantes, se inicia con un análisis de los productos o servicios que ofrece la empresa, para lo

cual se debe direccionar la estrategia que al corto o mediano plazo fomente el crecimiento de la empresa, haciendo uso del Marketing Mix: producto, precio, plaza, promoción, para finalmente ejecutarla y llegar hasta el mercado objetivo.

3. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para esta investigación es documental basa en revisión de artículos científicos, libros, trabajos similares (Ortega, 2017). También es de carácter cualitativo descriptivo utilizando como herramienta de investigación la entrevista, la cual está dirigida a la propietaria del Hostal Solar del Puerto y algunos usuarios del hotel y la comunidad de Puerto Bolívar.

3.1 Resultados

Según la entrevista realizada a la señora María Vega, el “Hostal Solar del Puerto” es una empresa familiar con más de 20 años prestando servicios de hospedaje a turistas nacionales y extranjeros, también menciona que sus clientes en casi un 90% son ciudadanos de provincias que trabajan en Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar y en Puerto de YilportEcu ciudadanos que laboran en la ciudad de Machala de lunes a viernes.

El hotel cuenta con tres tipos de habitaciones: sencilla individual, doble y ejecutiva. Todas con servicio de internet, aire acondicionado, televisión por cable, camas confortables.

Dentro del Hotel se cuenta con servicio de recepción las 24 horas del día, los 7 días de la semana, servicio de restaurante desde las 7:00 am hasta las 10:00 pm.

Algo importante que menciona la propietaria es la falta de apoyo por los Gobiernos de turnos para la promoción de la capacidad y sector hotelero de la ciudad y la provincia, las pocas publicidad realizada es por sus propios medios.

Los usuarios del hotel mencionan que existen solo tres hoteles para hospedarse en puerto Bolívar, Hotel Adriam, Hotel Britney y Hostal solar del Puerto, y lo prefieren

por ser económico, confortable y por su ubicación céntrica en la parroquia pocas cuadras del malecón donde pueden tomar un paseo de recreación.

En cuanto a los ciudadanos mencionan que el sector hotelero no es conocido ni promocionado como en otras ciudades, que el gobierno y los directivos de los hoteles deben lanzar campañas publicitarias de paquetes turísticos para fomentar el turismo y la actividad económica del Puerto Bolívar, Machala y la Provincia.

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL “HOSTAL SOLAR DEL PUERTO” DE LA CIUDAD DE MACHALA, PROVINCIA DE EL ORO

Introducción

En la actualidad el sector hotelero de la ciudad de Machala y la provincia de El Oro, no está siendo utilizado en un 100% de su capacidad, según el Ministerio de Turismo en los últimos 5 años, se está utilizando solo el 80% de la capacidad Hotelera a nivel nacional debido a los altos costos de hospedaje.

El sector hotelero está en a la capacidad se brindar servicio de hospedaje y negocios de calidad para usuarios nacionales y extranjeros, con tarifas de acuerdo a sus posibilidades económica.

Competitividad de la empresa Hostal Solar del Puerto

El Hostal Solar del Puerto tiene como finalidad ofrecer una experiencia de hospedaje a ciudadanos nacionales y extranjeros, que servirá para crear ventaja competitiva y activar el turismo en la ciudad y la provincia por medio de una atención diferenciada y personalizada de acuerdo a las exigencias de sus huéspedes.

Empresa Hostal Solar del Puerto

La empresa Hostal Solar del Puerto, es una empresa Familiar que tiene más de 20 años prestando los servicios de hospedaje a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Machala, su propietaria es la señora María Vega. El hotel está ubicado en la Av. Gonzalo Córdova y Juan Henríquez junto al Parque de la madre de la Parroquia Puerto Bolívar.

El Hostal Solar del Puerto, cuenta con habitaciones individuales, dobles, confortables con diversos servicios como: televisión por cable, internet, aire acondicionado, además de servicio de garaje para los huéspedes, restaurante, una sala de eventos o reuniones. Todo esto pensado en los usuarios.

Imagen 1. Ubicación geográfica del Hostal Solar del Puerto



Fuente: (Google, Google map, 2020)

Imagen 2. Hostal Solar del Puerto



Fuente: (Google, Google Map, 2017)

Imagen 3. Organigrama de La empresa Hostal Solar del Puerto



Elaborado por: La Autora

Fuente: Hostal Solar del Puerto

Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta utilizada para cualquier situación estudio, es la base primordial para la toma de decisiones estratégicas así como también para mejorar la situación inicia en un futuro determinado (Arriaga, Ávalos, & Martínez, 2017) , la matriz FODA permite establecer un cuadro de situación inicial para luego poder emitir un diagnóstico exacto de las estrategias a realizar de acuerdo a los objetivos y políticas de la invitación.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Análisis interno

Tabla 1. Fortalezas y Debilidades

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">● Precios bajos● Infraestructura moderna● Ambiente y espacios agradables● Base de datos de los clientes● Ubicación estratégica● Servicio de restaurante cuando el cliente lo solicite
Debilidades <ul style="list-style-type: none">● Gastos elevados de mantenimiento● El 90% de los clientes son trabajadores de Yilport por lo tanto el fin de semana se regresan a su ciudad y el hotel queda libre en un 90%● No cuenta con servicio de movilización de los clientes.

Elaborado por: La Autora

Análisis externo

Tabla 2. Oportunidades y Amenazas

Oportunidades <ul style="list-style-type: none">● Utilización de internet● Alto porcentaje de turistas procedentes de la sierra ecuatoriana● Mercado actual con proyecciones de crecimiento● Expansión a otras ciudades● Alianza con agencias de turismo
Amenazas. <ul style="list-style-type: none">● En la economía esté en crisis y los clientes refieran pensiones● Que la competencia baje los precios● Falta de apoyo por parte del Gobierno provincial para el sector Hotelero

Elaborado por: La Autora

Misión

La misión de Hostal Solar del Puerto es brindar experiencia inolvidable en cuanto a descanso y relajación para sus clientes nacionales y extranjeros, así como también brindar un servicio de calidad y calidez por parte de sus colaboradores.

Visión

Hostal Solar del Puerto tiene como visión ser el mejor Hotel de la ciudad de Machala y de la Provincia de El Oro, en donde se pueda vacacionar con amigos o familia, y ser modelo a seguir en la región y el país.

Valores del Hostal Solar del Puerto

- Responsabilidad
- Compromiso
- Inclusión
- Calidad de servicio
- Integridad

Objetivos estratégicos

- Realizar alianzas estratégicas con agencias de viajes de la ciudad para atraer más usuaria al hotel, con esta estrategia se crear más rentabilidad económica y se reactivar el turismo en la ciudad de Machala y la Provincia de El Oro.
- Fortalecer la atención a los usuarios de tal manera que la experiencia vivida en el Hostal solar del Puerto esa inolvidable, que el cliente quiera volver y recomiende a otros ciudadanos los servicio brindados por el hotel.
- Promocionar el Hotel de manera particular con más frecuencia, por diferentes medios de comunicación.

Estrategias a realizar

Tabla 3. Estrategia y plan de acción para el Hostal Solar del Puerto

ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	RESULTADOS ESPERADOS
Ofrecer servicio de calidad aprovechado la tecnología y su infraestructura.	Crear un modelo de servicio de atención al cliente de manera personalizada.	Tener más clientes satisfechos con ganas de volver al hotel.
Realizar ofertar a nivel nacional por medio de agencias de viajes de los ambientes y ubicación del hotel	Promocionar la ciudad y Puerto Bolívar en agencias de viajes y su capacidad de hospedaje del hotel.	Hotel referencial de primera instancia si visita Machala o puerto Bolívar.
Exigir apoyo del gobierno para la promoción hotelera de Puerto Bolívar	Petición con los demás hoteles de Puerto Bolívar , para pedir y exigir apoyo de los Gobiernos de turno para la promoción del sector hotelero de la localidad	Demanda de 100% de la capacidad e hospedaje del hotel, en todas las épocas del año.
Promoción dirigida a turistas de la sierra ecuatoriana y todo el país	Realizar campañas de promoción dirigida a turistas de la Sierra ecuatoriana para los meses de julio y agosto.	Ser hotel modelo de Puerto Bolívar , la serranía ecuatoriana
Reducción de gastos de mantenimiento	Determinar costos y gastos necesarios para mantenimiento del Hotel.	Maximización de ganancias

Elaborado por: la autora

CONCLUSIONES

La planificación estratégica es de vital importancia para los diferentes sectores empresariales, en el caso de estudio es el sector hotelero de la ciudad Machala, luego de la revisión de la información y análisis se puede concluir que:

- La empresa Hostal Solar del Puerto, debe realizar alianzas estratégicas de promoción con las diferentes agencias de viajes de la ciudad de Machala, con ellos de promocionar y reactiva el turismo en la ciudad y la provincia, generando actividad económica.
- La empresa Hostal Solar del Puerto, debe fortalecer su atención del servicio al cliente mediante capacitación al personal en cuanto a hotelería y turismo, exigir a los colaboradores del hotel hablar inglés, esto ayudaría en mucho con algún turista extranjero.
- Además La empresa Hostal Solar del Puerto, debe realizar su propia publicidad de manera independiente, en los diferentes medios de comunicación y redes sociales. Con alcance nacional y extranjero.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, D. A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 59-72.
- Arriaga, F., Ávalos, D., & Martínez, E. (2017). PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MEJORA BASADAS EN ANALISIS FODA EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DE ARANDAS, JALISCO, MÉXICO. *Ra Ximha*, 13(3), 417-424. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46154070025.pdf>
- Astudillo, S., & Prada, J. (2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Caderno Virtual de Turismo*, 17(3), 5-21. Obtenido de [h115454650001https://www.redalyc.org/pdf/1154/](https://www.redalyc.org/pdf/1154/).pdf
- Correo. (19 de Agosto de 2019). *Diario Correo*. Recuperado el 9 de Enero de 2020, de <https://www.diariocorreo.com.ec/32201/ciudad/municipalidad-de-mac-hala-busca-reactivar-el-turismo>
- Espino, T., & Gil, A. (2017). Configuraciones en el sector hotelero basadas en las prioridades competitivas y su relación con el tamaño, categoría y el resultado organizativo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), 211- 228. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88149387013>
- Google. (2017). *Google Map*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/uv?hl=es&pb=!1s0x90330ec>
- Google. (2020). *Google map*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Hostal+Solar+del+Puerto/@-3.2>

66273,-80.0000733,17z/data=!4m8!3m7!1s0x0:0x647313991bbde725
!5m2!4m1!1i2!8m2!3d-3.2663167!4d-80.0001379

Kolotouchkina, O., & Blay, R. (2015). Estrategias de marca ciudad en el contexto de la capitalidad europea de la cultura 2016. *Opción*, 21(4), 639-655. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045569038>

Moreno, C., Cevallos, D., & Balseca, N. (2018). La planeación estratégica en el sector empresarial ecuatoriano. Estudio de caso: Cerraduras Ecuatorianas S.A. *Espacios*, 39(42). Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p18.pdf>

Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3613/361353711008.pdf>

Sánchez, J., Vázquez, G., & Mejía, J. (2016). La mercadotecnia y los elementos que influyen en la competitividad de las mipymes comerciales en Guadalajara, México. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 27(65), 93-106. doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v27n65.65064>

Serrano, A., & Villafuerte, E. (2017). Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca – Ecuador. *REVISTA LATINO AMERICANA DE TURISMOLOGIA / RELAT*, 3(1), 50- 68. Obtenido de <https://doi.org/10.34019/2448-198X.2017.v3.10027>

Serrano, A., Montoya, L., & Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia . *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99-109. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/view/69395/6701>

Valencia, G., & Erazo, A. (2016). El reto de la planificación estratégica en las Pymes. *Revista Publicando*, 3(8), 335-344.

ANEXOS

Anexo 1. FODA Hostal Solar del Puerto

Fortalezas	Oportunidades
Precios bajos	Utilización de internet
Infraestructura moderna	Alto porcentaje de turistas procedentes de la sierra ecuatoriana
Ambiente y espacios agradables	Mercado actual con proyecciones de crecimiento
Base de datos de los clientes	Expansión a otras ciudades
Ubicación estratégica	Alianza con agencias de turismo
Servicio de restaurante cuando el cliente lo solicite	
Debilidades	Amenazas
Gastos elevados de mantenimiento	Que la economía esté en crisis y los clientes refieran pensiones
El 90% de los clientes son trabajadores de Yilport por lo tanto el fin de semana se regresan a su ciudad y el hotel queda libre en un 90%	Que la competencia baje los precios
No cuenta con servicio de movilización para los clientes	Falta de apoyo por parte del gobierno provincial para el sector hotelero

Elaborado por: la autora

<p style="text-align: center;">Factores externos</p> <p>Factores internos</p>	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <p>O1 Utilización de internet O2 Alto porcentaje de turistas procedentes de la sierra ecuatoriana O3 Mercado actual con proyecciones de crecimiento O4 Expansión a otras ciudades O5 Alianza con agencias de turismo</p>	<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <p>A1 Que En la economía esté en crisis y los clientes refieran pensiones A2 Que la competencia baje los precios A3 Falta de apoyo por parte del Gobierno provincial para el sector Hotelero</p>
<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <p>F1 Precios bajos F2 Infraestructura moderna F3 Ambiente y espacios agradables F4 Base de datos de los clientes F5 Ubicación estratégica</p>	<p style="text-align: center;">FO</p> <p>Ofrecer servicio de calidad aprovechando la tecnología y su infraestructura (O1, F2, F4). Mantener precios accesibles a los turistas aprovechando la ubicación estratégica del hotel. (O1, F1, F2, F5)</p> <p>Realizar ofertar a nivel nacional por medio de agencias de viajes de los ambientes y ubicación del hotel O4, O5, F3, F5</p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>Exigir apoyo del gobierno para la promoción hotelera de Puerto Bolívar (A3, F5)</p>

<u>DEBILIDADES</u>	DO	DA
<p>D1 Gastos elevados de mantenimiento</p> <p>D2 El 90% de los clientes son trabajadores de Yilport por lo tanto el fin de semana se regresan a su ciudad y el hotel queda libre en un 90%</p>	<p>Promoción dirigida a turistas de la sierra ecuatoriana y todo el país (D2, D3, D4, O2)</p>	<p>Reducción de gastos de mantenimiento (D1, A1)</p>

Anexo 3. Matriz EFE

	PESO	VALOR	VALOR PONDERADO
FACTORES EXTERNOS CLAVES			
OPORTUNIDADES			
Utilización de internet	0.30	3	0.90
Alto porcentaje de turistas procedentes de la sierra ecuatoriana	0.20	4	0.80
Mercado actual con proyecciones de crecimiento	0.20	4	0.80
Expansión a otras ciudades	0.20	4	0.80
Alianza con agencias de turismo	0.10	2	0.20
	1.00		3.50
AMENAZAS			
Que la economía esté en crisis y los clientes refieran pensiones	0.25	4	1.00
Que la competencia baje los precios	0.25	4	1.00
Falta de apoyo por parte del Gobierno provincial para el sector Hotelero	0.25	4	1.00
TOTAL	0.75		3.00

Anexo 4. Matriz EFI

FACTORES INTERNOS CLAVES	PESO	VALOR	VALOR PONDERADO
<i>Fortalezas</i>			
Precios bajos	0.20	4	0.80
infraestructura moderna	0.20	4	0.80
ambiente y espacios agradables	0.20	4	0.80
base de datos de los clientes	0.20	4	0.80
ubicación estratégica	0.20	4	0.80
	1.00		4.00
<i>Debilidades</i>			
Gastos elevados de mantenimiento	0.200	4	0.80
El 90% de los clientes son trabajadores de Yilport por lo tanto el fin de semana se regresan a su ciudad y el hotel queda libre en un 90%	0.200	4	0.80
No cuenta con servicio de movilización para los clientes	0.200	4	0.80
TOTAL	0.60		2.40

Anexo 5. Direccionamiento Estratégico

Direccionamiento Estratégico		
Misión		
Componentes	Definición	Redacción de Misión
Negocio	Prestación de servicios de hospedaje	<p>La misión de Hostal Solar del Puerto es brindar experiencia inolvidable en cuanto a descanso y relajación para sus clientes nacionales y extranjeros, así como también brindar un servicio de calidad y calidez por parte de sus colaboradores.</p>
Razón de ser	Cubrir la demanda de turistas	
Cliente	turistas locales, nacionales e internacionales	
Productos / Servicios	servicios de Hospedaje, Restaurante, sala de eventos	
Ventaja competitiva	Los usuarios dispone del hotel las 24 horas del día 365 días al año	
Valores o Filosofía	Respeto , Inclusión, Compromiso, Integridad, responsabilidad	
Principios organizacionales	Eficiencia y eficacia.	

VISIÓN		
Componentes	Definición	Redacción de Visión
¿Qué es lo que queremos crear? ¿Hacia dónde vamos?	Ser el mejor Hotel de Machala	La misión de Hostal Solar del Puerto es brindar experiencia inolvidable en cuanto a descanso y relajación para sus clientes nacionales y extranjeros, así como también brindar un servicio de calidad y calidez por parte de sus colaboradores.
Horizonte de tiempo	2023	
Posicionamiento en el mercado	prestar de servicio de hospedaje,	
Principios organizacionales	Calidad de servicios	
Ámbito de acción	nacional	

Anexo 6. Matriz PEYEA

POSICIÓN ESTRATÉGICA INTERNA		POSICIÓN ESTRATÉGICA EXTERNA.	
FORTALEZA FINANCIERA (FF)		ESTABILIDAD DEL ENTORNO (EE)	
Liquidez	2	Crecimiento de la oferta en sectores productivos	-6
Capital de Trabajo	2	Cambios tecnológicos	-5
Disponibilidad de recursos	2	Competencia agresiva	-5
Flujos de Efectivo	2	Estabilidad política y social	-4
	2		-3.33
VENTAJA COMPETITIVA (VC)		FORTALEZA INDUSTRIAL (FI)	
Participación en el mercado	-4	Potencial de Crecimiento	6

Utilización de la capacidad competitiva	-2	Demanda	4
Control sobre proveedores y distribuidores	-2	Conocimientos Tecnológicos	6
Calidad de los productos y servicios	-1	Entrada de nuevos exportadores	4
Alto grado de planificación	-2		5
Tecnología de punta	-1		
Precios justos	-1		
Trato personalizado a clientes	-1		
Alta concentración de compras en intermediarios	-2		
	-1.78		

Elaborado por: la autora