



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la  
Educación**

**Escuela de Turismo**

**“DISEÑO DE UNA PROPUESTA PARA LA  
CREACIÓN DE UN LODGE EN LA COMUNA DE  
OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

**Trabajo de Graduación previo a la obtención del  
Título de Ingeniera en Turismo**

**Autora:**

**Jasmine Lisett Escudero Pinos**

**Director:**

**Mst. Santiago Malo Ottati**

**Cuenca – Ecuador**

**2018**

*“El éxito no es la clave de la felicidad, la felicidad es la clave del éxito; si amas lo que haces, triunfarás ...”*

*(Albert Schweitzer)*

## **DEDICATORIA**

A mi padre, quien ha sido mi inspiración y soporte, sobre todo en los momentos más difíciles, por ser una persona incondicional, por haberme enseñado que caer no está mal, pero la vida se trata de saber levantarse y aprender de los errores.

A mi madre, quien, con su ejemplo de superación, me ha enseñado a no darme nunca por vencida.

A mi familia y amigos, porque no importa lo que pase, a pesar de cualquier circunstancia, siempre estarán para mí.

Por todo el esfuerzo, compromiso y empeño, me dedico a mí misma, porque no hay nada mejor que hacer las cosas por uno mismo, por demostrarme que puedo lograr todo lo que me proponga.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, a Dios por la salud, por cada oportunidad que me brinda día a día para disfrutar de la vida, porque tengo a todas las personas que quiero a mi lado.

A mi padre, por siempre estar dispuesto a ayudarme en todo este proceso. A la Empresa Municipal de turismo de Santa Elena por su colaboración, a todos los socios que hicieron esto posible desde el principio y a todas las personas que me apoyaron.

Un agradecimiento especial a mis profesores: Ronal, Arq. Córdova y a mi director de tesis Santiago Malo, quienes contribuyeron para el desarrollo de este proyecto, siempre estaré muy agradecida.

## **UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**“DISEÑO DE UNA PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN LODGE EN LA COMUNA DE OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

**AUTORA: JASMINE ESCUDERO PINOS**

### **RESUMEN**

El presente proyecto pretende elaborar un diseño que proponga la creación de un Lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena, con el fin de mejorar la productividad de la zona, aumentar el nivel turístico e implementando al mismo tiempo un establecimiento de alojamiento que a futuro ofrezca servicios de calidad. La propuesta se basó en diagnosticar la situación actual del sistema hotelero en la comuna de Olón, proponer un diseño de infraestructura y equipamiento adecuado para el Lodge, crear una estructura organizacional para su implementación y análisis del mercado frente a la competencia. Finalmente se propuso actividades que pueden realizarse dentro y fuera del establecimiento; se analizaron las proformas de inversión y se presentó una propuesta de imagen del Lodge a futuro. Todo esto en beneficio no solamente de los socios por la rentabilidad que puede llegar a generar sino también en beneficio de la comunidad local.

**Palabras claves:** Industria hotelera, lodge, desarrollo, sostenibilidad, calidad, innovación.

## ABSTRACT

### ABSTRACT

The present project presented a proposal for the creation of a Lodge in the commune of Olón, province of Santa Elena. Its purpose was to improve the productivity of the area, increase the tourist level and implement a lodging establishment that could offer quality services in the future. The proposal was based on diagnosing the current situation of the hotel system in the commune of Olón. Then, a design of infrastructure and adequate equipment for the lodge were proposed, along with the creation of an organizational structure for its implementation and a market analysis against the competition. Finally, activities that could be carried out inside and outside the establishment were proposed. The proforma invoices of the investment were analyzed and a proposal of the image of the lodge in the future was presented. All this was raised for the benefit of the local community and the partners because of the profitability that it could generate.

**Keywords:** Hotel industry, lodge, development, sustainability, quality, innovation.



A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Paul Arpi".

Translated by

Ing. Paul Arpi

## ÍNDICE

### Índice de contenido

Introducción .....	XIV
JUSTIFICACIÓN .....	XVIII
MARCO TEÓRICO.....	XIX
MARCO LEGAL.....	XXV
CAPÍTULO 1 .....	1
1. LEVANTAMIENTO DE LA LÍNEA BASE .....	1
1.1 Factores de Localización.....	1
1.1.1 Factores Decisivos.....	1
1.1.2 Factores Importantes.....	4
1.1.3 Factores Deseables .....	5
1.2 Macro Localización.....	7
1.2.1 Actividades Productivas de la provincia de Santa Elena.....	9
1.2.2 Organización Territorial de la provincia de Santa Elena.....	9
1.2.3 Antecedentes Históricos de la provincia de Santa Elena.....	10
1.3 Micro Localización .....	12
1.3.1 Transporte en la provincia de Santa Elena .....	15
1.3.2 Salud en la comuna de Olón.....	17
1.3.3 Educación en la comuna de Olón .....	18
1.3.4 Vivienda en la comuna de Olón .....	19
1.3.5 Flora.....	19
1.3.6 Fauna .....	21
1.4 Atractivos Turísticos de la comuna de Olón.....	22
1.5 Antecedentes Históricos de la comuna de Olón.....	27
1.5.1 Organización Territorial de la comuna de Olón.....	28
1.5.2 Desarrollo del Sector Turístico de la comuna de Olón.....	28
1.5.3 Actividades Tradicionales de la comuna de Olón .....	29
1.5.4 Actividades Económicas de la comuna de Olón .....	29
1.5.5 Oferta Turística en la comuna de Olón.....	31
1.5.6 Vías de Comunicación.....	31
1.6 Análisis Foda del proyecto.....	37

1.6.1 Foda Cruzado.....	38
1.6.2 Matriz de Confrontación.....	40
1.6.3 Foda Ponderado .....	42
1.7 Catastro turístico de la comuna de Olón .....	45
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>48</b>
<b>2. MARKETING.....</b>	<b>48</b>
2.1 Propuesta de un plan de Marketing.....	48
2.1.1 Análisis del establecimiento y su entorno .....	48
2.1.2 Análisis del Mercado .....	49
2.1.3 Estrategias y Tácticas de Mercado .....	59
2.2 Propuesta de un plan de mercado.....	62
2.2.1 Estrategia de precio .....	62
2.2.2 Estrategia promocional.....	64
2.2.3 Políticas de servicio.....	66
2.3 Análisis Técnico.....	67
2.3.1 Calidad.....	67
2.3.2 Imagen de la Empresa.....	68
2.3.3 Tecnología .....	68
2.3.4 Posicionamiento.....	68
2.3.5 Imagen Corporativa .....	69
2.4 Análisis Ambiental.....	71
2.5 Análisis Social.....	71
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>73</b>
<b>3. OPERACIÓN INTERNA DEL LODGE.....</b>	<b>73</b>
3.1 Propuesta de un plan operativo para el lodge.....	73
3.2 Turismo y Sostenibilidad .....	74
3.3 Proceso de Recepción y salida de Huéspedes .....	75
3.4 Filosofía Empresarial .....	76
3.4.1 Misión.....	76
3.4.2 Visión.....	76
3.4.3 Objetivo general .....	76
3.4.4 Objetivos específicos.....	77

3.4.5 Valores.....	77
3.5 Recursos Humanos.....	79
3.6 Organigrama Empresarial.....	81
3.6.1 Área de alojamiento.....	83
3.6.2 Área de Alimentos y Bebidas.....	96
3.6.3 Área de Mantenimiento.....	103
3.6.4 Área de Marketing.....	106
3.6.5 Área Administrativa.....	108
3.6.6 Otros Cargos.....	110
3.7 Políticas de Desarrollo Empresarial.....	113
3.7.1 Políticas de Reservación.....	113
3.7.2 Políticas Ambientales del Lodge.....	115
3.8 Actividades y Servicios del Lodge.....	116
3.8.1 Actividades fuera del lodge.....	116
3.8.2 Actividades dentro del lodge.....	122
3.8.3 Servicios a ofrecer.....	123
3.9 Componentes del Establecimiento de Alojamiento “Luna Turquesa Lodge”.....	125
CAPÍTULO 4.....	127
4. COSTOS Y PRESUPUESTOS.....	127
4.1 DELIMITACIÓN DEL PERSONAL.....	127
4.2 Presupuestos de Inversión.....	129
4.3 Costos de Habitaciones y Ventas.....	135
4.4 Proyección Anual de Depreciaciones.....	142
4.5 Amortización del Crédito.....	143
4.6 Estado de Resultados.....	144
4.7 Estado de Situación Financiera.....	145
4.8 Punto de Equilibrio.....	146
4.9 Flujo de Efectivo.....	150
4.9.1 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.....	151
4.10 Tiempo de Recuperación de la Inversión.....	152
4.11 Ratios Financieros.....	153
4.11.1 Análisis de Rentabilidad.....	154

CAPÍTULO 5.....	156
5. SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA CON LOS SOCIOS .....	156
5.1 Presentación de Renders.....	156
5.2 Planificación para la socialización .....	168
5.3 Stakeholders y Beneficiarios .....	172
Conclusiones del Proyecto .....	176
Recomendaciones .....	178
BIBLIOGRAFÍA .....	179
ANEXOS .....	182

## Índice de tablas e ilustraciones

### Tablas

Tabla 1 Sanciones para quienes no cumplan con las disposiciones tributarias .....	XLII
Tabla 2 Categorización de las playas del cantón Santa Elena .....	XLIII
Tabla 3 Valores por cobro para publicidad en espacios turísticos .....	XLIV
Tabla 4 Factores de Localización Decisivos .....	1
Tabla 5 Factores de Localización Importantes .....	4
Tabla 6 Factores de Localización Deseables .....	5
Tabla 7 Resultados Factores de Localización .....	6
Tabla 8 Cantones de la provincia de Santa Elena .....	10
Tabla 9 Boletería, ruta y frecuencia de la cooperativa “Libertad Peninsular” .....	16
Tabla 10 Costos de los pasajes de la cooperativa “Libertad Peninsular” .....	16
Tabla 11 Tipos de manglares en la parroquia Manglaralto y nombres científicos .....	20
Tabla 12 Oferta turística en la comuna de Olón .....	31
Tabla 13 Análisis Foda del proyecto .....	37
Tabla 14 Foda Cruzado del Proyecto .....	38
Tabla 15 Matriz de Confrontación del proyecto .....	40
Tabla 16 Matriz de Foda ponderado del proyecto .....	43
Tabla 17 Catastro turístico de la comuna de Olón .....	45
Tabla 18 Segmento de la demanda .....	51
Tabla 19 Tipos de Público .....	52
Tabla 20 Resultados de las encuestas .....	53
Tabla 21 Factores que condicionan la sostenibilidad del sistema turístico .....	74
Tabla 22 Proceso de análisis de puesto y selección del personal para recursos humanos .....	80
Tabla 23 Organigrama Empresarial .....	81
Tabla 24 Funciones del Administrador / a .....	82
Tabla 25 Funciones de el / la Recepcionista .....	85
Tabla 26 Herramienta del Recepcionista (Tarjeta de registro) .....	87
Tabla 27 Herramienta del Recepcionista (Informe diario) .....	88
Tabla 28 Herramienta del Recepcionista (Atenciones especiales al cliente) .....	89
Tabla 29 Herramienta del Recepcionista (Pre Reserva de clientes) .....	90
Tabla 30 Funciones del Auditor Nocturno .....	91
Tabla 31 Herramienta del Auditor nocturno (Lista de llegadas y salidas de los clientes) .....	93
Tabla 32 Funciones de la Mucama .....	94
Tabla 33 Funciones del Chef Ejecutivo .....	96
Tabla 34 Funciones del Ayudante de Cocina .....	98
Tabla 35 Menú del Desayuno buffet .....	99
Tabla 36 Horario del Restaurante .....	100
Tabla 37 Funciones del Conserje .....	103
Tabla 38 Fichas de Mantenimiento (Parte de Averías) .....	105
Tabla 39 Funciones del Jefe de Relaciones Públicas y Ventas .....	106
Tabla 40 Funciones del Contador .....	108
Tabla 41 Habilidades, tareas y actitudes del Guía .....	110
Tabla 42 Habilidades, tareas y actitudes del / la Masajista .....	111
Tabla 43 Habilidades, tareas y actitudes del Instructor / a de yoga .....	112
Tabla 44 Habilidades, tareas y actitudes del Guardia de seguridad .....	112

Tabla 45 <i>Horario del Servicio de Spa</i> .....	124
Tabla 46 <i>Horario para realizar Yoga y meditación</i> .....	124
Tabla 47 <i>Componentes del establecimiento turístico “Luna Turquesa Lodge”</i> .....	125
Tabla 48 <i>Segmentación de los involucrados del proyecto o stakeholders</i> .....	172
Tabla 49 <i>Cronograma de tiempo de stakeholders</i> .....	174

## **Ilustraciones**

Ilustración 1 <i>Llegada de extranjeros al Ecuador</i> .....	XV
Ilustración 2 <i>Clasificación y categorías de los establecimientos de alojamiento turístico</i> .....	XXXVI
Ilustración 3 <i>Requisitos de categorización</i> .....	XXXVI
Ilustración 4 <i>Mapa de la República del Ecuador</i> .....	7
Ilustración 5 <i>Mapa de la provincia de Santa Elena</i> .....	12
Ilustración 6 <i>Límites de la comuna de Olón</i> .....	14
Ilustración 7 <i>Cartografía con los límites de la comuna de Olón</i> .....	15
Ilustración 8 <i>Cooperativa “Libertad Peninsular”</i> .....	15
Ilustración 9 <i>Flora de la parroquia Manglaralto</i> .....	19
Ilustración 10 <i>Vista de la comuna de Olón en Google Earth</i> .....	22
Ilustración 11 <i>Fauna de la Reserva Ecológica Comunal Loma Alta</i> .....	24
Ilustración 12 <i>Vista del lugar en donde se ubica la Cascada de Alex desde Google Maps</i> .....	26
Ilustración 13 <i>Croquis del lugar en donde se pretende realizar el proyecto desde Google Earth</i> .....	32
Ilustración 14 <i>Acceso a las cabañas en la comuna de Olón</i> .....	35
Ilustración 15 <i>Cabañas del proyecto para la creación del lodge</i> .....	36
Ilustración 16 <i>The Sea Garden House Hostería en Olón</i> .....	61
Ilustración 17 <i>Logotipo del Lodge</i> .....	70
Ilustración 18 <i>Herramienta de apoyo a la Mucama</i> .....	95
Ilustración 19 <i>Ejemplo de un menú</i> .....	101
Ilustración 20 <i>Sendero “Las Cascadas”</i> .....	117
Ilustración 21 <i>Sendero “Las Piscinas”</i> .....	118
Ilustración 22 <i>Paseo en bicicleta</i> .....	119
Ilustración 23 <i>Snorkeling</i> .....	119
Ilustración 24 <i>Parasailing</i> .....	120
Ilustración 25 <i>Paseo en barco</i> .....	120
Ilustración 26 <i>Surf</i> .....	121
Ilustración 27 <i>Paseo en caballo</i> .....	121
Ilustración 28 <i>Juegos de billar, ping pong y futbolito</i> .....	122
Ilustración 29 <i>Juegos de mesa</i> .....	122
Ilustración 30 <i>Noche musical</i> .....	122
Ilustración 31 <i>Personal que formaría parte de “Luna Turquesa Lodge”</i> .....	127
Ilustración 32 <i>Proyección mensual y anual de sueldos al personal</i> .....	128
Ilustración 33 <i>Inversión en Infraestructura</i> .....	129
Ilustración 34 <i>Inversión en Muebles y enseres</i> .....	129
Ilustración 35 <i>Inversión en Equipos de computación</i> .....	129
Ilustración 36 <i>Inversión en Equipos de oficina</i> .....	130
Ilustración 37 <i>Inversión en Equipos para la cocina</i> .....	130
Ilustración 38 <i>Inversión para las habitaciones</i> .....	131
Ilustración 39 <i>Inversión para el restaurante</i> .....	131

Ilustración 40 <i>Inversión para las actividades</i> .....	132
Ilustración 41 <i>Inversión para el Spa y yoga</i> .....	132
Ilustración 42 <i>Inversión en útiles de aseo y limpieza</i> .....	133
Ilustración 43 <i>Inversión Inicial y Forma de financiamiento</i> .....	133
Ilustración 44 <i>Gastos Operativos anuales</i> .....	134
Ilustración 45 <i>Manejo de inventarios</i> .....	134
Ilustración 46 <i>Costo de Habitación doble y triple</i> .....	135
Ilustración 47 <i>Costo de Habitación cuádruple</i> .....	136
Ilustración 48 <i>Ventas del servicio de hospedaje</i> .....	137
Ilustración 49 <i>Ventas del servicio de restauración</i> .....	138
Ilustración 50 <i>Ventas del servicio de yoga y meditación</i> .....	139
Ilustración 51 <i>Ventas del servicio de spa</i> .....	140
Ilustración 52 <i>Ventas de las actividades realizadas fuera del lodge</i> .....	141
Ilustración 53 <i>Proyección anual de depreciaciones</i> .....	142
Ilustración 54 <i>Amortización del crédito</i> .....	143
Ilustración 55 <i>Estado de Resultados</i> .....	144
Ilustración 56 <i>Estado de Situación Financiera</i> .....	145
Ilustración 57 <i>Costos fijos y variables anuales del hospedaje</i> .....	146
Ilustración 58 <i>Costos fijos y variables anuales del restaurante</i> .....	146
Ilustración 59 <i>Costos fijos y variables anuales de yoga y meditación</i> .....	147
Ilustración 60 <i>Costos fijos y variables anuales del spa</i> .....	147
Ilustración 61 <i>Punto de equilibrio (hospedaje)</i> .....	148
Ilustración 62 <i>Punto de equilibrio (restaurante)</i> .....	148
Ilustración 63 <i>Punto de equilibrio (yoga y meditación)</i> .....	149
Ilustración 64 <i>Punto de equilibrio (spa)</i> .....	149
Ilustración 65 <i>Punto de equilibrio de las ventas totales</i> .....	150
Ilustración 66 <i>Flujo de Efectivo</i> .....	150
Ilustración 67 <i>VAN y TIR del proyecto</i> .....	151
Ilustración 68 <i>Tiempo de recuperación de la inversión</i> .....	152
Ilustración 69 <i>Ratios financieros</i> .....	153
Ilustración 70 <i>Análisis de Rentabilidad</i> .....	154
Ilustración 71 <i>Modelo de encuesta para los socios sobre el análisis del proyecto</i> .....	168
Ilustración 72 <i>Encuesta desarrollada por Juan Diego Escudero</i> .....	169
Ilustración 73 <i>Encuesta desarrollada por Iván Quizhpe Bravo</i> .....	170
Ilustración 74 <i>Encuesta desarrollada por Iván Andrés Quizhpe</i> .....	171

## Índice de anexos

ANEXO A. MATERIAL FOTOGRÁFICO DE LAS VISITAS TÉCNICAS.....	182
ANEXO B. VISITA A EMUTURISMO (EMPRESA MUNICIPAL) DE SANTA ELENA .....	186
ANEXO C. ENCUESTAS A VISITANTES EN OLÓN.....	187
ANEXO D. SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	196
Imagen 1 <i>Oficina de la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena</i> .....	182
Imagen 2 <i>Ruta del Spondylus – Camino a la comuna de Olón</i> .....	182
Imagen 3 <i>Acceso al terreno Naranjillo (sitio de la propuesta del lodge)</i> .....	183
Imagen 4 <i>Terreno Naranjillo con vista al mar</i> .....	184
Imagen 5 <i>Cabañas del terreno Naranjillo (sitio de la propuesta del lodge)</i> .....	184
Imagen 6 <i>Visita a la playa de Olón</i> .....	185
Imagen 7 <i>Solicitud de información al Gerente de Emuturismo Santa Elena</i> .....	186
Imagen 8 <i>Encuesta en inglés</i> .....	187
Imagen 9 <i>Encuesta en español</i> .....	188
Imagen 10 <i>Tabulación</i> .....	189
Imagen 11 <i>Socialización de la propuesta</i> .....	196

## **Introducción**

La presente tesis trata sobre un aspecto que hoy en día se ha convertido en aquello que es de mucha utilidad en todo el mundo porque apoya a la economía de los países y a su desarrollo social, el Turismo.

Su origen data del año 1814, cuando el inglés Thomas Cook (considerado como el padre y pionero del turismo moderno, primera persona quien tuvo la idea de las Agencias de Viajes, el primer agente de viajes, así como el precursor de diversos adelantos turísticos que hoy en día se siguen aplicando), aprovechando las ventajas del nuevo transporte ferroviario, transportó a un grupo de personas de Loughborough a Leicester. Desde ese momento, la actividad comenzó a crecer, aunque a mediados del siglo XX surgen nuevas transformaciones, (como el aumento del empleo y posteriormente de los ingresos reales, las conquistas laborales, etc.) y generaron un crecimiento del tiempo libre (Fernández, Morlegan, Guzmán , 2007).

En general, el turismo se asocia con muchos términos como sostenibilidad, desplazamiento, viajes, negocios, interpretación, trabajo comunitario, desarrollo y sobre todo aporte social y económico, puesto que en esta industria se trabaja conjuntamente con las personas y al mismo tiempo beneficia la economía de alguna manera u otra.

Dicho esto, el turismo ha generado un impacto positivo en muchos países del mundo y uno de ellos es Ecuador, con gran potencial turístico, su importancia radica en su aporte a la economía.

Prueba de ello tenemos que en “las cifras de arribos de turistas extranjeros al país en el 2017 llegaron 1´617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016” (Ministerio de Turismo, 2018).

En el mes de enero del año 2017 ingresaron al Ecuador 151.430 visitantes, mientras que, en el mismo mes del presente año, ingresaron 197.219 visitantes, según datos del Ministerio de Turismo.

Ilustración 1 *Llegada de extranjeros al Ecuador*



Fuente: Portal MINTUR

Fecha: 2018

El Ecuador como Destino Turístico es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta por km<sup>2</sup>, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de visitantes debido a sus maravillas tanto naturales como culturales. De esta manera, el Ecuador se perfila como un país pluricultural y multiétnico. El patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, todo esto plasmado en el teatro, la música, la danza, costumbres y tradiciones que se han transmitido de generación en generación (Ministerio de Turismo, 2016).

Hoy por hoy, en el Ecuador se ha catalogado al eje turístico como una oportunidad importante de dinamización para la economía del país, es así que en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, establece que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la atracción de

inversión nacional y extranjera, siempre y cuando no desplace las iniciativas locales y en concordancia con la Constitución de la República se establezcan propuestas que reconozcan los derechos de la naturaleza y las bases para un desarrollo sostenible; así como también, el turismo ocupa el tercer lugar después del banano y el camarón (Ministerio de Turismo, 2016).

El sector turístico se halla conformado por empresas de servicio como: líneas aéreas, agencias de viajes sean mayoristas, operadoras o internacionales; empresas ferroviarias, renta o alquiler de autos; cruceros, restaurantes y bares, hoteles, hostales, hosterías, lodge (establecimientos de alojamiento), etc. Hoy en día, ya se puede reconocer que la industria turística es aquella que está teniendo un gran impacto en el mundo.

En sus inicios, la hostelería surge de la necesidad de viajar; tuvo lugar en Grecia en el siglo V antes de Cristo, su capital fue considerada un importante destino; los pueblos tenían la necesidad de desplazarse por comercio, religión y otros. El ser hospitalario era recíproco, en la India la obligación de los sacerdotes era encargarse del alimento y alojamiento de sus visitantes; en la antigua Persia, tenían rutas comerciales, en donde se construyeron los “Khans”, eran estructuras de cuatro paredes, donde dormían los viajeros y se protegían de climas bruscos, ladrones, etc. Cuando Marco Polo viajó al lejano oriente (1271), pudo apreciar diversos sitios de alojamiento que se denominaban “postas”, eran como apartamentos dignos de un rey, según él, existían alrededor de 10.000 postas (Forcano, 2013).

En la segunda edad media, algunos monasterios establecieron edificios de hospitalidad y sitios de descanso para forasteros. Por otra parte, en el año de 1282 en Florencia, los posadores formaron un gremio para hacer de la hospitalidad un negocio.

Sin embargo, un personaje muy importante en el mundo de la hostelería, fue Cesar Ritz, un hotelero suizo considerado como Padre de la hostelería, maestro de ceremonias, quien empezó

como camarero y así pasó a ocupar todos los cargos; fue el primero en instalar baños en las habitaciones. Se construyeron los hoteles Ritz en ciudades como Paris, Madrid, El Cairo y Johannesburgo. Su importancia radicó en que fue quien introdujo un nuevo concepto de hotel, y a más de hotel, los mejores restaurantes, la personalización, habitaciones amplias y suficientes para la comodidad de los clientes y atención directa del cliente en recepción (Larraiza, 2015).

El presente proyecto, es un proyecto de hotelería que tiene como objetivo diseñar una propuesta para la creación de un Lodge en la comuna de Olón, perteneciente a la provincia de Santa Elena; contribuyendo con el desarrollo interno, que brinde un servicio de calidad y confort a los visitantes, de manera que se sientan a gusto, en contacto directo con la naturaleza; mismo que exigirá un proceso arduo de trabajo y la implementación de equipamiento necesario para que justifiquen la instalación de la misma.

## **JUSTIFICACIÓN**

El motivo primordial para el desarrollo de esta propuesta radica en evaluar la viabilidad en la comuna de Olón, que reúne condiciones particulares para un turismo sostenible y de esta forma tener un modelo de operación que permita cumplir con los objetivos propuestos.

Así como también, la posibilidad de generar beneficios económicos a través de un emprendimiento de carácter privado, proporcionando servicios turísticos en una zona con gran potencial, que, en base a los análisis preliminares, la oferta no se ha desarrollado completamente.

Sin embargo, el presente proyecto nace primeramente de los socios para dar un mejor uso a su terreno y desde ese punto nace la iniciativa de proponer la creación de un lodge, porque se sabe que su aplicación con el tiempo lograría que la actividad turística en la zona se desarrolle poco a poco y se dé a conocer cada vez más por visitantes locales y extranjeros.

## MARCO TEÓRICO

El **alojamiento**, según el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría; por otra parte, hospedaje, es un servicio que presta un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma no permanente a cambio de una tarifa diaria establecida.

En la página 9, dicho reglamento nos dice que el término “**Lodge**” se refiere a un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016). Según dicha fuente, no es un resort, porque este último es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble. Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas,

entre otros, aunque al igual que un lodge, debe contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016).

El sector de **alojamiento turístico**, según Guillermina Fernández, Máster en Gestión Pública del Turismo; Aldo Guzmán Ramos, Máster en Ecoauditorías y Planificación Empresarial del Medio Ambiente y Cristina Van Morlegan, Licenciada en Diagnóstico y Gestión Ambiental del curso de Postgrado en Consultoría turística en España; es una parte del Turismo que juega un papel muy importante en el crecimiento y desarrollo del sector turístico. En general se puede decir que es el sector que se dedica al cobro de los servicios que prestan, a proporcionar hospedaje a personas que necesitan o desean utilizar esta prestación. Se considera que conforma una parte importante en cuanto a Turismo, por el papel que se cumple dentro de los servicios de la oferta, así como también por la contribución en la imagen del lugar. Por ello es indispensable que incorpore estrategias para lograr una gestión sustentable del servicio (Fernández, Morlegan, Guzmán , 2007).

Ampliando el marco de análisis se determina que el servicio ofrecido por el alojamiento varía ampliamente. Va desde establecimientos que sólo proveen pernoctación, hasta otros que ofrecen una mezcla de alojamiento, restaurante y servicio de bebidas, así como una serie de actividades adicionales, actividades de ocio, tiendas, oficina de cambio, salas de conferencias, lavandería, transporte de pasajeros y/o equipaje, garaje, excursiones, actividades de animación, etc. (Fernández, Morlegan, Guzmán , 2007).

Se debe aclarar que, si bien las empresas del sector no se caracterizan por causar grandes daños ambientales, sus efectos se componen de toda una serie de acciones individuales que pueden producir aspectos negativos, consumir energía, agua, comida y otros recursos y puede emitir pequeñas cantidades de contaminantes en términos de residuos sólidos, aguas residuales, humo, olores, ruido y algunas sustancias químicas (Fernández, Morlegan, Guzmán , 2007).

Dicho en otras palabras, el alojamiento tiene un efecto significativo sobre el medio ambiente y los recursos tanto naturales como culturales. Los países con mayor desarrollo turístico o mejores políticas sectoriales, como España en Europa, Canadá en América del Norte, Costa Rica en América Latina, han avanzado increíblemente en este camino, principalmente porque se incorporó el tema del medio ambiente como factor de competitividad y de diferenciación frente a otros destinos (Fernández, Morlegan, Guzmán , 2007).

De acuerdo a un blog que trata acerca de Marketing aplicado a hotelería y turismo sostenible, el **lodge** es un tipo de hotel pequeño, adaptado a todo tipo de lugares. Es usado especialmente por personas que practican deportes o gustan de lugares como las montañas, las selvas, etc. El Lodge era originalmente una morada pequeña construida como una casa de temporada. También eran construidas para albergarse mientras se hacían trabajos como la tala de madera. Podemos decir que era lo que conocemos como una cabaña, que servía para las personas que se quedaban sólo por una temporada en un lugar. El uso actual no es tan diferente como el mencionado, ya que un Lodge es especialmente un sitio de alojamiento para cazadores o pescadores de temporada, deportistas o simplemente para aquellos que van a buscar recreación en algún lugar en la naturaleza (Gonzales, 2012).

Debido al incremento del turismo en zonas de bellas atracciones naturales, el Lodge ha ido evolucionando con el tiempo hasta convertirse en casi lo mismo que un hotel. Las comodidades son prácticamente las mismas incluyendo hermosas habitaciones preparadas para los diversos climas, servicios de comida de lujo e incluso personal altamente calificado para brindar las mejores comodidades a los visitantes. Lo que hace a un lodge diferente es el hecho de estar ubicado en lugares estratégicos que proporcionan a las personas una mayor cercanía con la naturaleza (Gonzales, 2012).

Actualmente alrededor del mundo se plantea la práctica de un concepto en **hotelería** que sus principios sean los de ser responsables con el entorno, que integren a la comunidad local y que entre ambas partes sea viable económicamente para el turismo de la zona. A este concepto de hotelería se denomina “lodge”. De acuerdo con Juan Carlos Vargas Altamirano, en su trabajo de tesis en el cual plantea un “lodge ecológico como turismo consciente en la parroquia de Mindo provincia de Pichincha, Ecuador” durante los años 90 aparecieron los primeros lodges en el Ecuador, sin embargo, en los últimos años han ganado mucho campo dentro de la industria turística, en especial en áreas protegidas o zonas vulnerables. Es por ello que los establecimientos de alojamiento bajo el concepto de lodge generan menor impacto ambiental con iniciativas eficientes de los recursos, ofreciendo un producto turístico y servicios de calidad que además integre a la comunidad. Lo más importante es promover el uso de los espacios naturales sin afectar su entorno ecológico (Vargas, 2016).

Por otra parte, el Dr. José Manuel G. Gandara, Doctor en Turismo y Desarrollo Sostenible por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, en su artículo “Hoteles Sostenibles para Destinos Sostenibles – La Calidad Hotelera como instrumento para la Sostenibilidad”, destaca que la influencia más importante de la **calidad en la competitividad** es la capacidad de satisfacer a las demandas de calidad de un visitante, con mayor acceso a la información y consecuentemente con mayores exigencias, posibilitando la fidelización del mismo (Gandara, 2005).

Según la Organización Mundial del Turismo (1998), “las organizaciones y los destinos turísticos deben centrarse en ser competitivos. Ante las duras condiciones del entorno turístico la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad, es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores, esta es la filosofía que sostiene la calidad total; su

objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta forma beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes”. Otro aspecto que influye en la competitividad de los productos turísticos es el hecho de que los turistas son más conscientes en cuanto a la preservación del medioambiente y buscan aprendizaje, es decir, nuevos conocimientos de la cultura y de la historia de los destinos, bien como interacción con la población local, esto hace con que los productos turísticos que estén preparados para atender a estas demandas sean más competitivos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al Turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que sea así (Organización Mundial del Turismo, 2017).

En resumen, dentro de la actividad turística, la hostelería se constituye en uno de los elementos claves y debido a este hecho, en la construcción de destinos sostenibles, la sostenibilidad de los hoteles de este destino se convierte en un aspecto fundamental. Para tal sostenibilidad de los destinos, la calidad de las empresas hoteleras es un importante instrumento (Gandara, 2005).

Casi todos los Miembros de la OMC (Organización Mundial del Comercio), destacan la importancia del turismo, especialmente por su contribución al empleo y como fuente de divisas. El sector de los **servicios** de turismo, generalmente uno de los más dinámicos de la economía, hace un uso intensivo de mano de obra y mantiene numerosos vínculos con otros importantes segmentos de la economía. Los servicios de turismo y los servicios relacionados con los viajes abarcan los servicios prestados por hoteles y restaurantes (Organización Mundial del Comercio, 2001).

Para una mejor comprensión, servicio en todos los ámbitos, es aquello que no se puede tangibilizar, sin embargo, es lo principal para brindar a los clientes satisfacción, marca la diferencia y brinda un plus ante la competencia.

Al hablar de Turismo, es necesario referirse al tema de Desarrollo Sostenible y Sustentabilidad. El sector turístico es netamente sensible en su relación con el medio ambiente, puesto que, por un lado, consume recursos naturales y por el otro requiere de un entorno natural atractivo para su desarrollo; desde este punto de vista la conservación del medio ambiente ha dejado de ser un factor limitante al desarrollo para ser un elemento clave de competitividad (Salinas, La O Osorio, 2006).

En fin, el Turismo es probablemente la única actividad económica que involucra a muchos otros sectores, niveles e intereses de la sociedad, siendo a su vez la protección del medio ambiente parte esencial de su propio desarrollo, ya que sin una adecuada calidad ambiental, el turismo actual y su desarrollo futuro pueden verse comprometidos, al igual que las organizaciones turísticas, los turistas y las comunidades receptoras (Salinas, La O Osorio, 2006).

## **MARCO LEGAL**

El Turismo se fundamenta en un marco jurídico legal e institucional que rige los diferentes ámbitos de acción dentro de los cuales propuse establecer para la propuesta de creación de un lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena.

El análisis de la parte turística tiene una relación directa con las diferentes normativas, siendo el eje fundamental la Constitución de la República, expedida en el año 2008 y vigente hasta la actualidad; la Ley de Turismo, expedida en el año 2014; Reglamento general aplicado a la ley de Turismo, expedido en el año 2015; Reglamento de alojamiento turístico, mismo que tuvo su última reforma en el año 2016; entre otras la Ordenanza de Santa Elena, expedida en el año de 2015; los mismos que se detallan a continuación:

### **Constitución de la República del Ecuador**

**Art. 3.-** Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

## **Sección segunda**

### Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto.

## **Sección cuarta**

### Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

## **Capítulo cuarto**

### Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.

3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.

8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto (Constitución del Ecuador, 2011).

## **Análisis de la Ley de Turismo**

### **CAPÍTULO V**

#### **DE LAS CATEGORÍAS**

**Art. 19.-** El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría (Ley de Turismo, 2014).

#### **Reglamento General aplicado a la Ley de Turismo**

**Art. 43.-** Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

##### **a) Alojamiento**

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

##### **b) Servicio de alimentos y bebidas**

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

**Art. 45.-** Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Se debe cumplir con todos los derechos y obligaciones a la cual se rigen todos los establecimientos hoteleros, puesto que la parte de alojamiento es una parte muy compleja, dividiéndose en distintas categorías y que en este caso se pretende trabajar con la modalidad de lodge. Se debe cumplir con ciertos parámetros, en donde se delega un representante legal, sacar un RUC, al mismo tiempo, se debe patentar el nombre del lodge en la IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) y conjuntamente realizar todos los trámites para obtener la licencia única de funcionamiento.

## CAPÍTULO II

### DEL REGISTRO ÚNICO DE TURISMO

**Art. 47.-** Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo. El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier

título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro. El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional.

**Art. 48.-** Pago por concepto de registro. - El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro se pagará solamente una vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

## CAPÍTULO IV

### DE LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

**Art. 55.-** Requisito previo para la operación. - Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

**Art. 61.-** Cálculo del pago por actividades iniciadas con posterioridad a los treinta primeros días del año. - Cuando un establecimiento turístico no inicie sus operaciones de los primeros 30

días del año el pago por concepto de licencia única anual de funcionamiento, se calculará por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario.

**Art. 62.-** Inspecciones. - Únicamente en la jurisdicción de aquellos municipios a favor de los cuales no se haya descentralizado la competencia de control, el Ministerio de Turismo tiene facultad para en cualquier momento sin notificación previa, disponer inspecciones a los establecimientos turísticos a fin de verificar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que corresponden a la categoría o clasificación que se le otorgó. La misma potestad le corresponde a la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta atribución. La potestad material de inspección podrá ser ejercida a través de la iniciativa privada en los términos establecidos en la Ley de Modernización, su reglamento y este reglamento. La potestad de sanción, en cualquier caso, está a cargo de la correspondiente autoridad administrativa.

Ningún establecimiento que ejerza actividades que no sean turísticas puede usar denominación, razón social, publicidad, promociones o cualquier otro mecanismo que provoque confusión en el público respecto a los servicios que se ofrecen. El Ministerio de Turismo y el Ministerio de Gobierno actuarán de oficio para clausurar esos establecimientos hasta que superen las causas que motivaron su intervención, es decir retiren la publicidad, letreros, facturas, rótulos, publicidad y demás elementos materiales que configuren esta violación (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2015).

## **Reglamento de Alojamiento Turístico**

El nuevo reglamento hotelero ha venido con nuevos cambios y reformas en cuanto a la categorización y manejo de establecimientos hoteleros. Uno de los cambios más referentes es en cuanto al número mínimo de habitaciones que puede poseer un establecimiento de alojamiento, es decir con un mínimo de cinco habitaciones para ser categorizado como tal.

El reglamento, de igual manera, ha tenido cambios en la apertura de establecimientos de alojamiento. Se debe realizar los procedimientos en base a dos etapas: la primera es el Proceso de Registro, Inspección e Identificación; la segunda etapa consta del Proceso de Licenciamiento. Los requisitos son los siguientes:

### **CAPÍTULO II**

#### **SECCIÓN I**

#### **DE LOS PROCEDIMIENTOS DE REGISTRO, INSPECCIÓN E IDENTIFICACIÓN**

**Art. 7.-** Requisitos previo al registro. - Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos:

**a)** En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil;

**b)** Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil;

**c)** Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;

**d)** Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía;

f) Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal;

h) Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética. No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la Autoridad Nacional de Turismo.

El Ministerio de Turismo se encarga de verificar y controlar el cumplimiento de todos los requisitos, y tendrá que realizar una inspección y verificación del establecimiento antes de entregar el Certificado de Registro del Establecimiento. En el caso que el establecimiento decidiera realizar un cambio de clasificación o categoría, el Ministerio de Turismo es el encargado de exigir el proceso correspondiente. Si existen documentos que ya han sido presentados con anterioridad, no es necesario presentarlos nuevamente (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

## SECCIÓN II

### DEL PROCEDIMIENTO DE LICENCIAMIENTO

**Art. 11.-** Del procedimiento y requisitos de licenciamiento anual de funcionamiento. - Para el proceso de licenciamiento de los establecimientos de alojamiento turístico, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia de licenciamiento, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de registro de turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso.

El procedimiento de obtención de la licencia única anual de funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la Autoridad Nacional de Turismo, o de

acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.

Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento, aparte del registro de turismo serán los siguientes:

- a)** Pago del impuesto predial.
- b)** Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta correspondiente.
- c)** Pagos por concepto de renovación de licencia única anual de funcionamiento, de ser así el caso.
- d)** Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

” Una vez obtenida la licencia única anual de funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el huésped” (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

En el caso de que el Gobierno Autónomo Descentralizado no cuente con una herramienta informática para el registro y licenciamiento de los establecimientos de alojamiento, la Autoridad Nacional de Turismo otorgará de manera gratuita un enlace a su herramienta digital con el fin de mejorar los procesos y dar cumplimiento a lo establecido en este Reglamento.

**Art. 12.-** Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

a) Hotel (H)

b) Hostal (HS)

c) Hostería (HT)

d) Hacienda Turística (HA)

**e) LODGE (L).** - Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría. Ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Sirve de enclave para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016)

f) Resort (RS)

g) Refugio (RF)

h) Campamento Turístico (CT)

i) Casa de Huéspedes (CH)

**Art. 13.-** Categorías según la clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico:

Las categorías de los establecimientos de alojamiento turístico según su clasificación son:

Ilustración 2 *Clasificación y categorías de los establecimientos de alojamiento turístico*

Clasificación del establecimiento de alojamiento turístico	Categorías asignadas
Hotel	2 estrellas a 5 estrellas
Hostal	1 estrella a 3 estrellas
Hostería – Hacienda Turística – Lodge	3 estrellas a 5 estrellas
Resort	4 estrellas a 5 estrellas
Refugio	Categoría única
Campamento turístico	Categoría única
Casa de huéspedes	Categoría única

Fuente: Reglamento de Alojamiento Turístico

Fecha: 2018

Lodge (3 a 5 estrellas)

Requisitos de categorización:

Ilustración 3 *Requisitos de categorización*

Requerimientos por categoría - HT - HA - L				
REQUISITOS		HOSTERÍA 5 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 5 ESTRELLAS LODGE 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 4 ESTRELLAS LODGE 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 3 ESTRELLAS LODGE 3 ESTRELLAS
<b>REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA</b>				
<b>INSTALACIONES GENERALES</b>				
1	Generador de emergencia	Para suministro general de energía eléctrica para todo el establecimiento.	X	X
		Para suministro de energía eléctrica en servicios básicos: salidas de emergencia, pasillos y áreas comunes.		X
2	Sistema de protección contra insectos.		X	X
3	Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial y/o natural.		X	X

Requerimientos por categoría - HT - HA - L				
REQUISITOS		HOSTERÍA 5 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 5 ESTRELLAS LODGE 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 4 ESTRELLAS LODGE 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 3 ESTRELLAS LODGE 3 ESTRELLAS
4	<p>Contar con (por lo menos) los siguientes servicios/actividades/ubicación:</p> <p>1) Piscina;</p> <p>2) Hidromasaje;</p> <p>3) Baño turco;</p> <p>4) Sauna;</p> <p>5) SPA;</p> <p>6) Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales;</p> <p>7) Salones y/o áreas para eventos;</p> <p>8) Vinculación a una actividad agropecuaria;</p> <p>9) Realizar caminatas;</p> <p>10) Realizar cabalgatas;</p> <p>11) Realizar rodeos;</p> <p>12) Vinculación de la comunidad local en las actividades turísticas realizadas por el establecimiento;</p> <p>13) Equipo de uso diario para actividades del establecimiento (al menos botas de caucho y poncho de aguas);</p> <p>14) Juegos de salón (mesas de billa y/o billar, mesas de ping pong).</p> <p>15) Áreas deportivas.</p> <p>16) Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la Autoridad Competente.</p>	9	7	4

Requerimientos por categoría - HT - HA - L				
REQUISITOS		HOSTERÍA 5 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 5 ESTRELLAS LODGE 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 4 ESTRELLAS LODGE 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 3 ESTRELLAS LODGE 3 ESTRELLAS
4-A	Contar con áreas de uso exclusivo del personal.	Cuarto de baño y aseo	X	X
		Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	X	X
		Área de comedor	X	X
<b>ACCESOS</b>				
5	Una entrada principal al área de recepción para clientes, y otra entrada de servicio.	X	X	
<b>ÁREAS DE CLIENTES</b>				
<b>Áreas de clientes - General</b>				
6	Área de vestíbulo y recepción (con mobiliario).	X	X	X
7	Restaurante dentro de las instalaciones del establecimiento.	Que incluya servicio de cafetería.	X	X
		Carta en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.	X	X
8	Servicio de preparación de dietas especiales y restricciones alimenticias bajo pedido del huésped.	X	X	X
9	Área de bar dentro del establecimiento.	X	X	
<b>Áreas de clientes - Habitaciones</b>				

REQUISITOS		HOSTERÍA 5 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 5 ESTRELLAS LODGE 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 4 ESTRELLAS LODGE 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 3 ESTRELLAS LODGE 3 ESTRELLAS
10	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	2%	2%	2%
11	Habitaciones	Privadas con cuarto de baño y aseo privado.	X	X
		Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.		X
12	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.	X	X	X
13	Internet en todas las habitaciones	X	X	
14	Caja de seguridad en habitación.	X	X	
14	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.			X
15	Sistema de cierre para puerta de acceso a la habitación.	X	X	X
16	Almohada extra a petición del huésped.	X	X	X
17	Portamaletas.	X	X	X
18	Clóset y/o armario.	X	X	X
19	Escritorio y/o mesa.	X	X	
20	Silla, sillón o sofá.	X	X	X
21	Funda de lavandería.	X	X	X
22	Luz de velador.	X*	X	X

**Requerimientos por categoría - HT - HA - L**

REQUISITOS		HOSTERÍA 5 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 5 ESTRELLAS LODGE 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 4 ESTRELLAS LODGE 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 3 ESTRELLAS LODGE 3 ESTRELLAS
23	Cortina completa y visillo o blackout y visillo. El blackout o la cortina completa pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.	X	X	
	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.			X
24	Servicio telefónico o sistema de comunicación que permita la comunicación desde la recepción hacia la habitación y viceversa.	X	X	X
<b>Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado</b>				
25	Agua caliente disponible en ducha y/o tina en cuarto de baño y aseo privado.	X	X	X
26	Iluminación independiente sobre el lavamanos.	X	X	
27	Juego de toallas por huésped	Cuerpo	X	X
		Manos	X	X
		Cara	X	
28	Toalla de piso para salida de tina y/o ducha.	X	X	X
29	Amenities de limpieza	Champú	X	X
		Jabón	X	X
		Papel higiénico de repuesto	X	X
		Acondicionador	X	X
		Gorro de baño	X	
<b>SERVICIOS</b>				

Requerimientos por categoría - HT - HA - L				
REQUISITOS		HOSTERÍA 5 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 5 ESTRELLAS LODGE 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 4 ESTRELLAS LODGE 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 3 ESTRELLAS LODGE 3 ESTRELLAS
30	Servicio de despertador desde la recepción hacia la habitación.	X	X	X
31	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.	30%	20%	10%
32	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.	25%	15%	10%
33	Personal bilingüe que brinde el servicio de recepción, conserjería o guardiana las 24 horas.	X	X	
34	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con	Sistema de tratamiento de aguas residuales	X	
		Al menos pozo séptico.		X
35	Los nuevos establecimientos, ubicados dentro del territorio nacional deberán contar con un sistema de tratamiento de aguas residuales.	X		
36	Servicio de alimentos y bebidas a la habitación con servicio en español y un idioma extranjero, de preferencia inglés.	X		
	Servicio de alimentos y bebidas a la habitación.		X	
37	Plan de seguridad y atención de emergencias.	X	X	X
38	Servicio de primeros auxilios.	X	X	X

Requerimientos por categoría - HT - HA - L				
REQUISITOS		HOSTERÍA 5 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 5 ESTRELLAS LODGE 5 ESTRELLAS	HOSTERÍA 4 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 4 ESTRELLAS LODGE 4 ESTRELLAS	HOSTERÍA 3 ESTRELLAS HACIENDA TURÍSTICA 3 ESTRELLAS LODGE 3 ESTRELLAS
39	Señalética de los servicios y áreas de uso común del establecimiento.	X	X	X
40	Cuenta con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers.	X	X	
41	Servicio de lavandería propio o contratado.	X	X	
42	Servicio de planchado	Propio o contratado.	X	
		Plancha a disposición del huésped.		X
43	Circuito cerrado de cámaras de seguridad con capacidad de almacenamiento de al menos 30 días.	X	X	
44	Silla de ruedas disponible para uso del huésped.	X	X	
45	Servicio adicional a petición del huésped.	Cama extra	X	
		Cuna	X	
		Silla de bebé	X	
46	Servicio telefónico y/o equipos que permitan la comunicación hacia el exterior del establecimiento.	X	X	X

Fuente: Reglamento de Alojamiento Turístico

Fecha: 2018

## DE LA COMERCIALIZACIÓN

**Art. 18.-** Políticas de comercialización. - Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con políticas que permitan una correcta comercialización de los mismos. Estas políticas se deberán manejar de la siguiente manera:

1. Contar con herramientas tecnológicas como portales web que determinen la dirección, teléfonos y correo electrónico de contacto directo del establecimiento, tarifas rack o mostrador, mapa de ubicación del lugar, descripción de servicios, facilidades que brinda el establecimiento para personas con discapacidad, fotografías actuales y reales de habitaciones y áreas de uso común.

2. Desarrollar una política de pago y cancelación de reservas.

3. Establecer un sistema propio o contratado de manejo de reservas. Es facultad del establecimiento establecer un sistema de pago en línea. (No aplica para casa de huéspedes y refugio) (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

**Ordenanza "que regula las actividades turísticas productivas y manejo integral de las playas del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena"**

Art.2.- De las Competencias de Empresa Municipal de Turismo del Cantón

Santa Elena EMUTURISMO E.P.:

b) Gestionar con las organizaciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras el desarrollo de proyectos para la implementación turística.

e) Controlar, limitar, zonificar y autorizar los productos y actividades que se comercialicen en la playa de mar, riveras y lechos de ríos, lagos y lagunas.

d) Conceder y renovar la Licencia Única Anual de Funcionamiento de los establecimientos turísticos en el cantón, previa verificación de que conste en el Registro del Ministerio de Turismo;

e) Que el 10% del total recaudado de las patentes de comerciantes turísticos será destinado para el tema de Seguridad de Playas.

f) Actualizar el catastro e inventarios y todo lo relacionado a la actividad turística del cantón.

g) Crear una base de datos estadísticos de flujo y demanda turística dentro del cantón.

h) Supervisar a los integrantes de las asociaciones inmersas en la actividad turística que realicen la limpieza, la recolección, disposición final de desechos sólidos y residuos de las playas de mar, riveras y lechos de ríos, lagos y lagunas.

j) Controlar la correcta presentación de los integrantes de las asociaciones involucradas en el ámbito turístico, así como los comportamientos éticos y morales de cada uno de ellos (Ordenanza para el Cantón Santa Elena, 2015).

Art. 3.- De las Competencias de la Unidad Reguladora y Ejecutora para el cobro de los establecimientos turísticos y cabañas comunitarias. (Ordenanza para el Cantón Santa Elena, 2015)

Que en base a la tabla de cobro N.º 20130002 en el Ministerio de Turismo de Registro de LUAF- o Renovación de LUAF se cobrará de acuerdo a la categoría a todos los establecimientos turísticos del cantón. (Ordenanza para el Cantón Santa Elena, 2015)

Art. 4.- De las sanciones para los establecimientos que no cumplan con las disposiciones tributarias. Los establecimientos que no cumplan con las disposiciones contempladas en este marco jurídico serán sancionados con los valores establecidos en la siguiente tabla:

Tabla 1 *Sanciones para quienes no cumplan con las disposiciones tributarias*

CATEGORÍA	MULTA
Categoría 1	US\$300,00
Categoría 2	US\$250,00
Categoría 3	US\$250,00
Categoría 4	US\$250,00
Categoría 5	US\$250,00
Categoría Comunitaria	US\$250,00
No categorizadas	US\$150,00

Fuente: Ordenanza Santa Elena

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2017

Art. 5.- De la tabla de los usos de las playas por activaciones de eventos, promoción y publicidad de marcas.

Tabla 2 *Categorización de las playas del cantón Santa Elena*

PLAYA	CATEGORÍA	VALOR POR M2
Ballenita	A	US\$37,50
Punta 7	B	US\$18,75
Monteverde	C	US\$10,00
Playa Rosada	C	US\$10,00
Ayangué	A	US\$37,50
San Pedro	C	US\$10,00
Valdivia	C	US\$10,00
Libertador Bolívar	B	US\$18,75
Manglaralto	B	US\$18,75
Montañita	A	US\$37,50
Olón	A	US\$37,50
Curía	B	US\$18,75
San José	B	US\$18,75
La Entrada	B	US\$18,75
Chanduy	C	US\$10,00

Fuente: Ordenanza Santa Elena

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2017

De las competencias de Emuturismo E.P. como regulador del uso de las playas, malecones y espacios turísticos y de conformidad en el Art. 54 literal m) de la COOTAD. Regular y controlar el ejercicio de toda actividad que se desarrolle en su jurisdicción, como las de colocación de publicidad, redes o señalización (Ordenanza para el Cantón Santa Elena, 2015).

Emuturismo emitirá el permiso para la colocación de rótulos publicitarios a las personas naturales y jurídicas que requieran proyectar en las áreas de playas, malecones y espacios turísticos que están bajo jurisdicción de la Empresa (Ordenanza para el Cantón Santa Elena, 2015). Los permisos por la ocupación y colocación de publicidad tendrán vigencia un año. Una vez cumplidos con los procesos para la obtención de permisos y los requisitos, los valores por cobro de tasas establecidas por metros cuadrados para vallas publicitarias, letreros publicitarios, gigantografías, pantallas Leds, son las siguientes:

Tabla 3 *Valores por cobro para publicidad en espacios turísticos*

TIPOS	VALOR POR M2
Vallas publicitarias	US\$35,00
Letreros publicitarios	US\$30,00
Gigantografías	US\$35,00
Pantalla led	US\$400,00

Fuente: Ordenanza Santa Elena

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2017

Finalmente, este proyecto cumple con lo establecido en el Reglamento de alojamiento turístico, puesto que contaría con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje, en cabañas privadas, cada habitación con su baño privado; a más de estar ubicado en un entorno o ambiente natural, en donde se puede apreciar en todo momento la belleza paisajística que esta zona posee; y que también permite realizar diversas actividades que permiten el contacto directo con la naturaleza. El reglamento dice que debe tener un mínimo de 5 habitaciones, este proyecto contaría con un total de 16 habitaciones.

En resumen, una vez este proyecto se ponga en marcha e inicie con sus funciones, se pretende contar con todos los servicios que se ofrece y también se cumplirá con todas las normas en todo en cuanto se refiera a establecimientos hoteleros tal y como exija la ley.

# CAPÍTULO 1

## 1. LEVANTAMIENTO DE LA LÍNEA BASE

### Introducción

En el primer capítulo, se ha levantado información y se ha investigado la zona en donde se pretende la creación del lodge, es decir, la comuna de Olón, provincia de Santa Elena.

### 1.1 Factores de Localización

Es sumamente importante para este proyecto hotelero analizar la matriz de los factores de localización; la cual permitirá identificar si es factible o no la realización de este proyecto. Dicha matriz consta de factores de localización como: factores decisivos, importantes y deseables.

#### 1.1.1 Factores Decisivos

Tabla 4 *Factores de Localización Decisivos*

	PUNTUACIÓN
Existencia de vías de comunicación	5
Seguridad de conducción	5
Intensidad de tránsito	4
Distancia con otros centros urbanos	5
Disponibilidad de agua	5
Disponibilidad de energía eléctrica	5
Disponibilidad de comunicaciones	5
Disponibilidad de terrenos	5
Atractivos turísticos	5
Condiciones sociales	5
Condiciones de salubridad	4
Desarrollo de circunvecinos	5
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2017

Como su nombre indica, los factores a valorar dentro de este rango son los de mayor relevancia debido a que si se carece de alguno de ellos, no sería coherente llevar a cabo este proyecto. Se analizará 12 factores, con un total de 60 puntos, cada uno será valorado con un puntaje de 0 a 5, en donde 0 es inexistente y 5 sería óptimo; se obtuvo un resultado de 57 puntos.

1. **Existencia de vías de comunicación:** este proyecto se encuentra muy cerca de la playa de Olón, la cual posee carreteras de buen estado al ser la vía de la ruta del Spondylus
2. **Seguridad de conducción:** al ser una vía de primer orden y que conduce a zonas turísticas, posee una señalización adecuada y límites de seguridad establecidos según la ley de tránsito. Al conducir a zonas turísticas tiene un mantenimiento constante.
3. **Intensidad de tránsito:** como ya se mencionó, esta es la vía de la ruta del Spondylus, siendo esta la única vía que permite apreciar las playas del océano pacífico, el cual posee un constante tráfico de turistas tanto nacionales como internacionales.
4. **Distancia con otros centros urbanos:** la comuna de Olón se encuentra ubicada a 195km de la ciudad de Guayaquil (3 horas aproximadamente), a 42,6km de Puerto López (48 minutos aproximadamente); estas zonas que atraen mucho a los turistas. Por lo tanto, podemos decir que se encuentra en una ubicación óptima con respecto a otros centros urbanos.
5. **Disponibilidad de agua:** los factores que intervienen en la captación y aprovechamiento de aguas subterráneas son: el clima y particularmente la pluviosidad, son parámetros que condicionan la alimentación y renovación del

recurso hídrico almacenado en el subsuelo. Los periodos de mayor precipitación se concentran en los meses de enero a mayo y septiembre a noviembre.

6. **Disponibilidad de energía eléctrica:** toda la comuna cuenta con energía eléctrica. Por lo tanto, este no sería en lo absoluto un problema para llevar a cabo el proyecto.
7. **Disponibilidad de comunicaciones:** gracias a su ubicación es posible acceder con facilidad a líneas telefónicas convencionales, así como a líneas de telefonía móvil (celulares) con buena cobertura, señal de internet, etc.
8. **Disponibilidad de terrenos:** en este sector se puede encontrar diversos terrenos; pero el costo de este es un poco elevado, en comparación con otros sectores.
9. **Atractivos turísticos:** debido a su ubicación estratégica podemos no solo visitar su hermosa playa, sino que también podemos visitar los diversos atractivos cercanos como el Santuario Blanca estrella del mar, la comunidad “Dos mangas”, etc.
10. **Condiciones sociales:** en esta zona es posible encontrar tanto familias de pescadores como familias de clase social media y alta; así como también se dedican a la actividad turística.
11. **Condiciones de salubridad:** en la comuna de Olón no son malas, sin embargo, es algo en lo que se debe invertir un poco más para mejorar.
12. **Desarrollo de circunvecinos:** en la playa de Olón se puede encontrar servicios de restaurantes, pero se pueden llevar a cabo muchos proyectos turísticos innovadores, gracias a la zona en la que se encuentra y a los espectáculos naturales que esta playa nos ofrece.

### 1.1.2 Factores Importantes

Tabla 5 Factores de Localización Importantes

	PUNTUACIÓN
Proximidad a vías principales	5
Costo de terreno	4
Condiciones del subsuelo	5
Topografía	5
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2017

Estos están considerados como aquellos que facilitarán que el proyecto se lleve a cabo correctamente. Se procederá con el mismo sistema de evaluación sobre 20 puntos, con un puntaje de 0 a 5, para considerar los factores como óptimos para su desarrollo; se obtuvo un resultado de 18 puntos.

1. **Proximidad a vías principales:** la calle principal en donde se emprenderá el proyecto está conectada a la vía del pacífico, que en esta zona del recorrido toma el nombre de Ruta del Spóndylus. Por lo tanto, esta es una vía muy conocida y con gran afluencia de turistas.
2. **Costo del terreno:** este es un sector en el que se pueden encontrar muchos terrenos, pero debido a que se encuentra en una zona en la que se encuentra ubicado en la vía de la Ruta del Spóndylus, los precios del terreno son elevados en comparación con otros sectores.

3. **Condiciones del subsuelo:** mediante una inspección visual se puede decir que es un suelo estable, apto para construcciones de establecimientos hoteleros sin problema alguno, pero es necesario realizar un estudio previo.
4. **Topografía:** su topografía es irregular, el terreno no es plano puesto que tiene pendientes, esto puede ser aprovechado positivamente si se desarrolla este proyecto hotelero; puesto que beneficiará a nuestros futuros clientes al tener desde sus habitaciones una mejor vista al mar.

### 1.1.3 Factores Deseables

Tabla 6 *Factores de Localización Deseables*

	PUNTUACIÓN
Disponibilidad de materiales e insumos	5
Mano de obra	5
Condiciones meteorológicas	4
Manejo de aguas servidas	5
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2017

Los siguientes factores a analizar son aquellos que ayudan a que el Lodge se lleve a cabo de la mejor manera posible y sin invertir grandes cantidades de dinero. Estos factores serán valorados en total sobre 20 puntos, con un puntaje de 0 a 5, en donde 0 es inexistente y 5 se considera óptimo, se obtuvo un resultado de 18 puntos.

1. **Disponibilidad de materiales e insumos:** en la comuna de Olón es posible encontrar materiales para construcciones.
2. **Mano de obra:** Se puede encontrar con facilidad mano de obra para la construcción y desarrollo del proyecto.
3. **Condiciones meteorológicas:** esta región se caracteriza por tener el clima cálido; además, su temperatura no tiene variaciones drásticas durante el año, dicho factor favorece para el desarrollo eficaz del proyecto.
4. **Manejo de aguas servidas:** la empresa AGUAPEN-EP es aquella que presta servicios públicos de alcantarillado sanitario, alcantarillado pluvial, tratamiento de aguas servidas y de agua potable en Santa Elena.

Tabla 7 Resultados Factores de Localización

PUNTOS	SIGNIFICADO	TABLA DE	RESULTADOS
0	INEXISTENTE	DESCARTABLE	<b>0-15</b>
1	POBRE	MALO	<b>16-35</b>
2	REGULAR	REGULAR	<b>36-55</b>
3	BUENO	BUENO	56-75
<b>4</b>	EXCELENTE	<b>EXCELENTE</b>	<b>76-95</b>
<u>5</u>	ÓPTIMO	ÓPTIMO	96-100

Fuente: Elaboración propia

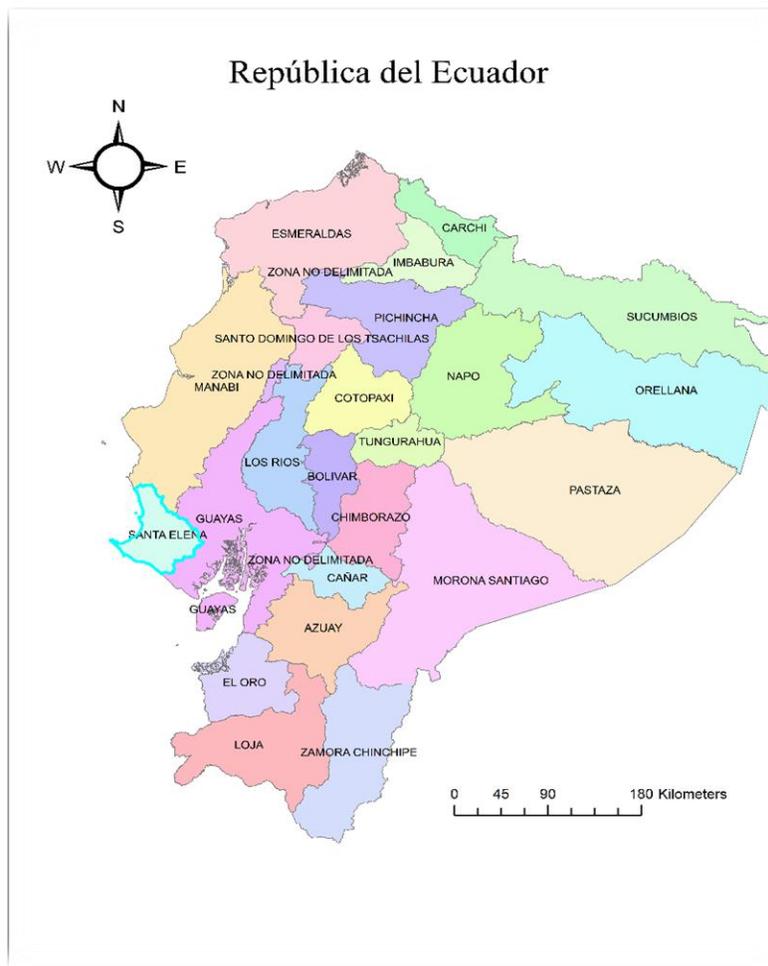
Fecha: 2017

De acuerdo al análisis de los factores correspondientes y en cuanto al puntaje obtenido, se puede determinar que el terreno de Naranjillo, lugar donde se pretende realizar el presente proyecto, en la comuna de Olón se encuentra en un nivel EXCELENTE, puesto que se obtuvo un total de 95 puntos; por lo tanto, es ideal continuar con su desarrollo.

## 1.2 Macro Localización

La comuna de Olón se localiza en el continente americano, en Sudamérica, en la República del Ecuador, su capital San Francisco de Quito, que limita al Norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico, con una superficie de 256.370 km<sup>2</sup>, cuenta con una población de aproximadamente 16 millones de habitantes y está conformado por cuatro regiones: Costa o región litoral, Sierra o región andina, Oriente o región amazónica y Galápagos o región Insular.

Ilustración 4 *Mapa de la República del Ecuador*



Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2017

La República del Ecuador está constituida por 24 provincias, divididas en 221 cantones, subdivididas en sectores urbanos y rurales. Mi propuesta para la creación de un lodge se encuentra ubicado en la Región Sierra, provincia de Santa Elena, su capital el cantón Santa Elena, limita al norte con la Provincia de Manabí, al este y al sur con la Provincia del Guayas y al Oeste con el Océano Pacífico; a 120km al este de Guayaquil y a 540km al sureste de Quito, cuenta con una superficie de 3.762,8 km<sup>2</sup>, siendo la cuarta provincia del Ecuador más pequeña por extensión detrás de Bolívar, Tungurahua y Carchi; de acuerdo al último censo nacional en el año 2010 en su territorio habitan 308.693 pobladores aproximadamente.

Esta provincia se caracteriza por tener una gran infraestructura hotelera, refinería de petróleo, aeropuerto y puerto marítimo, a más de ser una zona semi-desértica, pero con un potencial agrícola extraordinario, especialmente en cultivos no tradicionales de exportación, como frutales y hortalizas. Es muy conocida internacionalmente por algunas de sus playas como Salinas, una moderna ciudad balneario, considerada como el principal balneario de la provincia de la costa ecuatoriana. Esto se debe al gran desarrollo y potencial turístico que posee, cuenta con playas seguras e infraestructura hotelera para satisfacer a todo tipo de visitantes y, por otra parte, está Montañita, zona muy atraída por los surfistas a tal punto que se desarrollan competencias internacionales y demás actividades (Sotomayor, Morán, 2013).

Por todo lo mencionado se puede deducir que Santa Elena es una provincia netamente turística a más de producir muchas artesanías elaboradas con tagua y concha de spondylus.; y es que es la última provincia creada en Ecuador (Sotomayor, Morán, 2013).

### **1.2.1 Actividades Productivas de la provincia de Santa Elena**

Los cultivos permanentes más importantes que vale la pena destacar en Santa Elena, están vinculados a la agroexportación, y representan el 99% de este tipo de cultivos. Los más importantes son el café, la paja toquilla, el ciruelo, ciruela costeña, banano, plátano, limón, caña guadua, papaya, mango, espárrago, naranja, piña, mandarina, achiote y guayaba. El café por si solo es el 36% del área de cultivos permanentes de la provincia (Salazar, 2014).

El turismo genera ingresos económicos a la población. Este sector se ha presentado como un eficiente motor del desarrollo económico que genera empleo e impulsa otras actividades productivas, por lo que la comunidad de Olón, tiene que enfrentarse con la competencia de otras nuevas zonas que ven al turismo como elemento primordial para mejorar sus ingresos económicos (Salazar, 2014).

### **1.2.2 Organización Territorial de la provincia de Santa Elena**

La provincia de Santa Elena pertenece a la zona de Planificación # 5; la zona de Planificación #5 es un territorio muy diverso, posee recursos y atractivos naturales que pueden ser aprovechados para el desarrollo de un turismo con criterio de conservación del medio ambiente. Toda la parte costera presenta escenarios favorables para el desarrollo turístico de playa y de observación: las variadas playas de Santa Elena, el canal de El Morro, la zona del estuario de Guayaquil, etc. (Reyes, Lindao, 2013).

Las ciudades más importantes de la provincia son sus tres cantones; Santa Elena, La Libertad y Salinas, cada una de ellas constituidas por sus respectivas parroquias:

Tabla 8 *Cantones de la provincia de Santa Elena*

CANTONES	NÚMERO DE PARROQUIAS
Santa Elena	7 parroquias
La Libertad	1 parroquia
Salinas	3 parroquias

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

### **1.2.3 Antecedentes Históricos de la provincia de Santa Elena**

En el sitio en donde se encuentra el actual territorio de Santa Elena, se hallaron indicios de que fue habitada miles de años atrás. Esas personas son los antepasados del ecuatoriano de hoy. Además, allí fueron descubiertos los primeros yacimientos de petróleo del Ecuador (Neira, 2014).

El nombre primitivo de Santa Elena, fue Sumpa. El origen de sus habitantes se sustenta en una leyenda: “Un grupo marineró llega en remota antigüedad y se establece en Sumpa, nombre primitivo de la península de Santa Elena, donde se sobrepone a núcleos que parecen ser pescadores, recolectores y cazadores, descubre la agricultura del maíz y luego difunde su cultura mediante viajes terrestres y marinos. El jefe de la expedición fue Tumbe, que muere en Sumpa, dejando dos hijos, Quitumbe y Otoyá. Esto se encuentra en “Breve historia contemporánea del Ecuador”, escrita por Jorge Salvador Lara. Esa es la leyenda, pero investigaciones científicas demuestran que allí hubo habitantes desde hace unos 7000 años antes de Cristo (Neira, 2014).

En el “Almanaque Guayaquil Total 2003”, editado por el Municipio de esa ciudad, se dice que “la Península de Santa Elena fue descubierta por Francisco Pizarro el 18 de agosto de 1531.

En el libro “Todo Guayas en sus manos”, de Francisco José Correa Bustamante se dice que fue en 1527. De todas formas, fue antes de que se fundaran las ciudades de Quito y Guayaquil (Neira, 2014).

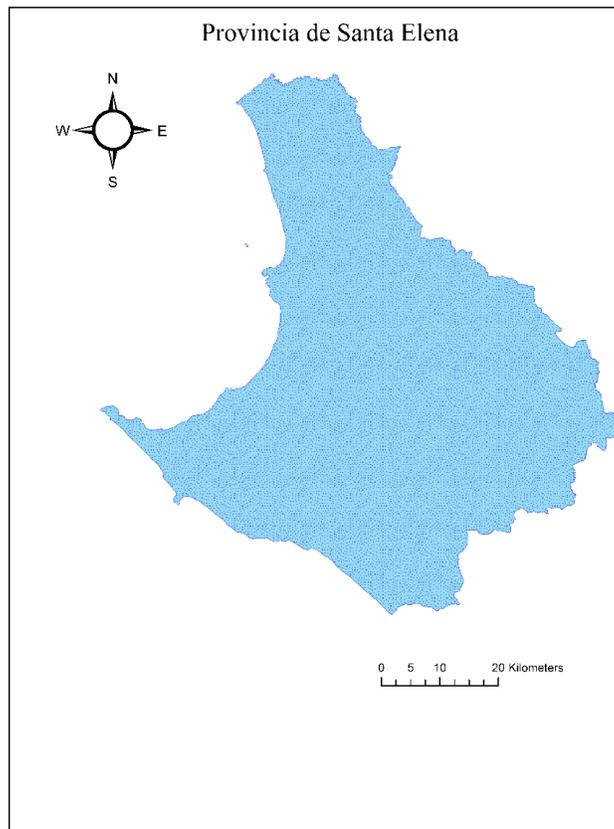
Los españoles la nominaron Santa Elena en homenaje a Santa Elena que significa “Antorcha resplandeciente” y nació en Bitinia, al sur de Rusia en el año 270 D.C. A los 14 años de edad se casó con el general romano Constancio con quien tuvo su único hijo Constantino que llegó a ser emperador y realizó grandes obras que incluyó la paz con el cristianismo. Cuando la emperatriz Elena tenía 55 años, viajó a Jerusalén en busca de lugares santos encontrando la Gruta del Nacimiento en Belén y el lugar en el Monte de los Olivos donde fue crucificado Jesucristo. Amó entrañablemente a los pobres a quienes ayudó hasta el día de su muerte en el año 337 D.C. La iglesia de Santa Elena se construyó en 1729 y conserva su diseño original (Neira, 2014).

El 25 de junio de 1824 Santa Elena fue elevada a la categoría de Villa, el 22 de enero de 1839, Santa Elena fue convertida en cantón. Finalmente, la provincia #24 fue inscrita en el Registro Oficial 206 el 7 de noviembre del 2007 con la siguiente explicación: “Créase la provincia de Santa Elena como Unidad Territorial, Política y Administrativa, integrada por el territorio de los cantones Santa Elena, Salinas y La Libertad, cuyos límites serán los mismos que en su conjunto tienen estos cantones con sus respectivas cabeceras cantonales, parroquias, barrios, comunas, recintos y pueblos”. Su capital es la ciudad de Santa Elena. Un día antes, el 6 de noviembre 2007, se había inscrito en el Registro Oficial 205, la provincia 23, Santo Domingo de los Tsáchilas (Neira, 2014).

### 1.3 Micro Localización

La provincia de Santa Elena cuenta con tres cantones: Salinas, la Libertad, (siendo esta la más poblada) y el cantón Santa Elena, mismo que, según el último censo, tiene una población aproximada de 144.076 habitantes, en el cual 70.680 son mujeres y 73.396 son hombres. Alberga parroquias de índole turística arqueológica como: Santa Elena, Atahualpa, Colonche, Chanduy, Manglaralto, Simón Bolívar y San José de Ancón. En este cantón se localiza la comuna de Olón, lugar en el cual se pretende implementar el proyecto, que se encuentra de 0 a 40 msnm, su clima oscila entre 25 y 29°C, a menos de 5 minutos de la comuna Montañita, a 195km de la ciudad de Guayaquil y a 635km aproximadamente de la ciudad de Quito.

Ilustración 5 *Mapa de la provincia de Santa Elena*



Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

En el cantón Santa Elena, de sur a norte, se encuentran los centros poblados de San Pedro, Valdivia, Libertador Bolívar, San Antonio, Cadete, Río Chico, Manglaralto (cabecera parroquial), Montañita (centro poblado de intensa actividad turística y atractivo internacional), Olón, La Curía, San José, San Francisco de las Núñez, La Entrada y La Rinconada (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

La comuna de Olón se encuentra en la parroquia Manglaralto; se trata de un pequeño pueblo donde la mayor parte de sus habitantes viven de la pesca, el comercio informal, la agricultura, el turismo y la artesanía. Los productos agrícolas se venden en el mercado de La Libertad y San Pedro. Sus primeros pobladores fueron parte de la cultura Manteño Huancavilca, se han encontrado en la zona numerosos restos arqueológicos de esta cultura. En Olón se emplea la tagua (*Phytelephas aequatorialis*) como materia prima para la construcción y con las hojas hacen los techos de las casas (La Geoguí, 2017).

La Parroquia Manglaralto se encuentra en las cuencas de los ríos: Ayampe, Manglaralto y Valdivia, su nombre se deriva por los manglares que existían en su territorio, de los cuales hoy solo quedan remanentes, y fue reconocido como el Puerto de Manglaralto que tuvo su apogeo de 1953 donde jugó un papel de vital importancia en la historia económica del país, ya que a través de él se comerciaba con Guayaquil y otros destinos de la costa ecuatoriana (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

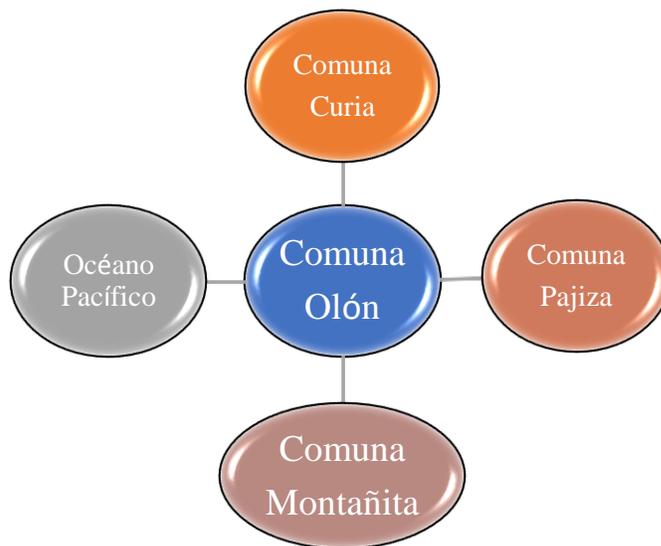
La parroquia Manglaralto se encuentra en la parte norte de la provincia de Santa Elena; limita al norte con el cantón Puerto López, provincia de Manabí; al sur con la parroquia Colonche; al este con el cantón Jipijapa, provincia de Manabí y al oeste con el Océano Pacífico.

Posee una población de aproximadamente 29.512 habitantes, cuenta con una superficie de 426 km<sup>2</sup> según el Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010; teniendo así una densidad poblacional de 69,28; esto quiere decir que, por cada km<sup>2</sup> de superficie, existen 69 habitantes.

El Bosque Protector de Chongón–Colonche, representa alrededor del 40% del territorio de esta parroquia, lo cual ha hecho que la parroquia se enfoque a realizar actividades relacionadas con la naturaleza, conservación, el medio ambiente y el ecoturismo (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

La comuna de Olón limita al Norte con la comuna de Curia; al Sur con la comuna de Montañita; al Este con la comuna de Pajiza y al Oeste con el Océano Pacífico.

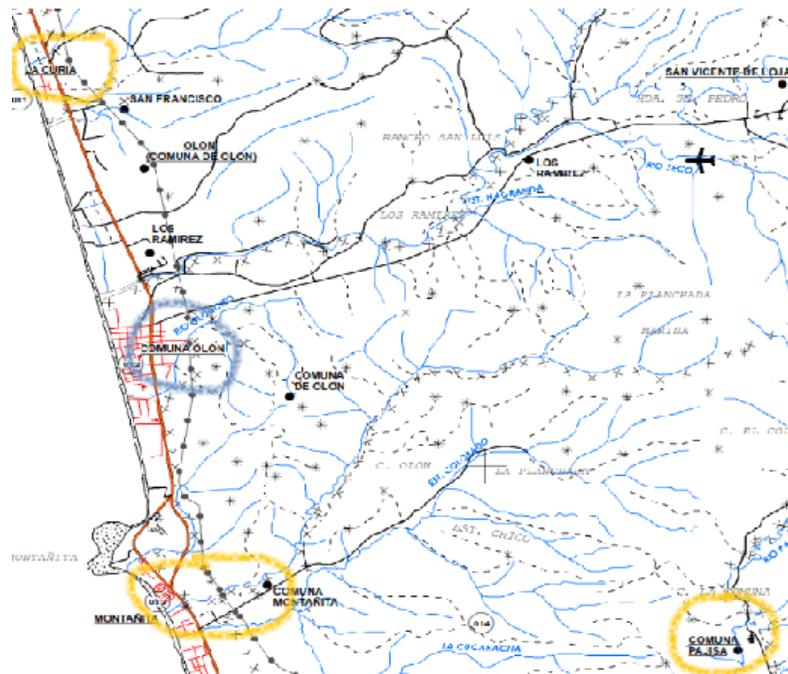
Ilustración 6 *Límites de la comuna de Olón*



Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

Ilustración 7 Cartografía con los límites de la comuna de Olón



Fuente: INEC

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

### 1.3.1 Transporte en la provincia de Santa Elena

Ilustración 8 Cooperativa “Libertad Peninsular”



Fuente: Página web de la Cooperativa Libertad Peninsular

Fecha: 2017

La cooperativa “Libertad Peninsular” es una cooperativa de transporte que maneja la ruta Guayaquil – Santa Elena – Montañita – Olón.

Tabla 9 *Boletería, ruta y frecuencia de la cooperativa “Libertad Peninsular”*

BOLETERÍA	RUTA	FRECUENCIA
Terminal Terrestre Sumpa Santa Elena. Of.#21. Telef. (04)2955 - 048	Santa Elena - Guayaquil	Lunes a Domingo De 03H00 a 21H00
Terminal Terrestre Jaime Roldos A. Guayaquil. Of.#C84. Telef. (04) 213 - 0175	Guayaquil – Santa Elena	Lunes a Domingo De 03H00 a 22H00
Montañita Telefono de Oficina (04) 2060 - 203	Montañita – Guayaquil	Lunes a Domingo De 04H00 a 20H00
Olon Telefono de oficina: (04) 2788 - 013	Olon – Guayaquil	Lunes a Domingo De 04H00 a 20H00

Fuente: Cooperativa Libertad Peninsular

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2017

Tabla 10 *Costos de los pasajes de la cooperativa “Libertad Peninsular”*

COSTO DE LOS PASAJES	
Guayaquil a Santa Elena	\$4,15
Guayaquil a Montañita / Olón	\$6,25
Montañita a Guayaquil	\$6,00

Fuente: Cooperativa Libertad Peninsular

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2017

Su misión es proporcionar transporte terrestre con buses nuevos, cómodos y modernos con tecnología de punta, garantizando a sus pasajeros altos estándares de calidad.; mientras que su visión es mantener liderazgo nacional, ser preferidos por calidad y calidez en el servicio y

proyectarse nacionalmente. Sus valores son responsabilidad, calidez, innovación y compromiso (Cooperativa Libertad Peninsular, 2018).

También conocido como “Servicio Directo”, se caracteriza por realizar un viaje placentero sin paradas intermedias que atrasen la llegada a su destino establecido. Esto beneficia al usuario, pues puede planificar mejor sus actividades a realizar, conociendo de antemano el tiempo de duración de su viaje. Cada unidad cuenta con servicio de cine en casa (películas), Wi-fi, aire acondicionado, servicio de bar, asientos reclinables y baño. Además de cámaras de video, intercomunicación radial, ubicación satelital y botón de auxilio (Cooperativa Libertad Peninsular, 2018). Esta es la única cooperativa que se ha tomado como referencia en cuanto a transporte, debido a que es el servicio más utilizado, según los habitantes de la comuna y también de la ciudad de Guayaquil.

### **1.3.2 Salud en la comuna de Olón**

Olón cuenta con un centro de salud que se localiza en la carretera principal vía Olón, Manglaralto Santa Elena. Es un centro de salud correspondiente al primer nivel de atención de salud que pertenece al Ministerio de Salud Pública. En la parroquia Manglaralto la principal oferta de salud lo constituyen el Hospital de Manglaralto que tienen cobertura para las parroquias Manglaralto y Colonche. Además, existen dispensarios médicos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (Las Núñez, Dos Mangas y Sinchal), Subcentros de salud del Ministerio de Salud Pública (Olón, San Pedro, Valdivia y Sinchal), y dispensarios de las Organizaciones No Gubernamentales como: Santa María del Fiat, Futuro Valdivia, Nobis, entre otras (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

### 1.3.3 Educación en la comuna de Olón

La comuna de Olón actualmente cuenta con las siguientes instituciones educativas:

- Unidad Educativa Fiscomisional Santa María del Fiat: se encuentra frente al Santuario Blanca Estrella del Mar. En su desarrollo profesional, las oportunidades del Bachillerato Internacional ofrecen experiencias transformativas a educadores internacionales para que estos hagan lo mismo con sus estudiantes. Todos los años, el IB organiza varios simposios y conferencias, en los que reunimos a líderes pedagógicos, responsables de la toma de decisiones y docentes procedentes de colegios, universidades y gobiernos para tratar temas centrados en la educación internacional (Unidad Educativa Santa María del Fiat, 2018).
- Escuela Particular Mixta “GANDHI” tiene como objetivo promover el bienestar integral y social de sus alumnos, a su vez ofrece servicios que sean respuestas a las problemáticas que aquejan a los infantes de educación inicial que se instruyen en la institución la misma que ofrece para la niñez una educación de calidad y calidez. La mayoría de sus estudiantes forman parte de la “Fundación Santa María de la Esperanza”. Institución que se dedica a la protección integral de los niños, niñas que requieren temporalmente una separación de su medio familiar brindándoles acogimiento institucional, atención social, y educativa. Los niños, niñas de educación inicial han sufrido diferentes tipos de problemas sociales como: maltrato físico, negligencia familiar, descuido en su aspecto físico, abandono y desatención de sus padres, desinterés en su rendimiento educativo, abuso sexual y psicológico, y por tales circunstancias no tuvieron la oportunidad de asistir a un centro educativo inicial incumpléndose muchos derechos (Rodríguez, 2011).
- En cuanto a educación superior, la universidad más cercana a la comuna de Olón, se encuentra en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, a 64km de distancia, en

transporte a una hora con doce minutos aproximadamente, la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

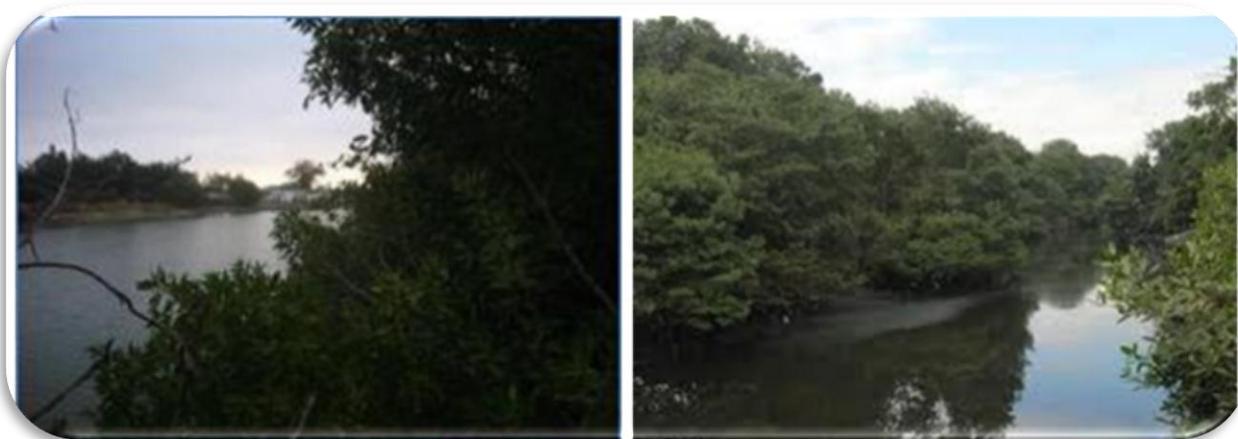
#### **1.3.4 Vivienda en la comuna de Olón**

Las viviendas de esta localidad son construidas a base de materiales sustentables como el bambú, la tagua, las fibras de paja toquilla, la madera, etc., mismos que son típicos de la zona por lo que son total y completamente manejables por los habitantes y sus técnicas de construcción son las adecuadas. Estos materiales de construcción dan una imagen única y diferente a comparación de otros materiales típicos y comunes.

#### **1.3.5 Flora**

“En la Parroquia Manglaralto, quedan remanentes de manglares, en zonas como Río Oloncito, Río Grande y Manglaralto, en donde se está tratando de proteger lo poco que queda de este ecosistema” (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

Ilustración 9 *Flora de la parroquia Manglaralto*



Fuente: GAD Parroquial Manglaralto

Fecha: 2018

Junto con helechos, orquídeas y bromelias, el ceibo, cedro y guayacán, se han evidenciado, a través de un estudio, tres tipos de manglares:

Tabla 11 *Tipos de manglares en la parroquia Manglaralto y nombres científicos*

<i>Mangles</i>	<i>Nombre científico</i>
Mangle rojo	Rhizophora mangle
Mangle blanco	Laguncularia racemosa
Mangle negro	Avicennia germinans

Fuente: Elaboración propia

Los manglares resultan ser de gran importancia por ser el hábitat de los cangrejos y muchas otras especies, producen oxígeno, así como también, reducen el efecto de las inundaciones. La parroquia Manglaralto está constituida por diversos ecosistemas marinos y costeros; los más comunes son las playas, acantilados y arrecifes rocosos. El ecosistema de las playas es muy dinámico, es decir, muy atraída por los seres humanos, pero a la vez, es muy vulnerable al impacto humano por el sobre uso que le damos. Este ecosistema lo podemos encontrar en las comunas de Las Núñez, San José, Curía, Olón, Montañita, Manglaralto, San Antonio, Libertador Bolívar, Valdivia y San Pedro. Tiene un gran potencial turístico además de formar parte de la Ruta del Spondylus (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

También se pueden apreciar arrecifes rocosos, que se encuentran en la zona marina de la parroquia, son de gran importancia para la cultura de pesca del territorio, se identifican algunos arrecifes, conocidos como bajos: La Picuda, La Viejita, Encimita, Bajo Tello, Los Borbollones, entre otros; se identifican en la Punta del Santuario de Olón, y especialmente rodean los acantilados de la Rinconada y San Pedro (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

La comuna de Olón se ubica cerca de la cordillera Chongón Colonche, con una extensión de 60 hectáreas aproximadamente. Los estudios realizados para la creación y correcto manejo del Bosque protector Chongón Colonche, ha permitido identificar la flora y fauna representativa de

esta zona; así encontramos que existen registros de 219 especies, 137 géneros y 58 familias pertenecientes a los estratos arbóreo y epífita (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

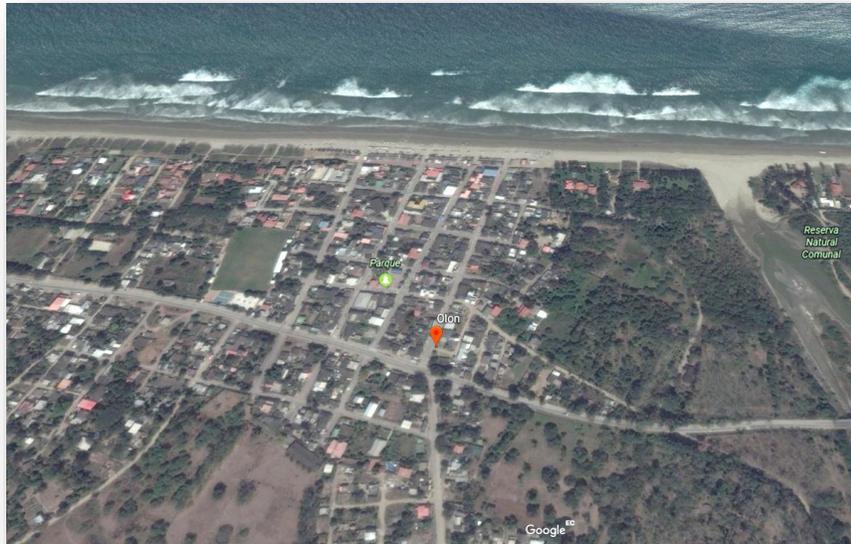
De éstas, el 19% son comunes a la región occidental del Ecuador, el 6% a la región del Chocó y el 9% a la región tumbesina. Las especies endémicas que se encuentran en este Bosque Protector en forma general son epífitas de la Familia Orchidaceae. En lo que se refiere a la flora de bosque seco, los registros corresponden a registros de estudios realizados en el sector como colección botánica; las especies registradas corresponden a la región occidental y exhiben endemismos mayormente de la región Tumbesina (GAD Parroquial Manglaralto, 2018).

### **1.3.6 Fauna**

La fauna de la provincia de Santa Elena, en general, es rica y variada; entre ellos abundan el zorro y la gineta; así como también el águila perdicera y el búho real. La variedad de ecosistemas, bosques mediterráneos y de ribera, zonas adhesadas, paredones y cornisas propician la presencia de una abundante avifauna entre las que destacan el avión roquero, ruiseñores y currucas capirotadas (Ministerio del Ambiente, 2015). En la comuna de Olón, parroquia Manglaralto se destacan los monos aulladores, caballos, mulas y gran diversidad de aves.

## 1.4 Atractivos Turísticos de la comuna de Olón

Ilustración 10 Vista de la comuna de Olón en Google Earth



Fuente: Google Earth

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2017

La comuna de Olón se encuentra situado al oeste de la Provincia de Santa Elena entre Montañita y Curía, a 6 kilómetros de Manglar alto.

**La Playa de Olón** es una de las más extensas de toda la costa del Ecuador. Su extensión es de 3 kilómetros, donde su recorrido está rodeado de mucha vegetación, con algunas casas construidas frente al mar.

Es considerada por muchos como una playa tranquila y organizada, donde también puede encontrar gastronomía de primera calidad a muy buen precio.

La comuna de Olón cuenta con un mirador el cual lo separa de Montañita, desde donde se puede apreciar gran parte de la costa; el mismo tiene una altura aproximada de 100 metros. Es un

punto turístico ya que por su fabulosa vista muchos turistas nacionales y extranjeros lo visitan para tomar fotografías o contemplar la caída del sol, además se encuentra construido un *Santuario, en honor a la Virgen de la Estrella del Mar*, donde hacen el sacerdote celebra una misa los días domingos, su estructura tiene la forma de un barco anclado a una quebrada natural.

Olón es uno de los lugares turísticos más importantes del Ecuador, y como ya se mencionó anteriormente, se ubica cerca de la cordillera Chongón Colonche, que por un lado es un Bosque Seco y Húmedo, y por el otro posee una fauna increíble.

En esta cordillera se encuentra la *Reserva Ecológica Comunal de Loma Alta* en la provincia de Santa Elena. Aproximadamente 500 ha de la Reserva están destinadas al cultivo de Paja Toquilla (*Carludovica palmata*) que es procesada y comercializada por la comunidad. A partir del nombramiento de la Reserva, la comunidad de Loma Alta, con el apoyo de Fundación Natura Guayaquil, estableció una política de regulaciones para el uso sustentable del bosque y sus recursos (Prefectura de Santa Elena, 2009).

Datos de interés de la Reserva:

- Esta Reserva es manejada por la comunidad de Loma Alta y actualmente se encuentra reestructurada la tenencia de tierras comunales para asignar nuevas áreas para conservación.
- Mantienen un proyecto de turismo de naturaleza, para lo cual se han realizado cursos de capacitación de intérpretes ambientales comunales (con el respaldo de la Fundación Aves Ecuador).
- Las familias de la comunidad se dedican a la elaboración de artesanías en tagua (*Phytelephas* sp.). Adicionalmente, la Fundación Aves Ecuador firmó recientemente un

convenio de cooperación con la comunidad de Loma Alta para la ejecución de proyectos de investigación, conservación y desarrollo comunitario, incluyendo turismo de naturaleza.

- Desde 1995, C. D. Becker (Kansas State University) lleva a cabo una investigación sobre la dinámica de las comunidades de aves en bosque de garúa y la influencia de los eventos del Fenómeno El Niño sobre estas poblaciones de aves. Estas investigaciones cuentan con el respaldo de Earthwatch Organization. Hilgert y Benavides (1995) realizaron un inventario de fauna de la región y C. Elao (1995-1997) estudió la diversidad de plantas en dos parcelas a 400 y 600 m de altitud. (Prefectura de Santa Elena, 2009)

#### Ilustración 11 *Fauna de la Reserva Ecológica Comunal Loma Alta*



Fuente: Prefectura de Santa Elena

Fecha: 2018

En cuanto a sus aves, que son los más representativo de esta reserva, se han registrado alrededor de 300 especies, entre las que se incluyen varias especies endémicas tumbesinas, del Chocó y otras típicamente andinas como *Adelomyia melanogenys*, *Coeligena wilsoni* y *Mionectes striaticollis*. Loma Alta es uno de los escasos sitios donde se ha registrado a *Acestrura berlepschi*, la que se encuentra en asociación con arbustos del género *Psychotria*. Algunas especies amenazadas y endémicas tumbesinas, como *Lathrotriccus griseipectus* y *Ortalis erythroptera*, son comunes y podrían existir poblaciones numerosas en Loma Alta. Además, varias especies realizan movimientos migratorios estacionales, como *Basileuterus fraseri* (Prefectura de Santa Elena, 2009).

A 15 minutos también se encuentra la comunidad “*Dos Mangas*”. Famosa por sus monos aulladores, posee también un centro de interpretación en donde sus moradores son los guías, capacitados por el Ministerio de Turismo.

En esta zona sus habitantes elaboran artesanías hechas en tagua y paja toquilla, para varias mujeres es una ventaja contar con la materia prima para trabajar, ya que es el único ingreso que tienen para solventar los gastos; pero, los hombres de Dos Mangas también se destacan por tallar toda clase de figuras y logotipos con la tagua. Entre la vegetación del sector destinada para el cultivo se encuentra el banano colorado, quineo blanco, guineo de seda, la caña guadúa, la paja toquilla, entre otros cultivos de ciclo corto (Prefectura de Santa Elena, 2010).

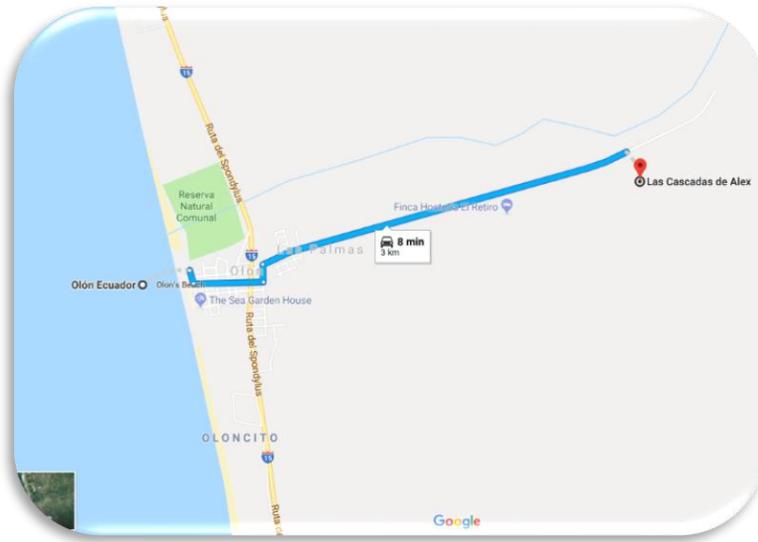
De igual manera existen varios senderos por donde se puede recorrer, por ejemplo, a lomo de caballo o en una interesante caminata. Esto se convierte en uno de los ingresos mediante los cuales se ayudan los habitantes pues obtienen dinero de quienes visitan los senderos. La frondosa vegetación corresponde al ecosistema de Bosque Seco Tropical. La flora nativa, que caracteriza a los bosques de garúa de la Cordillera Chongón – Colonche, nos muestra la naturaleza del sector, llena de vida y color. Al internarse en el bosque durante el recorrido es posible encontrar de forma silvestre gran cantidad de orquídeas, bromelias y heliconias, que adornan los senderos; las características bióticas del sector, permiten el desarrollo de gran variedad faunística, el bosque es utilizado como nicho ecológico y hábitat de diferentes especies nativas, de ahí la importancia de su preservación (Prefectura de Santa Elena, 2010).

Se han descrito 84 especies de aves para el sector de los senderos *Las Cascadas y Las Piscinas*. Se puede apreciar con facilidad, algunas de las especies como el Caracara Jacana, las Tortolitas, Periquito del Pacífico, Cuco Ardilla, Tangará, Pájaro Brujo y muchas más que hacen de este sitio, el ideal para el aviturismo. Además, se pueden también apreciar algunas especies de

anfibios, reptiles, peces y un indeterminado número de invertebrados. La parte interna del bosque alberga además 21 especies nativas de mamíferos (Prefectura de Santa Elena, 2010).

En la Comuna de Olón, los visitantes también pueden disfrutar de la **“Cascada de Alex”**.

Ilustración 12 Vista del lugar en donde se ubica la Cascada de Alex desde Google Maps



Fuente- Google Maps

Fecha: 2018

Se localiza a unos 12 kilómetros aproximadamente de la playa de Olón, se puede llegar en transporte o también realizando una caminata de alrededor de 3 horas. En su entorno se ha construido un paradero ecológico, el cual pertenece a toda la comuna; tiene una altura de 4 metros y un metro de ancho, rodeada de una variada flora y fauna. Se disfruta completamente del impresionante paisaje que este posee.

**“El Salto”** es la otra cascada que se descubrió en el bosque en donde se pueden observar hermosas cascadas en caminatas a pie o caballo. También se ubica un sendero denominado **“Los Matapalales”** es un recorrido al propio corazón del bosque donde el cantar de las aves se fusiona con la admiración de los monos aulladores, en un paraíso lleno de flora endémica de la zona. Se puede visitar los esteros de Olón y Cangrejal Azul, pequeños remanentes de Manglar donde se

observa varias especies de flora y fauna como el mangle majado endémico de esta zona, especies de fauna como la iguana, garza, cangrejo rojo, etc (Reyes, Miranda, 2015).

En Olón, el visitante definitivamente podrá disfrutar de una espectacular vista del mar, con su arena blanca y limpia, que permite disfrutar con toda seguridad, paz y tranquilidad.

## **1.5 Antecedentes Históricos de la comuna de Olón**

### Reseña Histórica

La comuna de Olón, perteneciente a la parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, forma parte de la Ruta del Sol o también llamada ruta Spondylus; el origen de su nombre se debe a dos acontecimientos, según cuentan sus habitantes la historia de que en esta zona vivió un indio de nombre Olón que fue nativo de las tribus asentadas en este lugar, quien contrae matrimonio con una india llamada Chi quienes habitaron por muy poco tiempo y luego pasaron a radicarse en lo que hoy es Colonche, de la unión de los dos nace el nombre de Olonchi; nombre que sus habitantes confirman por el hecho de que Olón se caracteriza por la gran altura de sus olas, estas causaban admiración en sus primeros pobladores y decían: ¡Que Olones! O también ¡Que Olón se ve en el mar! Los primeros pobladores formaron parte de la cultura Manteño Guancavilca y esto ha sido ratificado por los innumerables restos arqueológicos encontrados en la zona (Miranda, 2008).

En 1983 se dio la fundación de la comuna, sin embargo, el asentamiento tiene una antigüedad de aproximadamente 467 años. Entre los años 1949 – 1950 hubo una gran sequía y en el año 1956 se dio un gran incendio. Cuentan los pobladores que desde la capilla hasta el océano era el poblado, y desde la capilla hacia el oriente, hasta los límites con la montaña, existían chacras que desaparecieron por los incendios, la sequía y la extensión de la población (Miranda, 2008).

### **1.5.1 Organización Territorial de la comuna de Olón**

La comuna Olón fue creado el 7 de enero de 1938 con acuerdo Ministerial N°015 de carácter jurídico de comuna, regido por la Ley de organización y régimen de comunas; y depende administrativamente del ministerio de Agricultura y Ganadería (Reyes, Miranda, 2015).

Su territorio tiene una superficie de 5.824 hectáreas, la altitud va desde 5 msnm en la playa hasta 530 msnm en el cerro más alto el Puntón Grande. Se ubica en las coordenadas geográficas: S 01°47'50.5"; o 080°45'23.6". La precipitación es de aproximadamente 600 mm/año. La playa de Olón es una de las más extensas de la costa ecuatoriana, tiene una extensión de 2 kilómetros, se caracteriza por su belleza debido a la longitud y a la tranquilidad que esta posee (Reyes, Miranda, 2015).

Está dividido en cinco barrios:

Oloncito

Los Ramírez

San Vicente de Loja

Dos Ríos

Santa Lucía

### **1.5.2 Desarrollo del Sector Turístico de la comuna de Olón**

La comuna de Olón es un balneario turístico que se ha visto en los últimos años como fuente generadora de ingresos, considerándolo como segunda alternativa después de Montañita. Esto ha hecho que las inversiones en servicios turísticos se desarrollen anualmente tratando de satisfacerla demanda que día a día aumenta. El turismo está ocupando uno de los principales ejes muy

importantes dentro de la economía de la comuna, sus autoridades están trabajando de manera organizada con el fin de volver el turismo el principal generador de divisas para la comunidad (Reyes, Miranda, 2015).

### **1.5.3 Actividades Tradicionales de la comuna de Olón**

Una de las fiestas tradicionales de la comuna es la fiesta patronal de la virgen, celebrada los días once, doce y trece del mes de diciembre en honor a la Virgen de Olón por ser Patrona de la comuna. Se celebra organizando desfiles de banda folklórica con los colegios e instituciones de la comuna, llevando por todas las calles a la Virgen Rosa Mística (Reyes, Miranda, 2015).

Se puede también disfrutar de bailes, presentaciones artísticas y juegos pirotécnicos para el deleite de sus habitantes y sus visitantes. Los días de carnaval son otra de las fechas celebradas, el tradicional juego con agua, cariocas, maicena y pinturas es lo que cada vez hace que la comuna Olón sea muy atractiva. Una de las festividades que en el transcurrir de los años ha tenido acogida es el fin de año, donde se realizan bailes tradicionales, donde a media noche descienden a la playa a ver los juegos artificiales y a quemar sus monigotes (Reyes, Miranda, 2015).

### **1.5.4 Actividades Económicas de la comuna de Olón**

Las actividades económicas que se realizan en Olón son las siguientes:

- ✓ Pesca artesanal
- ✓ Agricultura (se produce el café, la naranja, la tagua, la yuca, el maíz, el fréjol
- ✓ Ganadería
- ✓ Turismo

Proponer la creación de un lodge sería de gran importancia para el desarrollo del sector y a su vez el desarrollo potencial turístico de la comuna de Olón. Este proyecto a futuro llegaría a

generar empleos, a más de fomentar servicios turísticos que apoyen en la economía, buscando así una mejor calidad de vida para sus pobladores, inclinándose al mismo tiempo, a los lineamientos que se establecen en el Plandetur 2020, en donde dice que:

“El Ecuador necesita un desarrollo turístico sostenible que cuide nuestra riqueza histórica-cultural, el ambiente, las comunidades y reactive la economía” (Ministerio de Turismo, 2011).

Logrando así que la comuna de Olón pueda alcanzar un buen posicionamiento en la industria turística ya que posee los recursos adecuados y necesarios para lograr ser un atractivo turístico sostenible y a la vez sustentable en el país.

Datos de interés de la comuna de Olón

- Las primeras familias en habitarlo fueron: Suárez, Yagual, Reyes. Actualmente, las tres familias más numerosas son Yagual Reyes, Rodríguez Quirumbay y Flores Baque.
- Las comunas más cercanas son. Curia 4 Km., San José 6 Km.
- Actualmente, una parte de las mujeres de esta comuna son dedicadas a la artesanía con balsa y caña, pero también se dedican al hogar.
- La mayoría de las mujeres forman hogar a los 18 años y los varones de igual manera.
- Por lo general las mujeres tienen su primer hijo entre los 18 y 20 años.
- Muy pocas personas migran a otros lugares dentro del país especialmente a Guayaquil y La Libertad.
- Hace algunos años, existían niños de esta comuna que fueron abandonados y los acogían en el albergue del Santuario, el cual recibe también a niños de las comunas aledañas para que reciban los debidos cuidados (Estudiantes de la ESPOL, 2001).

### 1.5.5 Oferta Turística en la comuna de Olón

Tabla 12 *Oferta turística en la comuna de Olón*

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN
Alojamiento	En Olón podemos encontrar más de 16 lugares para hospedarse entre ellas hostales y centros comunitarios.
Restauración	Existen más de 65 lugares que brindan el servicio de alimentos y bebidas; la mayoría de ellos se encuentran en la playa.
Operadoras	No existen operadoras turísticas en la comuna de Olón, y aquellos que se encuentran dentro de la Ruta Spondylus, por lo general, no ofrecen a la comuna dentro de sus paquetes turísticos.
Vida Nocturna (discotecas y bares)	Actualmente no existen discotecas en la comuna de Olón; y en cuanto a bares, existen solamente dos, aunque los visitantes consumen con más frecuencia licor en tiendas pequeñas o también compran para consumir en la playa.

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

### 1.5.6 Vías de Comunicación

¿Cómo llegar al Lodge?

Las vías de comunicación o acceso para llegar a Olón están en excelente estado; teniendo un tiempo estimado de 6 horas para llegar desde la ciudad de Cuenca en auto. Se toma la ruta E582 pasando por el Parque Nacional El Cajas, luego se toma la ruta E25 (Troncal de la Costa) pasando por la Reserva Ecológica Manglares Churute, seguido de esto tomamos la ruta E40 vía a la costa, pasando por la capital de la provincia del Guayas, la ciudad de Guayaquil hasta llegar a un pueblo llamado San Pablo, tomando aquí la ruta E15 Ruta del Spondylus, en donde nos tomará

aproximadamente de 50 a 55 minutos llegar hasta la comuna de Olón; o bien en autobús con la compañía de transporte CLP (Cooperativa de transporte Libertad Peninsular) que es la que realiza el viaje directo Olón-Montanita-Guayaquil.

Dicha compañía opera en varios horarios. Además, se podrá encontrar taxis por la carretera, algunos particulares que le pueden trasladar a cualquier pueblo cercano o bien con la compañía Montañisol, un servicio de taxis en Montañita.

### Croquis

Desde la comuna de Montañita, se sigue por la Ruta del Spondylus y se pueden tomar dos caminos: se puede seguir la misma ruta que está señalado con púrpura y el camino señalado con rojo pasa por el Santuario Blanca Estrella del Mar. Se continúa recto hasta llegar a Olón.

Ilustración 13 *Croquis del lugar en donde se pretende realizar el proyecto desde Google Earth*



Fuente: Google Earth

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

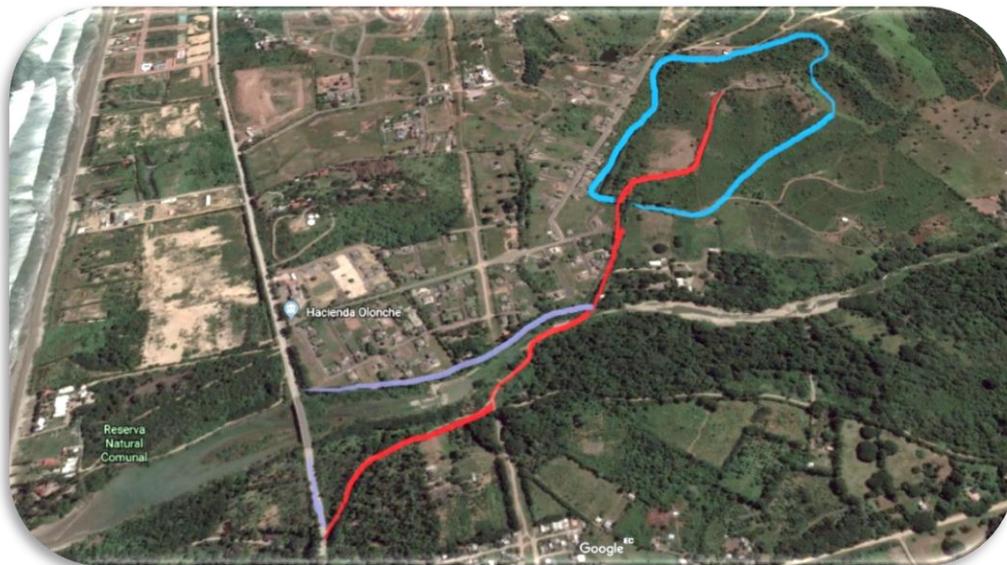


Fuente: Google Earth

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

Se tiene que pasar por todo el pueblo de Olón, hasta llegar a un puente, mismo que está encerrado en un círculo.



Fuente: Google Earth

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

Aquí se tiene 2 opciones de acceso: la primera es antes de cruzar el puente, como se puede apreciar en la imagen, el cual está señalado con rojo hasta llegar al lodge; para el segundo acceso se tiene que cruzar el puente y seguir el camino señalado con púrpura y después seguir el mismo camino. La parte señalada con turquesa corresponde a todo el terreno que corresponde a los socios, mientras que la parte señalada con violeta corresponde al sitio en donde se encuentran las cabañas.



Fuente: Google Earth

Realizado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

Este terreno se denomina “Naranjillo”, está constituido por 15 hectáreas. Los socios lo adquirieron hace 5 años por el precio de \$400.000,00, incluidas las 6 cabañas.

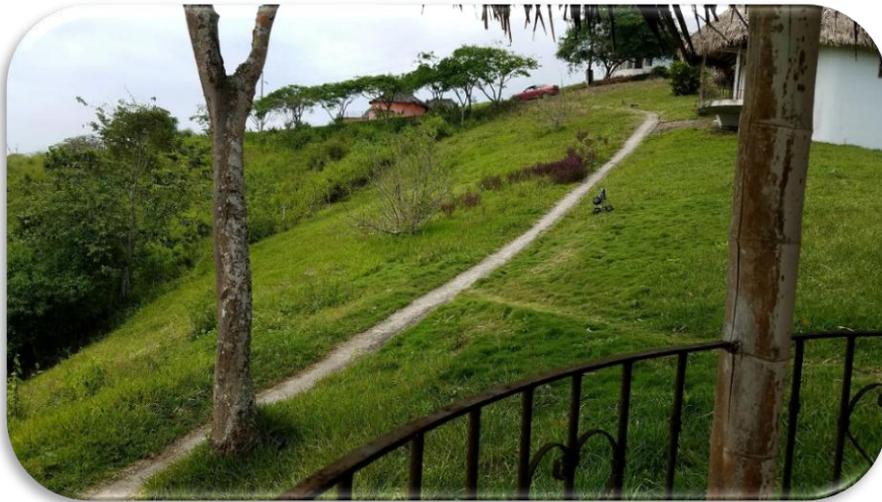
Ilustración 14 *Acceso a las cabañas en la comuna de Olón*



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

Ilustración 15 *Cabañas del proyecto para la creación del lodge*



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

## 1.6 Análisis Foda del proyecto

La matriz FODA es una herramienta de análisis que determina las Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir de alguna manera) y Amenazas (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos). Esta herramienta se ha decidido aplicar como objeto de estudio para diagnosticar la situación actual del proyecto, saber tomar decisiones y mejorar situaciones futuras. Como resultado se obtuvo que es posible aprovechar las fortalezas y oportunidades del proyecto para evitar o disminuir repercusiones de las debilidades y amenazas.

Tabla 13 *Análisis Foda del proyecto*

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1 – Existencia de una estructura básica para la creación del Lodge en Olón.            F2 - Ubicación estratégica al estar situado en una zona cercana a un balneario.            F3 - Apoyo por parte de los propietarios del Lodge.            F4 – Belleza paisajística alrededor del Lodge.            F5 – Ventaja al estar situado cerca de la comuna de Montañita.</p>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1 – Desventaja frente a otros establecimientos ya posicionados frente al mercado, al ser una empresa relativamente joven.            D2 – Escasa difusión de los recursos turísticos existentes en la zona.            D3 – Gastos de inversión para nueva infraestructura.            D4 – No existe un manejo adecuado de las aguas servidas.            D5- Deterioro de recursos naturales por la implementación de infraestructura nueva.</p>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1 – Producto diferenciado, no existen diversos establecimientos de alojamiento de esta categoría en la zona.            O2 – Se ubica cerca de atractivos turísticos de gran importancia para el visitante.            O3 – Proyecto con visión sostenible.            O4 – Fomento al desarrollo de políticas para el Turismo interno.            O5 – Vías de acceso al Lodge en buenas condiciones.</p>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1- Aparición de nuevos emprendimientos hoteleros.            A2 – Desastres naturales repentinos que afectaría significativamente la demanda.            A3 – Inestabilidad económica del país.            A4- Mala política pública hacia la conservación de balnearios.            A5 – Aumento constante de los costos de servicios de transporte.</p>

Fuente: Elaboración propia

### 1.6.1 Foda Cruzado

Es una herramienta que me ayuda a desarrollar cuatro tipos de estrategias. Para las fortalezas y oportunidades se utilizaron estrategias ofensivas; para las debilidades y oportunidades se propuso una serie de estrategias de reorientación; para las fortalezas y amenazas se implementaron estrategias defensivas y por último para las debilidades y amenazas se han propuesto estrategias de supervivencia.

Tabla 14 *Foda Cruzado del Proyecto*

MATRIZ FODA CRUZADO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Existencia de una estructura básica para la creación del Lodge en Olón.	D1. Desventaja frente a otros establecimientos ya posicionados frente al mercado, al ser una empresa relativamente joven.
	F2. Ubicación estratégica al estar situado en una zona cercana a un balneario.	D2. Escasa difusión de los recursos turísticos existentes en la zona.
	F3. Apoyo por parte de los propietarios del Lodge en Olón.	D3. Gastos de inversión para nueva infraestructura.
	F4. Belleza paisajística alrededor del Lodge.	D4. No existe un manejo adecuado de las aguas servidas.
	F5. Ventaja al estar situado cerca de la comuna de Montañita.	D5. Deterioro de recursos naturales por la implementación de infraestructura nueva.
OPORTUNIDADES	FORTALEZAS + OPORTUNIDADES	DEBILIDADES + OPORTUNIDADES
O1. Producto diferenciado, no existen diversos establecimientos de alojamiento de esta categoría en la zona.	Conservar y mantener en buen estado la estructura del Lodge para aumentar su demanda.	Aprovechar el hecho de que es un producto diferenciado y aunque existan otros establecimientos ya posicionados, estos no ofrecerían los mismos servicios.

O2. Se ubica cerca de atractivos turísticos de gran importancia para el visitante.	Aprovechar su ubicación estratégica debido a que es un punto importante para la atracción del visitante.	Actualizar los sistemas informáticos de información turística, páginas web y estrategias de redes sociales.
O3. Proyecto con visión sostenible.	Se pretende que este proyecto sea amigable con el medio ambiente.	Implementar este proyecto aportando en el aspecto económico, social y ambiental.
O4. Fomento al desarrollo de políticas para el Turismo interno.	Es importante el desarrollo de políticas que apoyan al Turismo y a la conservación los recursos naturales que hacen que el sector sea agradable.	Implementar políticas para el manejo adecuado de las aguas servidas.
O5. Vías de acceso al Lodge en buenas condiciones.	Al tener vías de acceso en buen estado, se aprovecharía la ventaja de tener cerca a atractivos de gran importancia.	Conservar las vías de acceso y los recursos naturales para que no se deterioren por el implemento de nueva infraestructura.
<b>AMENAZAS</b>	<b>FORTALEZAS + AMENAZAS</b>	<b>DEBILIDADES + AMENAZAS</b>
A1. Aparición de nuevos emprendimientos hoteleros.	Crear estrategias de mercado ante la competencia.	Capacitación al personal para la prestación de servicios innovadores.
A2. Desastres naturales repentinos que afectaría significativamente la demanda	Tomar medidas precautelares ante los desastres naturales repentinos.	Crear nuevas estrategias de difusión agregando un plus al destino.
A3. Inestabilidad económica del país.	Ante los posibles desbalances económicos, contar con patrimonio para solventar inconvenientes.	Mantener un patrimonio para posibles gastos fortuitos
A4. Mala política pública hacia la conservación de balnearios.	Crear políticas dirigidas al cuidado ambiental dentro del Lodge.	Implementar políticas de manejo de aguas servidas dentro del Lodge que sean amigables con el medio ambiente.
A5. Aumento constante de los costos de servicios de transporte.	Aprovechar la ubicación estratégica del Lodge.	Optar por nuevas alternativas de transporte que disminuya los altos costos.

Fuente: Elaboración propia

## 1.6.2 Matriz de Confrontación

La matriz de confrontación es útil para obtener información muy valiosa sobre qué cuadrante hay que prestar más atención, cuáles son los factores más importantes a tener en cuenta y qué estrategias debe realizar la empresa para potenciar unos y evitar otros.

Como resultado de la matriz de confrontación, se obtuvo que el cuadrante en el cual se tiene que trabajar es el de fortalezas + oportunidades con un total de 181 puntos, puesto que son los dos factores más importantes y sobresalientes del proyecto.

Después tenemos a las debilidades + oportunidades con un total de 76 puntos; fortalezas + amenazas con 58 puntos y por último las debilidades + amenazas con un total de 56 puntos.

Tabla 15 *Matriz de Confrontación del proyecto*

MATRIZ DE CONFRONTACIÓN	OPORTUNIDADES						AMENAZAS					SUMA	TOTAL	
	O1	O2	O3	O4	O5	SUMA	A1	A2	A3	A4	A5			
<b>FORTALEZAS</b>	F1	10	5	5	5	10	35	1	10	0	1	0	12	47
	F2	10	10	10	5	10	45	5	5	0	1	5	16	61
	F3	5	1	5	5	5	21	1	0	0	0	0	1	22
	F4	10	5	10	10	5	40	5	5	0	0	1	11	51
	F5	10	10	5	10	5	40	5	1	1	1	10	18	58
	<b>SUMA</b>	<b>45</b>	31	35	35	35	<b>181</b>	17	<b>21</b>	1	3	16	<b>58</b>	
<b>DEBILIDADES</b>	D1	10	1	5	1	5	22	5	1	1	1	1	9	31
	D2	5	5	5	5	0	20	5	0	5	1	0	11	31
	D3	1	0	0	1	0	2	5	5	5	1	1	17	19
	D4	0	1	5	5	0	11	1	1	5	1	0	8	19
	D5	1	0	10	0	10	21	5	5	1	0	0	11	31
	<b>SUMA</b>	17	7	<b>25</b>	12	15	<b>76</b>	<b>21</b>	12	17	4	2	<b>56</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>62</b>	<b>38</b>	<b>60</b>	<b>47</b>	<b>50</b>		<b>38</b>	<b>33</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>18</b>			



FO= Fuertemente proactivo

DO= Débilmente proactivo

FA= Fuertemente reactivo

DA= Débilmente reactivo

MATRIZ DE CONFRONTACIÓN	TOTAL
FORTALEZAS + OPORTUNIDADES	<b>181</b>
DEBILIDADES + OPORTUNIDADES	<b>76</b>
FORTALEZAS + AMENAZAS	<b>58</b>
DEBILIDADES + AMENAZAS	<b>56</b>

Fuente: Elaboración propia

### **1.6.3 Foda Ponderado**

El Foda ponderado es una herramienta que me permite analizar el factor de optimización frente al factor de riesgo, el que tenga el mayor resultado es el que definirá si definitivamente es óptimo o riesgoso el desarrollo del proyecto.

Cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas tienen un puntaje, desde 1 hasta 3, siendo 1 nivel bajo; 2 nivel medio y 3 nivel alto. El puntaje y resultado de esta matriz dio como resultado:

- Factor de Optimización (fortalezas + oportunidades) igual a 60,42%
- Factor de Riesgo (debilidades + amenazas) igual a 39,58%

Como conclusión, el factor de optimización fue mayor o superior al factor de riesgo; por lo tanto, el desarrollo del proyecto es factible.

Tabla 16 *Matriz de Foda ponderado del proyecto*

NIVEL ALTO	NIVEL MEDIO	NIVEL BAJO
3	2	1

MATRIZ FODA PONDERADO							
FORTALEZAS		DEBILIDADES		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
F1 – Existencia de una estructura básica para la creación del Lodge en Olón.	3	D1 – Desventaja frente a otros establecimientos ya posicionados frente al mercado, al ser una empresa relativamente joven.	3	O1– Producto diferenciado, no existen diversos establecimientos de alojamiento de esta categoría en la zona.	2	A1- Aparición de nuevos emprendimientos hoteleros.	2
F2 - Ubicación estratégica al estar situado en una zona cercana a un balneario.	3	D2 – Escasa difusión de los recursos turísticos existentes en la zona.	3	O2 – Se ubica cerca de atractivos turísticos de gran importancia para el visitante.	3	A2 – Desastres naturales repentinos que afectaría significativamente la demanda.	1
F3- Apoyo por parte de los propietarios del Lodge en Olón.	3	D3 – Gastos de inversión para nueva infraestructura.	2	O3 – Proyecto con visión sostenible.	3	A3 – Inestabilidad económica del país.	3
F4 - Belleza paisajística alrededor del Lodge.	3	D4 – No existe un manejo adecuado de las aguas servidas.	1	O4 – Fomento al desarrollo de políticas para el Turismo interno.	3	A4 – Mala política pública hacia la conservación de balnearios.	2
F5 - Ventaja al estar situado cerca de la comuna de Montañita.	3	D5 - Deterioro de recursos naturales por la implementación de infraestructura nueva.	1	O5 - Vías de acceso al Lodge en buenas condiciones.	3	A5 - Aumento constante de los costos de servicios de transporte.	1

Fuente: Elaboración propia

FODA PONDERADO							
F+O		D+A		D+O		F+A	
F1+O1	3+2 = 5	D1+A1	2+2 = 4	D1+O1	2+2 = 4	F1+A1	3+2 = 5
F2+O2	3+3 = 6	D2+A2	3+1 = 4	D2+O2	3+3 = 6	F2+A2	3+1 = 4
F3+O3	3+3 = 6	D3+A3	2+3 = 5	D3+O3	2+3 = 5	F3+A3	3+3 = 6
F4+O4	3+3 = 6	D4+A4	1+2 = 3	D4+O4	1+3 = 4	F4+A4	3+2 = 5
F5+O5	3+3 = 6	D5+A5	1+1 = 2	D5+O5	1+3 = 4	F5+A5	3+1 = 4
<b>TOTAL = 29</b>		<b>TOTAL = 18</b>		<b>TOTAL = 23</b>		<b>TOTAL = 24</b>	

FODA PONDERADO Y DE RIESGOS		PORCENTAJES
FORTALEZAS	15	31.25%
DEBILIDADES	10	20.83%
OPORTUNIDADES	14	29.17%
AMENAZAS	9	18.75%
<b>TOTAL FODA PONDERADO</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

FACTOR DE OPTIMIZACIÓN	FACTOR DE RIESGO
FORTALEZAS = 31.25%	DEBILIDADES = 20.83%
OPORTUNIDADES = 29.17%	AMENAZAS = 18.75%
<b>TOTAL = 60.42%</b>	<b>TOTAL = 39.58%</b>

Fuente: Elaboración propia

## 1.7 Catastro turístico de la comuna de Olón

Tabla 17 *Catastro turístico de la comuna de Olón*

NOMBRE COMERCIAL	TIPO	CATEGO.	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	N° HAB/MESAS	PLAZAS
BAMBINO	HOSTAL	TERCERA	NELSON GUILLERMO MENA COBA	Calle Malecón y AV. 11 de marzo esq.	12	37
BARLOVENTO	HOSTERÍA	SEGUNDA	JACQUELINE ARAUZ BARREZUETA	Calle Pelicano y Avenida Arco Iris	6	25
BELLA AURORA	HOSTERÍA	SEGUNDA	GICELA PROAÑO LÓPEZ	Vía a San Vicente de Loja	12	42
EDDIE'S TACOS	RESTAURANTE	TERCERA	ASTRID MENA BURGOS	AV. Principal junto al Subcentro de Salud	9	36
EL DESCANSO FAMILIAR	PENSIÓN	TERCERA	PEDRO MANUEL REYES LINO	Calle 11 de marzo y Omar Esthalin	7	14
EL GRAN AZUL	PENSIÓN	TERCERA	DEAN POPHORISTOVA GORDANA	AV. 13 de diciembre	7	23

N y J	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	JACQUELINE LAYANA CORDOVA	Comuna Olón AV. Malecón y calle 13 a dos cuadras del parque	14	32
OLAS DEL MAR	HOSTAL	TERCERA	ROSA AMALIA GONZABAY SUAREZ	Calle Ohtmar a una cuadra del malecón	12	23
PACHOS HOUSE	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	HECTOR SEMPETEGUI P.	Junto a la Iglesia	15	50
RINCON DE OLON	PENSIÓN	TERCERA	KOOPMANN GIJS	Calle Alberto Potes	9	24
SURF OLON	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	RICHARD ALEXIS RODRIGUEZ SAÑUDO	Calle Ruta del Spondylus S/N	12	40
TERRACE INN	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	BELL CHARLES ROBERT	Diagonal al parque principal	12	28
THE SEA GARDEN HOUSE	HOSTERÍA	TERCERA	MADARIAGA JEDES RODOLFO SERGIO	Malecón del Sol y AV. La Misericordia	7	25

EL RETIRO	HOSTERÍA	PRIMERA	CIA LECIESICIE TE S.A REP. LEGAL ING. LUIS ALARREA	K 1 1/2 San Vicente de Loja a 5 cuadras del retén de policía	9	43
FINCA BELLA AURORA	HOSTERÍA	SEGUNDA	GICELA ANABEL PROANO LOPEZ	KM2 Vía San Vicente de Loja	12	42
HAPPY HILL	HOSTERÍA	SEGUNDA	ALVARO RAMOS CASTILLO	AV. Principal Ruta Spondylus	15	52
ISRAMAR	HOSTAL	SEGUNDA	DORIS AMARIRIS CEVALLOS MOREIRA	AV. Santa Lucía y Rosa Mística	10	28
LA CORONA	HOSTAL	PRIMERA	NANCY LOPEZ CARRERA	Calle Misericordia de Dios	17	56
LA MARIPOSA	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	NICOLA CASSINIS	AV. 13 de diciembre y Rosa mística	12	37
LA JUNGLA CASA DE ALBERGE	CASA DE HUÉSPEDES	UNICA	GUSTAVO EDUARDO GARCIA QUISIGUÑA	13 de diciembre, Alberto Potes S/N	4	5

Fuente: EMUTURISMO (Cantón Santa Elena)

Elaborado por: Jasmine Escudero Pinos

Fecha: 2018

Este catastro turístico es de mucha utilidad, debido a que sirve como referencia para determinar el nivel de competencia que este proyecto tendría cuando empiece con sus funciones; así como también saber con qué establecimientos se pueden hacer acuerdos o convenios para mejorar el servicio a los clientes.

### Conclusión

En este capítulo, se puede concluir que la comuna de Olón cuenta con buena infraestructura como vías de comunicación, señalética, etc., que resulta ser indispensable para sus visitantes; a más de contar con atractivos de gran potencial que son clave para su desarrollo.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. MARKETING**

#### **Introducción:**

En este capítulo se definieron diversas estrategias de marketing, puesto que, en el sector de la hostelería, aunque las ventas y la publicidad no son lo mismo, son dos de las funciones del marketing que son de gran utilidad para dar a conocer al lodge, son un conjunto de herramientas que funcionan juntas para dar lugar a clientes satisfechos; y para ello primeramente se tuvo que definir el segmento de la demanda, para ver a quienes nos dirigimos y sus necesidades y después se definió la oferta de valor que sea accesible y disponible.

#### **2.1 Propuesta de un plan de Marketing**

##### **2.1.1 Análisis del establecimiento y su entorno**

El presente proyecto de la creación de un Lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena, apoyará y contribuirá al desarrollo de la actividad turística de la zona de una manera eficiente y eficaz; para ello se planteará lo siguiente:

##### **Objetivos**

Objetivo General de la propuesta del plan de Marketing:

“Proponer la creación de un Lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena, canalizando servicios de acuerdo a los requerimientos y exigencias del mercado, determinando el nivel de competitividad mediante la implementación de estrategias de marketing”.

Objetivos Específicos de la propuesta del plan de marketing:

- ❖ Desarrollar estrategias de mercadeo que promocionen nuestros servicios.
- ❖ Conseguir la fidelidad de nuestros clientes.
- ❖ Cumplir con el margen de ventas propuestas.

### **2.1.2 Análisis del Mercado**

Investigación del mercado

La provincia de Santa Elena cuenta con tres cantones: Salinas, la Libertad, (siendo esta la más poblada) y el cantón Santa Elena que alberga parroquias de índole turística arqueológica como: Santa Elena, Atahualpa, Colonche, Chanduy, Manglaralto, Simón Bolívar y San José de Ancón; misma en donde se localiza la comuna de Olón, que se encuentra de 0 a 40 msnm, su clima oscila entre 25 y 29°C, a menos de 5 minutos de su playa más cercana Montañita, 195km de la ciudad de Guayaquil y a 635km aproximadamente de la ciudad de Quito.

Uno de los atractivos más sobresalientes es su playa, la playa de Olón, muy tranquila con un hermoso paisaje natural., con su extensión de 3km que resulta ser una de las más grandes del Ecuador.

A través de una investigación realizada se ha comprobado que cuenta con servicios como restauración y alojamiento por lo general; sin embargo, se ha visto la necesidad de implementar un establecimiento que ofrezca estos y otros servicios en un solo lugar, satisfaciendo así las necesidades de los visitantes y a la vez aportando al desarrollo del Turismo en la zona. Para ello, se ha visitado en varias ocasiones el lugar en donde se pretende realizar el proyecto, para lo cual necesita mejorar la infraestructura en cuanto a las vías de acceso y señalética y así ofrecer un mejor servicio.

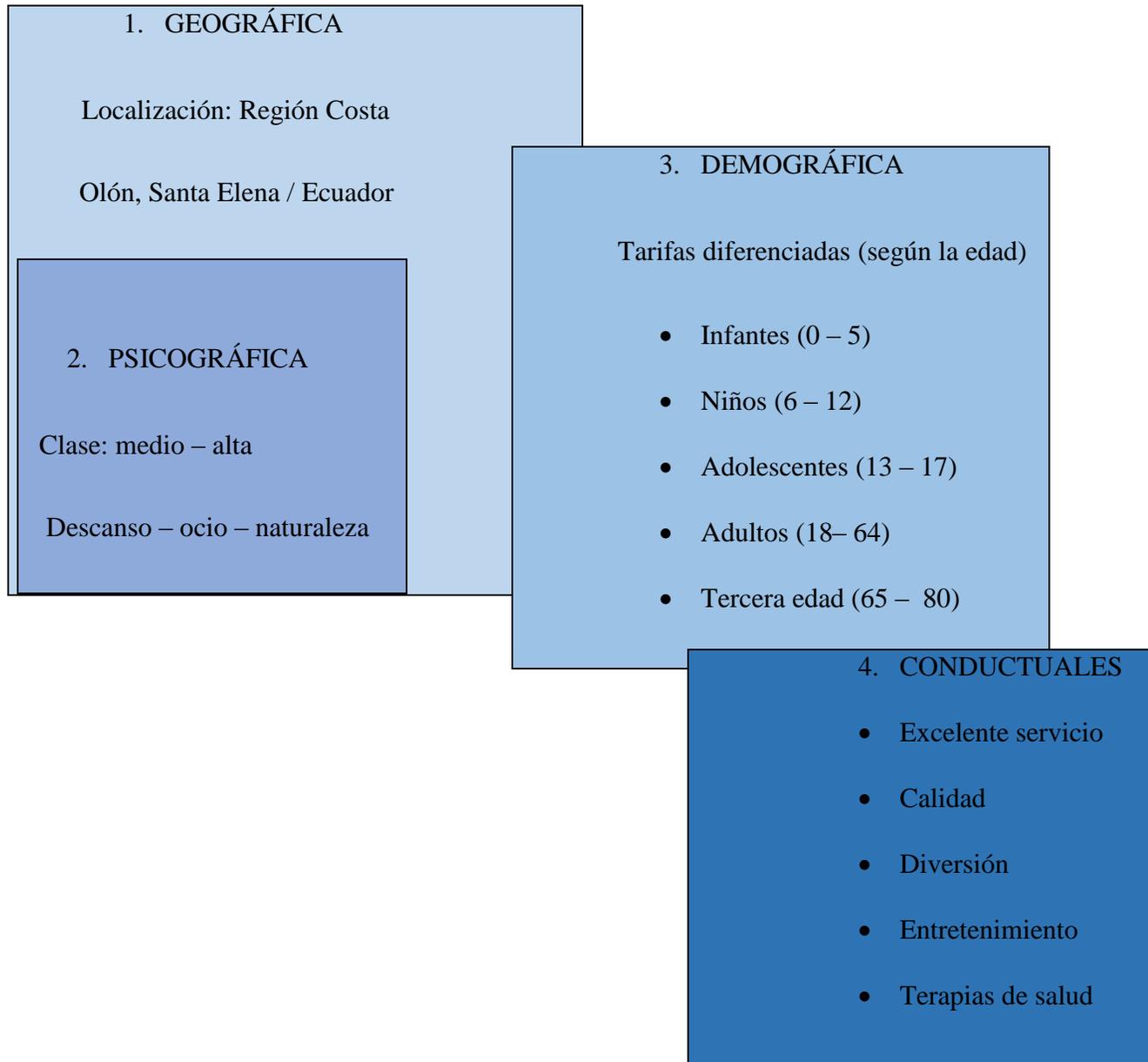
## Cliente

Es de suma importancia tener en cuenta el perfil del cliente ya que es una parte fundamental para el funcionamiento de la empresa, esto se conseguirá a través de la investigación de mercado porque de esa manera se conocerá cuáles son sus necesidades, deseos, expectativas, etc.

La satisfacción del cliente será una de las prioridades de la empresa; depende de la medida en el que el producto aporta valor en relación con las expectativas del cliente. Si la aportación de valor es escasa, dadas las expectativas del cliente, estará insatisfecho; por otro lado, si la aportación supera las expectativas, el cliente estará complacido.

Las expectativas del cliente se basan en sus experiencias pasadas, anécdotas de familiares o amigos y lo que siempre buscan es llevar un recuerdo inolvidable del lugar o los lugares que visitó y las actividades que realizó.

Tabla 18 *Segmento de la demanda*



Fuente: Elaboración propia

Nuestros servicios estarán dirigidos a todas las personas que tengan la necesidad de hospedarse en un establecimiento de alojamiento, en este caso un Lodge, ya sea para utilizar nuestras instalaciones para organizar eventos de todo tipo, así como también, personas quienes estén visitando nuestra región Costa, sin distinción de su clase social.

Tabla 19 *Tipos de Público*

<b>PÚBLICO PRIMARIO</b>	<b>PÚBLICO SECUNDARIO</b>	<b>PÚBLICO TERCIARIO</b>
 Familias Entre 0-80 años	 Parejas Entre 25-40 años	 Solteros Entre 25-45 años
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos universitarios</li> </ul> Entre 18-25 años	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos empresariales</li> </ul> Entre 25-45 años	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo de amigos</li> </ul> Entre 25-45 años

Fuente: Elaboración propia

- ❖ Visitantes ecuatorianos, jóvenes, familias y parejas que decidan pasar sus vacaciones en la comuna de Olón, aquellos que buscan tranquilidad y dan prioridad al entorno natural, escapando del ruido de la ciudad y la rutina diaria.
- ❖ Visitantes extranjeros de igual manera jóvenes, familias y parejas que busca rodearse de la naturaleza y convivir con el medio ambiente.

Durante los días 4 - 5 de enero del presente año y 12 - 13 de febrero (por el feriado de carnaval), se realizó una encuesta, teniendo así información válida para poder determinar con mayor facilidad a qué segmento de mercado es necesario dirigirse y trabajar con más énfasis; por ello, cada día se realizaron 25 encuestas a un total de 100 visitantes reales en la playa de Olón y otros atractivos de la comuna; los resultados fueron los siguientes:

Tabla 20 *Resultados de las encuestas*

1) Edad	26 - 45 años (48%)
2) Género	Femenino (62%)
3) Estado Civil	Soltero /a (51%)
4) Motivo de viaje	Turismo (92%)
5) ¿Con quién viaja?	Familia (48%)
6) Tiempo de estadía	1 - 3 días (57%)
7) Aspecto más importante al escoger un hotel	Seguridad, ambiente y ubicación
8) Dispuesto a gastar el alojamiento por noche	\$25 - \$40 (48%)
9) Preferencia en alojamiento	Lodge (45%)
10) Percepción del servicio de alojamiento en Olón	Bueno (59%)
11) ¿Le gustaría que se implemente un lodge spa en Olón?	Si (100%)
12) A más de spa, ¿le gustaría servicios de yoga y meditación?	Si (100%)

Fuente: Elaboración propia

Con los resultados se puede deducir que nos podríamos enfocar en actividades que puedan realizar las familias en general, puesto que su motivo principal de viajar a la comuna de Olón es por turismo; ofrecer servicios que logren hacer que el cliente alargue su estancia; brindar seguridad, crear un buen ambiente y en cuanto a su ubicación es una de nuestras mejores cualidades. En sí, todos han reaccionado de manera positiva y se han mostrado muy interesados por el proyecto.

#### Relaciones con Clientes

Lo que se pretende es tener una relación sólida con el cliente, de manera que en un futuro garantice su fidelidad, es decir, volver a considerar los servicios que serán ofrecidos por el *Lodge*, así como también, recomiende el lugar a otras personas. Por lo tanto, lo que se quiere proporcionar son servicios de alta calidad, considerados con el medio ambiente y un equilibrio entre el precio con la calidad.

## Propuestas de Valor

Se relaciona con los servicios turísticos que serán ofertados, con un buen equilibrio entre el precio y la calidad como ya se mencionó anteriormente, para que la demanda pueda acceder a todos los servicios turísticos.

La propuesta de valor incluye que los clientes puedan estar al tanto del Lodge a través de su página web, para que puedan conocer los servicios, revisar fotografías del lugar, así como también, realizar reservas, si existe disponibilidad y estar al tanto de las actividades. Pues es una acción importante que quizás los prestadores de servicios actuales no toman en cuenta, y que es indispensable para saber tomar las mejores decisiones.

Considerando todo lo analizado y el lugar en donde se pretender crear el Lodge y para quienes realmente disfrutan de la naturaleza, la paz y tranquilidad, este es el lugar ideal para hacerlos, renovar el cuerpo tanto física como espiritualmente, para aquellas personas que se quieren desconectar del estrés y trabajo diario; por todo ello se puede definir las actividades que los visitantes pueden realizar:

- ❖ Actividades que se relacionen con el entorno y el ambiente (Yoga, meditación, etc.)
- ❖ Práctica de deportes (Surf)
- ❖ Paseo en bicicleta
- ❖ Spa (masajes, tratamientos relajantes, etc.)
- ❖ Actividades fuera del lodge

## Servicios Claves

El principal servicio y fuente de ingresos será el servicio de alojamiento, por ello, la limpieza de las cabañas y todo el lugar, su cuidado, y sobre todo el trato hacia los clientes desde su recepción hasta su salida es totalmente fundamental y clave para un correcto funcionamiento; y es aquí donde el cliente genera una imagen de nuestro servicio en su mente y si les resulta positivo, generamos fidelidad de su parte y a su vez realizan publicidad boca a boca con otras personas, entonces es indispensable e importante que lleven consigo una experiencia muy buena e inolvidable.

Otra fuente de ingresos será del restaurante, y para ello se debe tener en cuenta una correcta estructura de abastecimiento para todos los clientes, con un menú adecuado al lugar y que sea de agrado al cliente.

## Recursos Claves

La persona ideal para el manejo de todos los recursos claves del Lodge será el/la administrador/a, porque es la persona que debe asegurarse constantemente que la propuesta de valor se cumpla, que todo funcione correctamente, que las instalaciones estén en buen estado, debe estar al tanto de la página web y actualizaciones para que los visitantes estén al tanto; es por eso que la selección del personal deberá ser llevado a cabo por un proceso minucioso para que la calidad que brindemos sea el mejor.

En cuanto al restaurante, la persona que estará al mando será el Chef, pues deberá contar las capacidades y habilidades para hacerlo; ser creativo para la elaboración de los menús y que se relacionen con el entorno, logrando así más atracción por parte del cliente que se aloje en el Lodge.

Otro factor importante es el terreno en donde se sitúa el Lodge, puesto que es el espacio en donde se realizan las actividades turísticas, existe mucho terreno sin ser ocupado que ayudaría mucho para generar más espacios de vinculación, así como también, dar lugar a más actividades.

### Socios Claves

Los socios claves corresponden a los proveedores locales, como por ejemplo para obtener mariscos frescos por parte de los pescadores de la zona, teniendo así colaboración de su parte, quienes nos brindarían los insumos necesarios para dar servicio a los visitantes y al mismo tiempo estaríamos generando fuentes de empleo.

Por otra parte, la Empresa Municipal de Turismo del cantón Santa Elena sería otro socio clave para dar publicidad al Lodge en sus eventos, entregando folletos en su oficina, etc.

### Fuentes de Ingresos

El principal ingreso económico que tendrá el Lodge será por parte de los servicios de alojamiento, compuesto por el pago del mismo dependiendo del número de noches que permanezca el cliente, así como también, servicios adicionales que requieran como servicio a la habitación (snacks) y el consumo de bebidas que ya se encontrarán en cada una de las habitaciones. Otro ingreso relevante corresponde al restaurante, que será requerido por los huéspedes.

Nuestro Spa será otro servicio que nos proporcione ingresos económicos, este servicio será un servicio adicional, es decir, no estará incluido en el costo total de alojamiento.

### Modelo de Negocio

El modelo de negocio del Lodge se basa en 3 ejes principales para que el desarrollo del proyecto tenga resultados positivos:

1. Generar fuentes de empleo a personas locales, colaborando así con el desarrollo económico y social de la zona.
2. Ser amigables y considerados con la naturaleza, el medio ambiente y el entorno natural que rodea todo el Lodge.
3. Brindar un excelente servicio a nuestros futuros huéspedes tanto como sea posible, para satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas, asegurando de esa manera su fidelidad.

Dada la estructura básica que el lugar ya posee, el Lodge estaría compuesta por 5 habitaciones (cabañas), con capacidades de 4 personas más una adicional en cada una. Cada habitación o cabaña posee un frigobar, Tv con cable, un baño, cómoda para la ropa y un balcón con vista a la playa.

#### Servicios a ofrecer

- ✓ Servicio de alojamiento
- ✓ Servicio de restauración
- ✓ Servicio de Spa, yoga y meditación.
- ✓ Otros Servicios: Tv Cable, frigobar, room service.

#### Estrategia de Promoción y Publicidad

El presente proyecto se enfoca en el desarrollo de acciones estratégicas de promoción que permitan a “LUNA TURQUESA”; siendo esta un establecimiento de alojamiento que estaría situado en la comuna de Olón, Provincia de Santa Elena, que se base en la ejecución de actividades que pueden darse en el mismo, las funciones que desempeñan los futuros colaboradores y las herramientas y recursos que se utilizarán.

Antes que nada, para poder darnos a conocer, debemos trabajar en conjunto con Agencias de Viajes y operadoras, de esa manera también estaremos promoviendo más el Turismo en el país; después pondremos en práctica otras estrategias y acciones que no ayuden a la atracción de clientes.

Hoy en día prácticamente todo se maneja a través de los teléfonos celulares, tablets, etc. Los clientes revisan todo constantemente por medio de estos aparatos electrónicos, realizan consultas y reservas porque ahorra tiempo; por ello crearíamos anuncios publicitarios que sean diseñados específicamente para que sean vistos mediante estos medios electrónicos.

Lo que se quiere lograr es básicamente la satisfacción de los futuros clientes, y sus opiniones son de gran importancia para tener como respaldo que estamos haciendo un buen trabajo. Conforme pasa el tiempo y con las nuevas tecnologías, se debe adoptar las mejores estrategias de marketing para no dejar pasar oportunidades de negocio y está más que demostrado que los comentarios y las opiniones positivas que emiten por las redes sociales genera un gran impacto en una empresa, nos damos a conocer más con el paso del tiempo, hacer que los clientes publiquen su experiencia, en una plataforma muy conocida y especializada en Turismo actualmente como por ejemplo TripAdvisor, que es una aplicación en donde las personas recurren mucho para elegir el lugar ideal para satisfacer sus necesidades.

Se podrían elaborar carteles y folletos, a pesar de que son muy comunes y típicos pues también son eficientes. Tenemos que aprovechar que la gente sale más a la calle, los días son más largos y la gente llega a los destinos expectantes por hacer cosas, conocer y disfrutar al máximo con las posibilidades que les ofrece el entorno.

Las acciones de Street Marketing son una buena manera de poner en relación el alojamiento y el destino. Aquí buscamos ser creativos y dinámicos; por ejemplo, se pueden repartir galletas o

botellas de agua fresca con el logo del Lodge en puntos estratégicos como colegios y universidades, edificios, atractivos turísticos etc.

Crear una Página Web que sea bien diseñada, en donde se encuentre toda la información que el huésped o cliente necesite saber con respecto al Lodge, que tenga una buena gama de colores y especifique todas las actividades y servicios que ofreceremos; así como también tener una buena presencia en las redes sociales más conocidas como Facebook e Instagram.

Es indispensable e importante fidelizar a los huéspedes y se puede lograr con promociones o descuentos en su próxima visita si realiza su reserva a través de la página web y de esa manera estaríamos generando interés de su parte y por ende los motivaríamos para que regresen al Lodge.

### **2.1.3 Estrategias y Tácticas de Mercado**

Ofertas y promociones temáticas

- Escapada multi-aventura: Esta promoción temática tiene como objetivo atraer al público más joven, grupos y familias, así como también, cautivar a los huéspedes más activos y aventureros. Incentivar la oferta de estancias con pack de materiales deportivos incluidos como tablas de surf, motos acuáticas o bicicletas.
- Escapada romántica: Queremos ser innovadores y salir de la rutina como ofrecer solamente la botella de vino en la habitación, pues hemos propuesto los siguientes puntos:
- Fin de semana con cena romántica, pétalos de flores y velas en la habitación, actividades de guianza personalizada, descuentos especiales en nuestro Spa.
- Escapada Relax: Se ha propuesto esta promoción temática para aquellas personas que necesitan desconectarse de la rutina y de lo cotidiano, ofreciéndoles un fin de semana

especial con alojamiento y experiencia relajante incluida, complementos en masajes, un circuito termal y spa.

Para fechas específicas: (desde 3 noches)

- San Valentín: cena romántica con velas aromáticas en la habitación, circuito termal con el 50% de descuento, masajes gratis
- Día del Padre y la Madre (desde cuatro personas): estancia + entrada ilimitada al spa
- Masaje y tratamiento de belleza; guianza gratis, desayuno y almuerzo para llevar a la playa

Oferta para Recién Casados (LUNA DE MIEL desde 3 noches)

- Cena a la luz de la luna organizada en la playa
- Estancias de lunes a jueves con circuito de spa y masaje relajante de 20 minutos gratis

Oferta de verano para solteros:

- Desde 3 noches dos sesiones de masajes de 25 min gratis
- Dos noches de bebidas ilimitadas hasta las 3am
- Desayuno hasta las 12pm

Entorno Económico

En los últimos años, los hoteles en Ecuador se han incrementado debido al mayor movimiento turístico y el aumento en la capacidad de gasto de las personas. Por esta razón varias cadenas internacionales e inversionistas nacionales le han apostado a Ecuador como un destino privilegiado para construir o administrar un hotel y brindar a los huéspedes el mejor de los servicios (Revista La Barra, 2013).

## Competencia

Se ha tomado como referencia el hostel “The Sea Garden House” que se encuentra aproximadamente a 15 minutos del lugar en donde se quiere implementar el presente proyecto; ofreciendo principalmente servicio de alojamiento, cuenta con 7 habitaciones con baño privado y con capacidad para 27 personas, conexión Wi-Fi gratuita y balcón privado con vista al mar, también posee una sala de juegos, mesas y hamacas para descansar; todos los días sirven el desayuno.

Ilustración 16 *The Sea Garden House* Hostería en Olón



Fuente: The Sea Garden House

Fecha: 2018

Por otra parte, el presente proyecto cuenta con un amplio espacio de terreno que permite la implementación de otros servicios como restauración, Spa y la práctica de Yoga, rodeado de un paisaje natural hermoso, promoviendo el turismo de naturaleza.

También se dispondría de un parqueadero, que es de gran importancia para visitantes que llegan en sus propios autos.

Como ya se ha mencionado anteriormente, se brindará un coctel de bienvenida para la llegada de los huéspedes, para que su experiencia sea de mucho agrado desde el principio, después de haber brindado todos los servicios que se ofrecerá a los huéspedes, se entregará un bocadillo de despedida como un plus, demostrando así que su satisfacción es la nuestra, esperando su pronto regreso.

## **2.2 Propuesta de un plan de mercado**

### **2.2.1 Estrategia de precio**

La aplicación de esta herramienta es indispensable en cualquier empresa puesto que genera ingresos, por lo que es muy importante que dentro de la empresa se establezcan estrategias de precios que permitan alcanzar los objetivos.

#### **a. Por Competencia**

Se ha visto conveniente que la estrategia que ayudará a conseguir los objetivos planteados es el estudio y análisis de los precios de la competencia, tomando nuevamente como referencia el hostel “The Sea Garden House”, ya que al conocer los servicios que ofrece y toda la información necesaria fijaremos los precios más acordes con el servicio de calidad que se pretende brindar.

#### **b. Por Descuentos**

Por la estancia de nuestros clientes frecuentes y atracción de otros, se ofrecerá diversas ofertas, descuentos y promociones; otra estrategia que se implementará será la aplicación de descuentos:

- Descuento por larga estancia (desde 4 días): Este tipo de descuento es muy útil para alargar la estancia media de nuestros futuros huéspedes, es decir, tendrán un descuento del 10% en su próxima estancia en el Lodge.

Para clientes que se han hospedado desde 6 ocasiones, se realizará a manera de un sorteo en su check out sobre las siguientes ofertas para su próxima estancia, incentivando de esta manera su regreso y fidelidad a la empresa:

- 3 noches al precio de 2
- Niños gratis
- Descuentos de 5%, 10%, 15%...
- Reserva 6 días con el 20% de descuento.

Entonces la estrategia consiste en analizar los precios de la competencia y así establecer los nuestros, esta será con una diferencia del 2%, hasta obtener clientes fieles y leales, pero al seguir creciendo y la calidad siga mejorando, los precios se incrementarían al 3%. Con esta estrategia se pretende obtener un gran crecimiento y rentabilidad ya que el precio es una herramienta que genera ingresos.

### **2.2.2 Estrategia promocional**

Para dar a conocer nuestro Lodge tomaremos en cuenta las siguientes herramientas:

#### *Promoción*

Este es uno de los instrumentos fundamentales que la empresa necesitará para transmitir las cualidades de los servicios que se ofrecerá a los clientes, para que pueda ser impulsado a adquirirlo.

Los objetivos de la promoción que utilizaremos será atraer nuevos mercados y aumentar las ventas en épocas críticas.

El presente proyecto se enfocará en el desarrollo de acciones estratégicas de promoción que permitan a “LUNA TURQUESA LODGE”; siendo esta un establecimiento de alojamiento que estaría situado en la comuna de Olón, Provincia de Santa Elena, que se base en la ejecución de actividades que pueden darse en el mismo, las funciones que desempeñan los futuros colaboradores y las herramientas y recursos que se utilizarán.

#### *Alianzas con Operadoras Turísticas*

Antes que nada, para poder darnos a conocer, debemos trabajar en conjunto con Agencias de Viajes y operadoras, de esa manera también estaremos promoviendo más el Turismo en el país; después pondremos en práctica otras estrategias y acciones que no ayuden a la atracción de clientes.

Se puede realizar alianzas estratégicas con ciertas agencias de viajes de la ciudad de Cuenca para que incluya este establecimiento de alojamiento dentro de sus paquetes turísticos; así como también con GO MONTAÑITA S.A, una agencia de viajes ubicado en la comuna de Montañita; puesto que por lo pronto no existe ninguna agencia de viajes en la comuna de Olón; también con

operadoras Online (OTA's) que serán mencionadas posteriormente; se organizaría famtrips con el propósito de que las operadoras conozcan el territorio.

### *Promoción Online*

Hoy en día prácticamente todo se maneja a través de los teléfonos celulares, tablets, etc. Los clientes revisan todo constantemente por medio de estos aparatos electrónicos, realizan consultas y reservas porque ahorra tiempo; por ello crearíamos anuncios publicitarios que sean diseñados específicamente para que sean vistos mediante estos medios electrónicos.

Lo que se quiere lograr es básicamente la satisfacción de los futuros clientes, y sus opiniones son de gran importancia para tener como respaldo que estamos haciendo un buen trabajo. Conforme pasa el tiempo y con las nuevas tecnologías, se debe adoptar las mejores estrategias de marketing para no dejar pasar oportunidades de negocio y está más que demostrado que los comentarios y las opiniones positivas que emiten por las redes sociales genera un gran impacto en una empresa, nos damos a conocer más con el paso del tiempo, hacer que los clientes publiquen su experiencia, en una plataforma muy conocida y especializada en Turismo actualmente como por ejemplo TripAdvisor, que es una aplicación en donde las personas recurren mucho para elegir el lugar ideal para satisfacer sus necesidades.

Crear una Página Web que sea bien diseñada, en donde se encuentre toda la información que el huésped o cliente necesite saber con respecto al Lodge, que tenga una buena gama de colores y especifique todas las actividades y servicios que ofreceremos; así como también tener una buena presencia en las redes sociales más conocidas como Facebook e Instagram.

### *Promoción manual y creativa*

Se podrían elaborar carteles y folletos, a pesar de que son muy comunes y típicos pues también son eficientes. Tenemos que aprovechar que la gente sale más a la calle, los días son más largos y la gente llega a los destinos expectantes por hacer cosas, conocer y disfrutar al máximo con las posibilidades que les ofrece el entorno.

Las acciones de Street Marketing son una buena manera de poner en relación el alojamiento y el destino. Aquí buscamos ser creativos y dinámicos; por ejemplo, se pueden repartir galletas o botellas de agua fresca con el logo del Lodge en puntos estratégicos como colegios y universidades, edificios, atractivos turísticos etc.

### *Promoción a centros educativos*

Se realizarían visitas a las escuelas, colegios, universidades e instituciones educativas de la provincia de Santa Elena para informar acerca de los servicios que ofrecería el Lodge, a más de que los estudiantes pueden llegar al Lodge para sus retiros o simplemente por vacaciones; de igual manera con otras empresas para ofrecer una tarifa corporativa.

### **2.2.3 Políticas de servicio**

- ✓ Capacitar al personal (cada que sea necesario).
- ✓ El horario de entrada del personal dependerá de su cargo.
- ✓ El personal deberá usar el uniforme determinado por la empresa.
- ✓ El pago que realiza el cliente se podrá hacer en efectivo o con tarjeta de crédito.
- ✓ El servicio se realizará en forma eficiente e inmediata.
- ✓ A todos los clientes se les debe dar un buen servicio, sin importar la nacionalidad, color o estrato social.

- ✓ Por ningún motivo el personal que va a laborar en la empresa deberá aceptar sobornos a cambio de algún servicio.
- ✓ La seguridad e higiene de todo el establecimiento es responsabilidad de todos los colaboradores.
- ✓ Las relaciones entre los colaboradores del Lodge deberá ser siempre cordiales, de modo que genere un buen ambiente laboral.
- ✓ Por ningún motivo el colaborador debe presentarse a la empresa en estado de ebriedad o bajo la influencia de narcóticos o drogas.
- ✓ Mejorar constantemente nuestra actuación empresarial y evaluarla periódicamente, consiguiendo con ello, la mejora del servicio que ofrece nuestro establecimiento.
- ✓ Enviar correos de agradecimiento a los huéspedes.
- ✓ Pedir observaciones a los huéspedes sobre el servicio recibido.
- ✓ Entregar pequeños detalles como llaveros a los clientes frecuentes.
- ✓ Los colaboradores están capacitados para brindar información y cualquier tipo de ayuda al huésped.

## **2.3 Análisis Técnico**

Los atributos de nuestro servicio son la sumatoria de los aspectos tangibles e intangibles que formaran parte del mismo que son:

### **2.3.1 Calidad**

Los servicios que se brindará dentro del Lodge será de alta calidad, que estarán proyectados hacia todos los visitantes, por lo que será necesario tener en cuenta estándares no solamente locales, sino también nacionales e internacionales. Para lograr la calidad deseada debemos tener los recursos adecuados tanto materiales como humanos, ya que de otra manera los servicios no

podrán ser óptimos; por otra parte, estos serán personalizados, rápidos y con excelente atención por parte del personal.

### **2.3.2 Imagen de la Empresa**

La empresa desea proyectar la mejor imagen posible lo cual se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- El Lodge tendrá un estilo un tanto rústico, limpia tanto en la parte externa como interna; cada cabaña constará de camas, TV, mueble, ventilador, refrigeradora y baño privado; para el restaurante, sus mesas y sillas serán elaboradas con madera con estilo rústico. De igual forma trataremos de que el ambiente refleje a los turistas la cultura y tradición de este sector.
- Es de suma importancia también que todo el personal genere una buena imagen, por ello, se diseñará uniformes para el personal de acuerdo al servicio que presten, para lo cual deben llevarlo siempre aseado.

### **2.3.3 Tecnología**

Para el departamento de recepción se contará con computadoras y una impresora para un funcionamiento correcto y eficaz; para el departamento de alimentos y bebidas (restaurante) se pretende implementar una cocina eléctrica, microondas, tostadora y más, para evitar que los colaboradores hagan mayores esfuerzos y así ahorrar tiempo para darles una atención rápida a los huéspedes.

### **2.3.4 Posicionamiento**

Nuestra estrategia de posicionamiento se basa en las cualidades distintivas del servicio. El Lodge busca la diferenciación, lo que a su vez se apoya en un estilo de vida.

Muchas de las actividades turísticas, hoteles y publicidad de la zona se basan en el surf y actividades acuáticas, pero no han buscado otras cualidades del sector para promocionar sus servicios o productos. En este sentido como empresa se buscará sacar partido a las características de esta zona, ya que tiene mucho potencial por la naturaleza ofrece. Esperamos certificarnos como “Lodge”, tanto por las características ecológicas como por las distintas alternativas de actividades en la naturaleza.

### **2.3.5 Imagen Corporativa**

Como primer paso en la formación de la imagen corporativa se ha definido una marca, con un logotipo que será asociado a todo lo que nuestra empresa representa como conjunto de beneficios y características.

Marca

Con esta variable lo que se trata es llegar a la percepción de todas las personas con un slogan que llame la atención, es por eso que tomamos como referencia lo siguiente:

Nombre

*Luna Turquesa Lodge*

Slogan

"Donde quieres estar"

Ilustración 17 Logotipo del Lodge



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

### ¿Porque Luna?

El logo está conformado por la luna; en la astrología occidental, se dice que la luna representa la naturaleza emocional del ser humano puesto que refleja brillo y luz; es el elemento más representativo de la noche. A más de la luna, también está conformado por olas y palmeras que se relacionan con la playa, atractivo principal de la comuna de Olón.

### ¿Porque Turquesa?

El turquesa es un color que tiene ciertas asociaciones paradisíacas, puesto que se lo relaciona con el cielo y el mar, resalta bien en marcas relacionadas con turismo de descanso debido a que transmite paz, tranquilidad y frescura que son factores importantes en la empresa, logrando que el cliente lo asocie directamente con la relajación, captando de esta manera su atención.

Estas dos palabras asociadas en una misma frase, se complementan perfectamente a lo que se quiere lograr, reflejan tranquilidad, pero también diversión al ser el turquesa un color vivo que incentiva a los visitantes a requerir de nuestros servicios.

## **2.4 Análisis Ambiental**

Hoy en día, por la tecnología que avanza cada vez más y el ambiente en que se vive, lleno de contaminación, es el hombre mismo quien se ha encargado de destruirlo, alterando el proceso natural, ya que, desde hace décadas, las fábricas y los automóviles han lanzado a la atmósfera miles de millones de toneladas de gases de efecto invernadero, los cuales son prueba de un calentamiento global. Es por eso que nuestra empresa pretende concientizar a cada uno de los colaboradores sobre el cuidado que se le debe dar al medio ambiente, también se educará al visitante sobre el uso adecuado de todos los recursos, puesto que es nuestro hábitat. Para ello se incrementará tachos de reciclaje divididos en secciones tales como: plástico, papel, vidrio y desechos comestibles. Además, para la preparación de nuestros platos utilizaremos productos cultivados que no contengan químicos.

## **2.5 Análisis Social**

Actualmente, el cliente se vuelve más exigente y con más expectativas y lo que busca es un nuevo modelo de empresa, es decir, servicios que tengan calidad, que sean diversificados, con valor agregado, y a su vez una marca que llame la atención para poder identificar la empresa y lo que se ofrece.

A menudo nos encontramos con clientes que tienen diferentes gustos, necesidades y deseos, es por eso que nuestra empresa busca crear algo original e innovador, diferenciándonos de la competencia y de esta manera satisfacer al consumidor con todas sus exigencias y ganar lealtad ante la empresa.

## **Conclusión**

La empresa siempre buscaría aumentar y superar las expectativas y satisfacción del cliente, bajando el precio o aumentando los servicios, pero en cierta forma, nos puede dar menores beneficios, porque al bajar el precio, el sueldo del personal también bajaría y la calidad y atención al cliente se vería afectado; el objetivo que nuestro marketing es generar valor para el cliente y al mismo tiempo rentabilidad para la empresa; el logo fue una creación propia, producto de mi imaginación, en el cual quise enfocar lo más representativo; la luna de color turquesa por el nombre de la empresa, las palmera y olas que representan a la playa de Olón.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. OPERACIÓN INTERNA DEL LODGE**

#### **Introducción**

En cuanto al tercer capítulo, se ha planteado el plan operativo del lodge, temas como la sostenibilidad y sustentabilidad, porque a más de generar rentabilidad, también se pretende ser amigables con el medio ambiente; la filosofía empresarial, es decir, la distribución del personal y las actividades que las personas podrían practicar dentro y fuera del lodge.

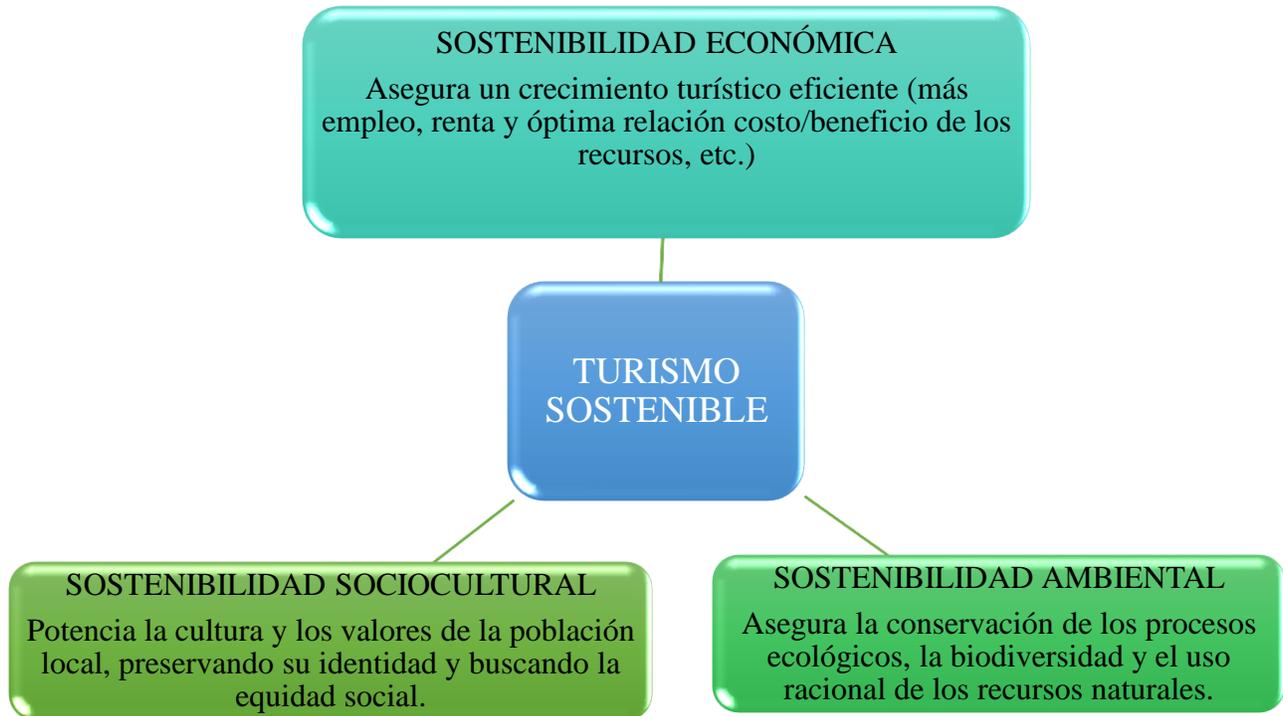
#### **3.1 Propuesta de un plan operativo para el lodge**

##### **Prácticas de Turismo Sostenible**

Todos los colaboradores deben estar al tanto de las prácticas que se pretenden hacer, una de ellas es aplicar y promover el Turismo o desarrollo sostenible, pues como ya se mencionó anteriormente, es importante siempre ser considerados y amigables con el medio ambiente en la rutina diaria del establecimiento.

El desarrollo sostenible no hace énfasis necesariamente en el crecimiento económico sino, más bien, se orienta hacia un desarrollo humano, cultural, ético y sobre todo ambiental y por ello me he basado en 3 factores:

Tabla 21 Factores que condicionan la sostenibilidad del sistema turístico



Fuente: Texto "Turismo y Sustentabilidad"

Elaborado por: Jasmine Escudero Pinos

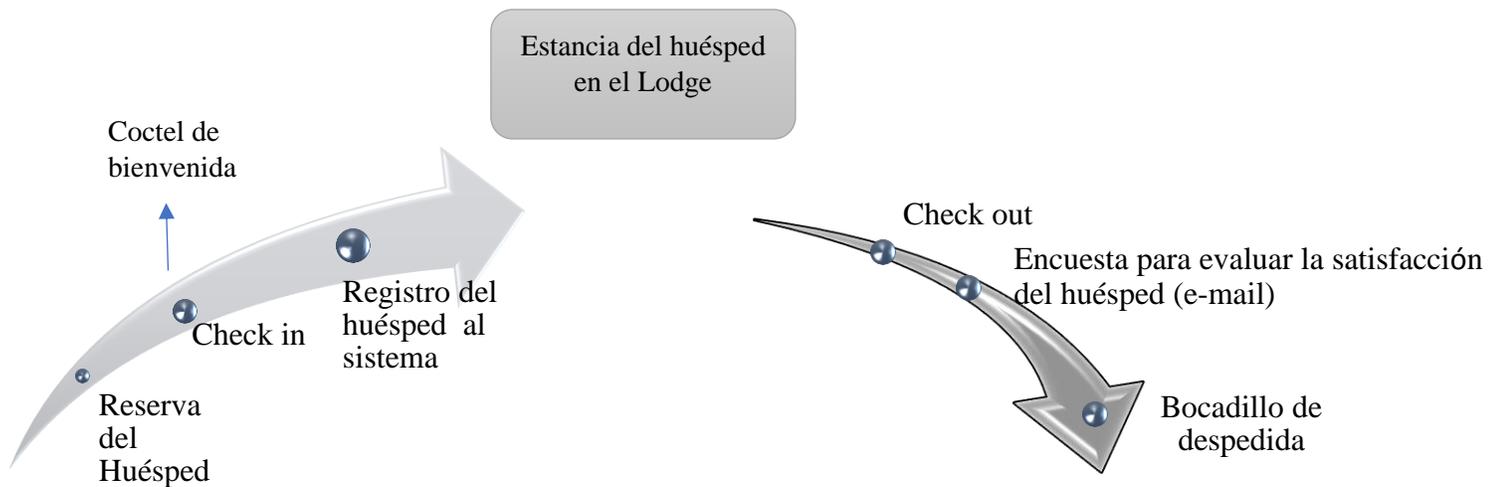
Fecha: 2018

### 3.2 Turismo y Sostenibilidad

La actividad turística atraviesa por transformaciones muy profundas tanto en su estructura económica, como en sus objetivos y alcances. En el marco de la globalización, la evidencia disponible muestra que el turismo se ha expandido considerablemente durante los últimos veinte años. Por un lado, la expansión ha sido impulsada por el incremento sostenido del ingreso real y del tiempo disponible de ocio de los individuos, particularmente en los países desarrollados lo que ha provocado una fuerte demanda por servicios turísticos que respondan a la existencia de nuevos perfiles de preferencias entre los consumidores (Salinas, La O Osorio, 2006).

El turismo es probablemente la única actividad económica que involucra a muchos otros sectores, niveles e intereses de la sociedad, siendo a su vez la protección del medio ambiente parte esencial de su propio desarrollo, ya que sin una adecuada calidad ambiental el turismo actual y su desarrollo futuro pueden verse comprometidos, al igual que las organizaciones turísticas, los turistas y las comunidades receptoras (Salinas, La O Osorio, 2006).

### 3.3 Proceso de Recepción y salida de Huéspedes



Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

#### Descripción del proceso de recepción de huéspedes

Por medio del internet, llamada telefónica o directamente en recepción se puede realizar la reserva de la o las cabañas que los huéspedes requieran. Se realiza el Check in, en donde el/la recepcionista recopila los datos personales del huésped mientras se brinda un coctel de bienvenida, lo registra al sistema (base de datos) y le entrega la llave de su habitación. Durante toda su estancia,

el personal trabajará de la mejor manera posible, brindando en todo momento un buen servicio, un servicio de calidad que supere las expectativas del cliente.

Para su salida, se realizará el Check out, se recibe la llave y se cobra también los servicios adicionales, se recibe la llave y se envía una encuesta para evaluar su satisfacción dentro del Lodge a su correo electrónico (esto será una herramienta de apoyo al administrador para la toma de decisiones) y mientras se les brinda un bocadillo de despedida, esperando su pronto regreso.

## **3.4 Filosofía Empresarial**

### **3.4.1 Misión**

Ser un establecimiento de alojamiento que cumpla con las expectativas de unas perfectas vacaciones, confort, placer y aventura para los huéspedes, donde su satisfacción sea nuestro mejor referente, creando experiencias, oportunidades significativas para los miembros de la empresa y generando un impacto positivo en el área, finalmente conseguirlo a través de servicios turísticos excepcionales.

### **3.4.2 Visión**

Ser un reconocido lodge del Ecuador, posicionándonos en el mercado interno dentro de los primeros 5 años; priorizando la satisfacción del cliente, al ofrecer experiencias inigualables durante su estancia; brindando servicios con un personal que estará altamente capacitado y promoviendo la protección al medio ambiente.

### **3.4.3 Objetivo general**

Crear un establecimiento de alojamiento en la comuna de Olón, con la finalidad de estar comprometidos a brindar servicios de calidad a nuestros huéspedes de acuerdo a sus exigencias, mediante nuevas alternativas de hospedaje y diversión, siendo su satisfacción nuestro mayor referente y poniendo siempre en práctica el cuidado del medio ambiente.

### 3.4.4 Objetivos específicos

- ❖ Lograr posicionar a la empresa en el sector turístico local y nacional; así como también la fidelidad de los huéspedes.
- ❖ Capacitar al personal cada cierto tiempo para mejorar la calidad en el servicio que se brinda al huésped.
- ❖ Con el tiempo y según los ingresos, incrementar nuevos espacios para mejorar el servicio del lodge, ofertando más actividades y para que el huésped tenga más comodidad.
- ❖ Contribuir con la naturaleza y el medio ambiente, puesto que es un factor indispensable del lodge.

### 3.4.5 Valores

#### Puntualidad

Es un valor sumamente importante, debido a que el establecimiento deberá caracterizarse por la excelencia en sus servicios y cada uno de los miembros del personal serán puntuales para cumplir con sus funciones.

#### Responsabilidad medioambiental

Nos comprometemos a ser una empresa que contribuirá con el medio ambiente, que estará en contra de la contaminación y que tomará medidas internas para su cuidado.

#### Integridad

Nuestro deber será hacer siempre lo correcto; por lo tanto, se impedirá cualquier tipo de soborno o algún acto parecido y el personal tendrá que ser transparente y recto en todo lo que se haga.

## Respeto

El respeto hacia nuestros clientes será uno de los aspectos primordiales, sin importar inconvenientes o malos entendidos; respeto no solo a sus opiniones sino también hacia la diversidad de tradiciones y culturas; sin importar razas, color de piel, idioma, etc.

## Trabajo en Equipo

Será total y completamente indispensable apoyarse entre todos los miembros que conformen el personal del lodge, para cumplir de esta manera con todos los objetivos y ofrecer siempre una experiencia inolvidable a nuestros clientes; a más de generar un gran ambiente laboral, puesto que, para que todo funcione, se deben ayudar y apoyar entre todos.

## Comunicación

Es sumamente importante que nuestros clientes y colaboradores se expresen libremente. Mediante opiniones sinceras y respetuosas podremos mejorar constantemente nuestra empresa. La comunicación es sumamente importante para dar solución a cualquier problema.

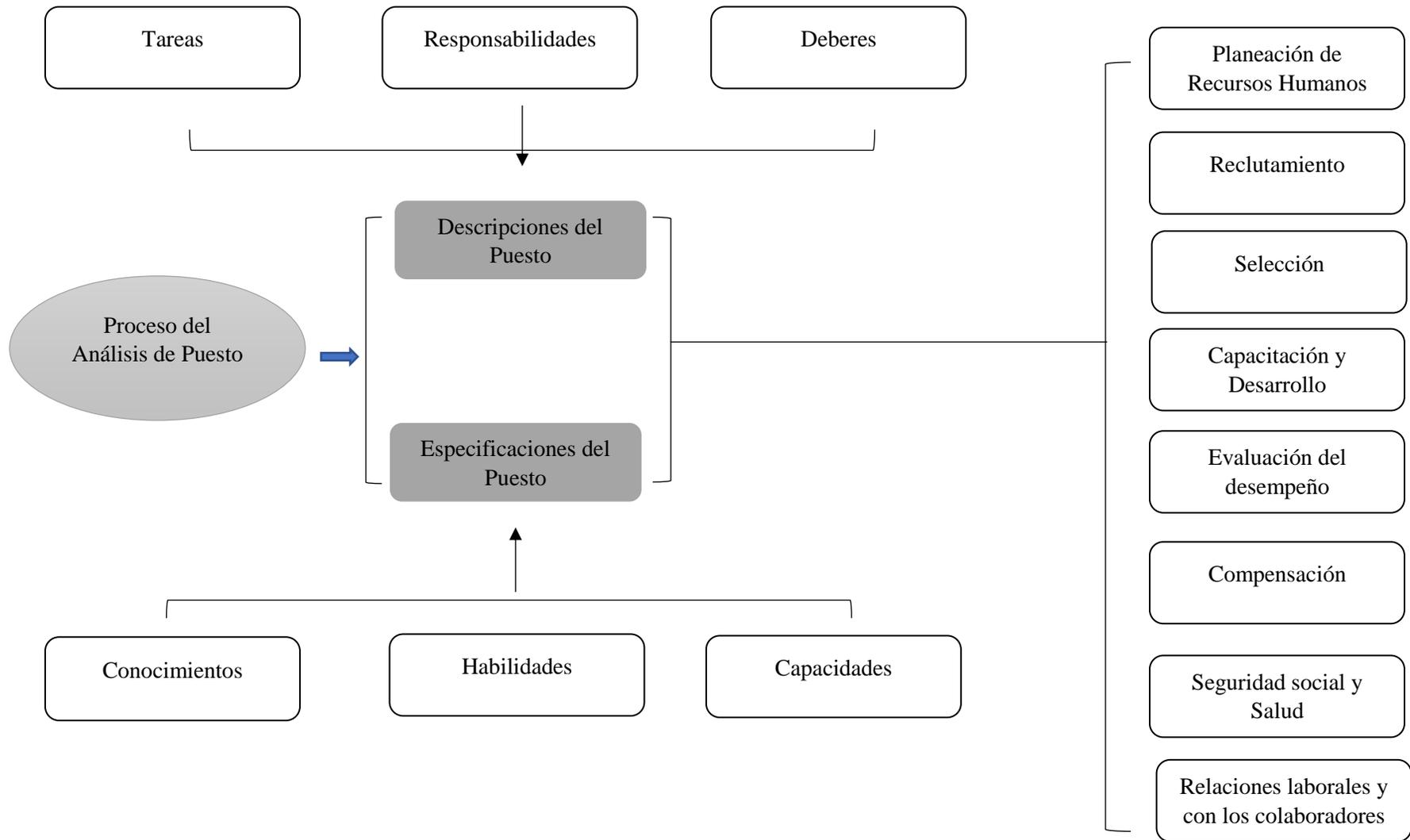
### **3.5 Recursos Humanos**

El proceso de selección del personal debe ser minucioso, puesto que de cada uno de ellos depende la calidad que se brinde, tomando también en cuenta que se pretende generar fuentes de empleo para los habitantes de la zona; para ello se realizará un levantamiento de perfiles de puestos por competencias (en donde consta la identificación del cargo, misión del puesto, listado de actividades diarias, perfil del puesto, conocimientos y experiencia laboral) mediante publicaciones y anuncios de reclutamiento, cuestionarios, seguido de una entrevista cara a cara; después se analizará a cada uno de los entrevistados y finalmente se seguirá un análisis de puesto.

Se considera importante realizar un análisis de puesto, debido a que es un proceso sistemático que consiste en determinar las habilidades, deberes y conocimientos que debe tener cada uno de los miembros del personal; que son requeridos para desempeñar trabajos específicos. Es indispensable porque se crean nuevos puestos y también porque los puestos viejos se rediseñan o se eliminan.

Proporciona un resumen de deberes y responsabilidades del puesto, su relación con otros puestos, conocimientos y habilidades y las condiciones de trabajo.

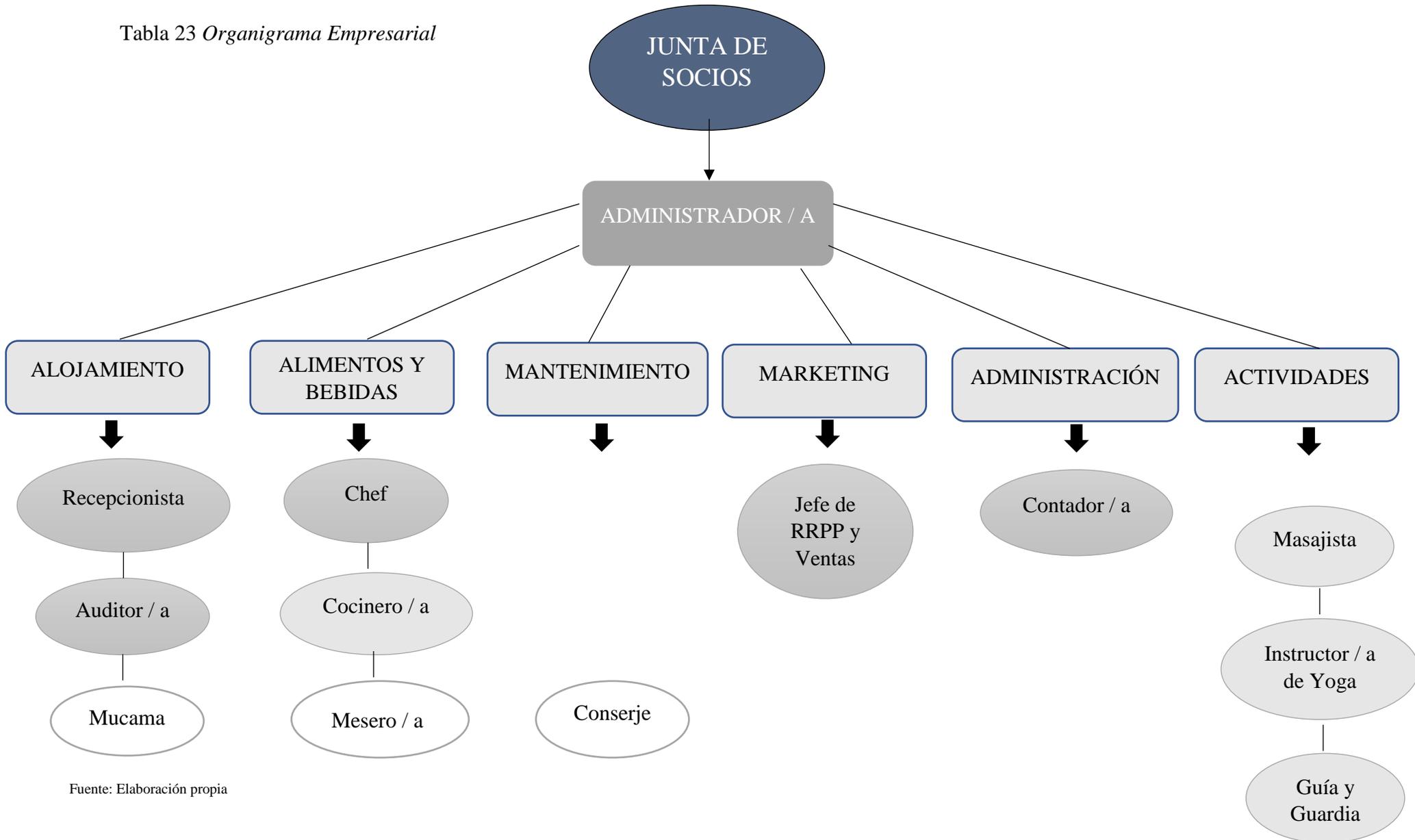
Tabla 22 *Proceso de análisis de puesto y selección del personal para recursos humanos*



Fuente: Elaboración propia

### 3.6 Organigrama Empresarial

Tabla 23 Organigrama Empresarial



Fuente: Elaboración propia

El número del personal depende del tamaño y número de cabañas que tenga el Lodge, por ello se ha determinado lo siguiente:

## CARGOS

Tabla 24 *Funciones del Administrador / a*

<p><b>CARGO:</b></p> <p>ADMINISTRADOR / A</p>	
<p><b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b></p>	
<p>Conducir el personal a su cargo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Controla el personal a su cargo, las tareas asignadas a cada uno dentro del cual siempre este presente el respeto mutuo, procurando al mismo tiempo tener el mayor beneficio de su trabajo.</li> <li>- Designa, fija remuneraciones y reemplaza al personal.</li> <li>- Crear y mantener un concepto de colaboración entre dependencias que promueva la unión de esfuerzos ante eventuales picos de trabajo.</li> </ul>
<p>Coordinar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades del personal de las distintas áreas.</li> <li>- Requerimientos y propuestas de los distintos sectores.</li> <li>- Elaboración de los distintos presupuestos.</li> </ul>
<p>Supervisar y Evaluar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento del flujo de caja y el Plan de Marketing.</li> <li>- Desarrollo de proyectos de nuevas inversiones al implementar nuevos espacios.</li> </ul>
<p>Participar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización y cumplimiento de los trámites involucrados en las gestiones del lodge (cobro de cheques, pago en bancos, correo, entrega de documentación, cumplimiento de obligaciones tributarias, etc.)</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicarse con claridad y precisión en cualquier circunstancia.</li> <li>- Poseer un correcto manejo de al menos 2 idiomas.</li> <li>- Saber tomar decisiones.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asegurarse que todo esté en orden.</li> <li>- Llevar una correcta planificación de la empresa.</li> <li>- Controlar que el personal cumpla con sus funciones.</li> <li>- Se encarga del pago de sueldos al personal.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo</li> <li>- Adaptabilidad</li> <li>- Dinamismo</li> <li>- Confianza</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### 3.6.1 Área de alojamiento

Es el servicio principal que ofreceremos a nuestros clientes, por lo que cada uno de los departamentos que conforman esta área tienen contacto directo con ellos.

La recepción es el corazón de la empresa, es donde se supervisa el número de habitaciones disponibles, se registra a los huéspedes, se hacen las reservas, se registran las salidas, se asignan las habitaciones y las llaves, etc.; esta debe permanecer abierta las 24 horas del día.

Es la primera IMAGEN que tendrá el cliente con respecto al lodge. Tiene gran importancia de cara a la clientela, ya que es la primera instalación con el que el cliente tiene relación, bien sea de una forma personal a su llegada, a través de cualquier medio de comunicación, o bien sea vía telefónica, página web, etc.; y de igual manera atiende a las personas con o sin reserva.

La recepción al tener una ubicación estratégica, es un punto de venta de todos los servicios del lodge. La base de datos de una empresa hostelera es una herramienta o instrumento que

dictamina una pauta de calidad en el servicio. El o la recepcionista debe mantener siempre la calma y no perder la compostura, mostrarse siempre comprensivo y saber dar soluciones a cualquier inconveniente.

Los profesionales de esta área, para causar una buena impresión, deben estar bien uniformados, guardar una correcta compostura que no resulte desagradable al cliente, atendiendo con rapidez y seguridad en su trabajo a todos y siendo serviciales.

Tabla 25 *Funciones de el / la Recepcionista*

<b>ÁREA:</b>  ALOJAMIENTO	<b>CARGO:</b>  RECEPCIONISTA	
<b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b>		
Coordinar	- Coordinar de forma adecuada con las otras áreas la llegada de los huéspedes del Lodge.	
Asesorar	- Asesorar a los clientes en lo que necesiten, con un trato personalizado y de manera profesional.	
Planificar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar y asignar las habitaciones correspondientes a los huéspedes del Lodge.</li> <li>- Control de plazas del establecimiento y su adecuación a las necesidades del cliente.</li> <li>- El hospedaje, antes de entregar la llave de la habitación, se requiere de la identidad del huésped y debe asegurarse de garantizar el cobro.</li> </ul> <p>Informar todas las actividades y servicios que se ofrece.</p>	
Ejecutar	- El libro de reservas a la llegada del turno siguiente con el fin de tomar en cuenta las llegadas o salidas de huéspedes.	

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de ayudar al huésped en cualquier situación.</li> <li>- Poseer un correcto manejo de al menos 2 idiomas.</li> <li>- Informar a los huéspedes acerca de todos los servicios y actividades que pueden realizar, lo que está y no incluido, etc.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualizar el número de habitaciones y cabañas disponibles.</li> <li>- Responsable de llevar el control de las llaves de las cabañas.</li> <li>- Reportar a cada área las observaciones de los huéspedes, dependiendo de los mismos.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carisma</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Amigable</li> <li>- Cortés</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26 Herramienta del Recepcionista (Tarjeta de registro)

CHECK IN				
<p><b>TARJETA DE REGISTRO / REGISTRATION CARD</b></p>				
Información del Huésped / Client's Information				
Nombre / First Name	Apellido / Last Name	CI / ID		
Empresa / Company				
Calle / Street				
País / Country	Ciudad / City	Código Postal / Zip Code		
Provincia / Province		Correo Electrónico / E-mail		
Reserva / reserve: si ..... No .....		N° equipaje /luggage .....		
Teléfono / Telephone			FAX	
LLEGADA Y SALIDA / ARRIVAL AND DEPARTURE				
<b>ARRIVAL / LLEGADA</b>	Fecha / Date	<b>SALIDA / DEPARTURE</b>	Fecha / Date	
	Hora / Time		Hora / Time	
	N° Reservación / Reservation N°		Firma / Signature	
FORMA DE PAGO / PAYMENT METHOD				
Efectivo / Cash	Tarjeta de Crédito / Credit Card	VISA	Master Card	American Express

observaciones: .....

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27 Herramienta del Recepcionista (Informe diario)



**INFORME DIARIO**

Nro. de habitaciones libres	_____	Nro. de habitaciones ocupadas	_____
Nro. de habitaciones bloqueadas	_____		
Producción total de habitantes del día	_____		
	_____		
	_____		
Cantidad de reservas realizadas confirmadas	_____		
Cantidad de reservas canceladas	_____		

Fuente: Elaboración propia

En el informe diario va a constar la cantidad de habitaciones libres, ocupadas, y bloqueadas, la producción total de habitaciones del día, el promedio del gasto diario del cliente y la cantidad de reservas realizadas, cuantas fueron confirmadas y canceladas.

Tabla 28 Herramienta del Recepcionista (Atenciones especiales al cliente)



**IMPRESO DE ATENCIONES  
ESPECIALES AL CLIENTE**

Flores a la habitación \_\_\_\_\_  
Cesto \_\_\_\_\_  
flores \_\_\_\_\_  
Obsequios \_\_\_\_\_  
Botellas \_\_\_\_\_  
Chocolates \_\_\_\_\_

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29 Herramienta del Recepcionista (Pre Reserva de clientes)



**PRE RESERVA DE CLIENTES**  
**DATOS DEL**  
**CLIENTE**

Nombres y Apellidos	Nro. de cédula
Fecha de entrada	fecha de salida
Teléfono	correo electrónico
Tipo de habitación	
	Solicitud de reserva
Confirmación de reserva	Cancelación de reserva
Modificación de reserva	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30 *Funciones del Auditor Nocturno*

<b>ÁREA:</b>  ALOJAMIENTO	<b>CARGO:</b>  AUDITOR NOCTURNO	
<b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b>		
Coordinar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coordinar todas las cuentas para luego mandar al departamento de contabilidad.</li> <li>- Revisar facturas y colocarlas en el archivador en donde corresponde según la fecha.</li> <li>- Coordinar que los servicios se hayan cobrado según la lista de precios y tarifas estipuladas por el Lodge.</li> </ul>	
Planificar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar y manejar de forma clara los registros de los huéspedes y dejar todo organizado para el día siguiente.</li> </ul>	
Ejecutar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecutar acciones determinadas para resolver conflictos de competencia que se susciten en el lodge sujetas a su vigilancia.</li> <li>- Solicitar de manera obligatorio información relevante para el ejercicio de sus funciones en el lodge sometidas a su vigilancia.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de ayudar al huésped en cualquier situación.</li> <li>- Poseer un correcto manejo de al menos 2 idiomas.</li> <li>- Informar a los huéspedes acerca de todos los servicios y actividades que pueden realizar, lo que está y no incluido, etc.</li> <li>- Estar activo/a durante toda la noche.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualizar el número de habitaciones y cabañas disponibles.</li> <li>- Responsable de llevar el control de las llaves de las cabañas durante su turno.</li> <li>- Reportar a cada área las observaciones de los huéspedes, dependiendo de los mismos.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carisma</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Amigable</li> <li>- Cortés</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31 *Herramienta del Auditor nocturno (Lista de llegadas y salidas de los clientes)*



**LISTA DE LLEGADAS Y SALIDAS  
DATOS DEL  
CLIENTE**

Nombres y Apellidos	_____	Nro. habitación	_____
Check in time	_____	Check out time	_____
_____ Firma responsable			

El auditor nocturno será la persona que se encargue de complementar estas fichas al finalizar el día. Los datos se obtienen del libro de recepción, esta información debe hacerse llegar a todas las áreas.

Tabla 32 *Funciones de la Mucama*

<b>ÁREA:</b>  ALOJAMIENTO	<b>CARGO:</b>  MUCAMA	
<b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b>		
Coordinar	- Coordinar, ordenar, cuidar, y mantener en perfecto estado todo lo que se encuentra dentro de cada una de las habitaciones.	
Asesorar	- Asesorar al huésped en la correcta utilización de la habitación. -Dar un reporte de habitaciones en mal estado al inmediato superior.	
Planificar	- Prever que la habitación no tenga ningún daño (muebles quemados, cortinas rotas, vidrios rotos, etc.)	
Ejecutar	-Limpiar y asear cada una de las habitaciones y cabañas antes de que el huésped llegue al establecimiento.  - Reportar de inmediato a recepción si encuentra objetos olvidados por el huésped.	

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	- Habilidad con la limpieza y manejo de herramientas de aseo. - Capacidad para el manejo de productos de mantenimiento.
Tareas, Deberes y Responsabilidades	- Realizar el aseo correcto de las cabañas y sus baños. - Colocar fundas de basura en los baños y habitaciones, reunir la basura y depositarlo en donde se debe.
Actitudes	- Puntualidad - Honradez - Honestidad - Respeto

Fuente: Elaboración propia

Herramienta de apoyo a la mucama

Esta herramienta sirve para que la mucama sepa qué habitaciones tiene que asear, en cada mes y sus respectivos días.

Ilustración 18 *Herramienta de apoyo a la Mucama*

Habitación		CADA MES DEL AÑO																													
Tipo de Habitación	Número de la Habitación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
DOBLES	201																														
	202																														
	203																														
	204																														
	205																														
	206																														
TRIPLES	301																														
	302																														
	303																														
	304																														
	305																														
	306																														
CUÁDRUPLES	401																														
	402																														
	403																														
	404																														
	LIMPIO																														
	POR LIMPIAR																														

Fuente: Elaboración propia

### 3.6.2 Área de Alimentos y Bebidas

La importancia del departamento de Alimentos y bebidas radica en el hecho de que nuestros huéspedes tienen la necesidad de alimentarse, a partir de esta necesidad este departamento tiene la misión de crear, administrar y distribuir estos servicios a través de los llamados centros de consumos como son los restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos, además de que algunos hoteles ofrecen otros servicios de alimentos y bebidas para complementar el servicio de alojamiento satisfaciendo las necesidades del huésped.

Tabla 33 *Funciones del Chef Ejecutivo*

<b>ÁREA:</b>  ALIMENTOS Y BEBIDAS	<b>CARGO:</b>  CHEF EJECUTIVO	
<b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b>		
Coordinar	-Coordinar horarios del restaurante para la preparación de los alimentos.  -Coordina menús y compras del lodge.  Coordina con los clientes, para que en base a sus condiciones alimenticias (alergias) pueda preparar la comida.	
Planificar	-Planificar las nuevas propuestas de menú del establecimiento y realizar las compras con el ayudante de cocina.  - Planificar la creación de nuevos e innovadores platillos.	

	- Planificar a tiempo todo lo que se requiere para la preparación de un plato.
Ejecutar	-Ejecutar cada día el menú del restaurante del lodge y todo lo que ordene el cliente.

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de poder trabajar en equipo, respetando otras opiniones.</li> <li>- Habilidad para trabajar bajo presión.</li> <li>- Habilidad y creatividad en la preparación de los platillos.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control y manejo de la cocina y su personal.</li> <li>- Asegurarse de que los clientes estén satisfechos con las órdenes.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidad</li> <li>- Vocación</li> <li>- Liderazgo</li> <li>- Respeto</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

El departamento de alimentos y bebidas es quien se ocupa de la experiencia gastronómica que viven los huéspedes dentro de un establecimiento hotelero. El departamento de Alimentos y Bebidas es de los más importantes dentro de nuestro establecimiento, ya que de allí es donde se genera aproximadamente el 30% de todas nuestras ganancias; nuestro objetivo es satisfacer sus necesidades y darle una buena imagen.

Tabla 34 *Funciones del Ayudante de Cocina*

<b>ÁREA:</b>  ALIMENTOS Y  BEBIDAS	<b>CARGO:</b>  AYUDANTE DE COCINA	
<b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b>		
Coordinar	- Coordinar con el chef para estar a sus órdenes al preparar los alimentos.  - Coordinar y ubicar los materiales para la preparación de alimentos del departamento de cocina.	
Asesorar	- Asesorar al chef el faltante de alimentos del lodge.	
Planificar	-Brindar ayuda en la planificación de los menús del día en el lodge al chef y realizar las compras.  -Planificar la llegada de los insumos de cocina.	
Ejecutar	-Ejecutar las órdenes del chef.  -Mantener la limpieza de la zona de trabajo de la cocina.	

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	- Capacidad para preparar los alimentos tal y como se lo ordene el chef.  - Habilidad para entender y captar instrucciones del chef.
Tareas, Deberes y Responsabilidades	- Control y mantenimiento de todos los equipos y utensilios de la cocina.  - Limpieza de la vajilla, cubiertos, vasos, etc.
Actitudes	- Honradez  - Respeto

Fuente: Elaboración propia

## RESTAURANTE

La principal atracción de este tipo de servicio se basa en brindar la posibilidad de tener una mayor variedad de la oferta gastronómica, presentada de una manera agradable teniendo en cuenta toda una combinación de color y textura de los alimentos, satisfaciendo las necesidades del huésped según sus exigencias, en todo momento.

Para el desayuno, se ofrecerá un desayuno buffet, en donde resalte la creatividad del chef, para brindar un servicio de calidad en todos los sentidos, sin descuidar los elementos que realzan el entorno. El huésped podrá servirse lo que desee cuantas veces lo desee.

Para el desayuno, se ofrecerá:

Tabla 35 *Menú del Desayuno buffet*

DESAYUNO	DETALLE
Panes y galletas	A su disposición se encontrar una tostadora y sanduchera
Queso, mortadela y jamón	Cheddar, suizo, holandés, queso fresco
Pancakes	Si el huésped gusta, se puede servir con miel de maple.
Waffles	Si el huésped gusta, se puede servir con miel de maple.
Huevos	Se le pide al chef como desea servirse
Mermeladas, mantequilla	Fresa, mora, piña y guayaba
Frutas	Sandía, papaya, melón, piña, manzana y kiwi
Leche	Fría (para servirse con cereal) y caliente (café)
Yogurt	Fresa, mora y durazno
Jugos	Mora, coco, maracuyá, papaya, naranja, naranjilla, etc.
Agua	Fría, caliente (café o té / infusiones)

Fuente: Elaboración propia

Nuestro restaurante es amplio y acogedor con luz natural, se destaca por su vista al mar, así como también cenas temáticas como comida internacional y especialidades regionales; todo en base a la creatividad del chef. Además, contaremos con alimentos específicos para celíacos y personas intolerantes a la lactosa y un rincón dietético en los desayunos, para ello se tiene que avisar al hacer la reservación.

## ALMUERZO Y CENA

Para la hora del almuerzo y la cena, se consultará a nuestros huéspedes si van a almorzar en nuestro restaurante o fuera de él, de esa manera, nuestro chef y los cocineros sabrán cuanta comida preparar y en caso de que se sirva en nuestro establecimiento, se tendrá que consultar que desearía servirse, en base al menú del Chef.

Cada día, nuestro chef se encargará de crear y organizar los menús, para que sea variado y de esa manera sorprender y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros huéspedes.

Tabla 36 *Horario del Restaurante*

HORARIO DEL RESTAURANTE	
COMIDA	HORA
<b>Desayunos</b>	07H30 –10H30
<b>Almuerzo</b>	12H00-15H00
<b>Cena</b>	19H00-22H00

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 19 *Ejemplo de un menú*



Fuente: Elaboración propia

# MENÚ DEL DÍA

Precio del menú diario: \$17,90

## DE PRIMERO:

CEVICHE DE CAMARON

...

TORTILLA DE VERDURAS

...

EMPANADAS A LA PARMESANA

...

## DE SEGUNDO:

CAMARONES AL AJILLO

...

PESCADO AL HORNO

...

PASTA DE MARISCOS Y AZAFRAN



# MENÚ DEL DÍA

## Y DE POSTRE:

FLAN NAPOLITANO

...

CRÊPE DE FRUTILLA Y BANANA

...

HELADO DE CHOCOLATE

...

## BEBIDAS:

El menú incluye una bebida (agua, cerveza o refresco) y un cafesito para acompañar al postre.



Fuente: Elaboración propia

### 3.6.3 Área de Mantenimiento

El Área de Mantenimiento se encarga de proporcionar los servicios de limpieza que requiera el lodge de manera eficaz y eficiente, de todas las instalaciones, demostrando así una buena imagen e impresión.

Tabla 37 *Funciones del Conserje*

<b>ÁREA:</b>  MANTENIMIENTO	<b>CARGO:</b>  CONSERJE	
<b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b>		
Coordinar	- El manejo de los equipos de limpieza del lodge.	
Informar	- Las impresiones, sugerencias y reclamos de los clientes y las transmite a los responsables de cada departamento con el fin de mejorar la calidad en el servicio.	
Ejecuta	- La limpieza de cada una de las instalaciones del lodge (cabañas, restaurante, zona de la piscina, etc.)  -En ocasiones, puede ayudar a los huéspedes y acompañarlos a sus habitaciones.	
Gestiona	-La distribución de los equipajes a las habitaciones.  - El material y herramientas necesarias para realizar su trabajo.	

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de tener un buen manejo de todos los equipos de limpieza.</li> <li>- Manejo y control de productos de mantenimiento.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza de las instalaciones del lodge.</li> <li>- Mantenimiento de toda el área verde y la zona de la piscina y spa.</li> <li>- Colocar la basura en donde corresponde.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Honestidad</li> <li>- Responsabilidad</li> <li>- Respeto</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38 *Fichas de Mantenimiento (Parte de Averías)*



**PARTE DE AVERÍAS**

**DATOS DEL CLIENTE**

Nombre		CI	
Sector		Especificación	
Especifique daño			
Fecha en que se reporta la falta		Fecha y hora en que se repara la avería	
OBSERVACIONES			
_____ Técnico Responsable			

Fuente: Elaboración propia

### 3.6.4 Área de Marketing

El Área de Marketing en un Resort, es quien lleva sobre sus hombros la responsabilidad de investigar, desarrollar e implementar las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos del establecimiento. Con ese fin se establece una metodología que será puesta en marcha por cada una de las áreas de nuestro proyecto empresarial.

Tabla 39 *Funciones del Jefe de Relaciones Públicas y Ventas*

<p><b>AREA:</b></p> <p>MARKETING</p>	<p><b>CARGO:</b></p> <p>JEFE DE RELACIONES PÚBLICAS Y VENTAS</p>	
<p><b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b></p>		
<p>Ejecuta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los canales de información para comunicar a los clientes la oferta de servicios del establecimiento, a través de la página web y redes sociales.</li> <li>- Representa al Lodge en diferentes eventos, actos, reuniones.</li> <li>- Coordina acciones de patrocinio y promoción.</li> <li>- Analiza las encuestas llenadas por los clientes para conocer su grado de satisfacción.</li> <li>- Se ocupa de los asuntos de protocolo en el lodge a futuro (visitas de personalidades, regalos institucionales, organización de eventos, etc.).</li> <li>- Mantiene actualizada una base de datos con los clientes, proveedores, colaboradores, empresas, medios de comunicación.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilidad y creatividad para la creación de la página web, diseño en redes sociales, etc.</li> <li>- Capacidad de trabajar en equipo.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se encarga de resaltar la imagen de la empresa.</li> <li>- Es el/la responsable de toda la promoción y poner en práctica las estrategias de marketing.</li> <li>- Dar el uso correcto al presupuesto para marketing.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Honestidad</li> <li>- Responsabilidad</li> <li>- Innovador</li> <li>- Compromiso</li> <li>- Creativo</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### 3.6.5 Área Administrativa

En cuanto al área de administración, se cree que es una de las áreas más indispensables, puesto que desde aquí informan cómo se va desarrollando y progresando económicamente el establecimiento. Se considera que, en la práctica, la administración es un arte.

Tabla 40 *Funciones del Contador*

<b>AREA:</b>  ADMINISTRATIVA	<b>CARGO:</b>  CONTADOR	
<b>DETALLE DE FUNCIONES Y TAREAS</b>		
Ejecutar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Estar al tanto de la reducción o incrementación de los costos sobre distintas preformas de proveedores.</li><li>- Ejecutar y elaborar informes de los estados contables y financieros del lodge.</li><li>- Presentar dichos informes al administrador para que se encargue de la toma de decisiones.</li><li>- Ejecuta el pago de impuestos del lodge.</li><li>- Informar constantemente al administrador es estado actual económico del lodge.</li></ul>	

Fuente: Elaboración propia

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toma de decisiones.</li> <li>- Capacidad de manejar correctamente los sistemas contables, finanzas, etc.</li> <li>- Habilidad para todos los cálculos numéricos.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se encarga de verificar los comprobantes y órdenes de pago.</li> <li>- Se encarga también de presentar los balances de cada mes.</li> <li>- Convoca a reuniones para discutir temas económicos importantes.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Honestidad</li> <li>- Responsabilidad</li> <li>-Honrado/a</li> <li>- Compromiso</li> <li>- Confianza</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Conjuntamente con el administrador, se encargarán de la planeación, coordinación, organización y control para lograr alcanzar y cumplir todos los objetivos propuestos.

### 3.6.6 Otros Cargos

#### GUÍA

Su objetivo es básicamente transmitir información clara, precisa y verídica a los clientes que deseen realizar actividades fuera del lodge, que sea profesional en sus funciones y mantenga siempre la dinámica en el grupo.

Tabla 41 *Habilidades, tareas y actitudes del Guía*

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"><li>- Alto conocimiento de la cultura de la zona.</li><li>- Habilidad para responder, informar, comunicar y manejar a grupos grandes.</li><li>- Habilidad para hablar en público y mantener un adecuado tono de voz.</li><li>- Capacidad de mantener una postura correcta e imagen apropiada durante todo el tiempo que dure la actividad.</li></ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tener todo el equipo necesario para realizar las distintas actividades.</li><li>- Informar a los clientes lo que se puede hacer y lo que no.</li><li>- Estar dispuesto siempre para quien requiera de su ayuda.</li></ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"><li>- Honestidad</li><li>- Confianza</li><li>- Carisma</li><li>- Compromiso</li><li>- Entusiasmo</li></ul>

Fuente: Elaboración propia

## MASAJISTA

Es aquella persona que estará a cargo del spa del lodge, al servicio de todo cliente que desee y requiera de sus servicios (masajes de relajamiento, tratamientos faciales, etc.)

Tabla 42 *Habilidades, tareas y actitudes del / la Masajista*

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"><li>- Habilidad para realizar todo tipo de masajes que pida el cliente.</li><li>- Capacidad para aplicar diversas técnicas de relajamiento.</li><li>- Capacidad para satisfacer al cliente con lo que requiera.</li></ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tener todo el equipo que se necesite para cumplir con sus funciones.</li><li>- Tener experiencia necesaria para realizar tratamientos faciales, mascarillas y masajes.</li><li>- Manejar de manera correcta todos los implementos.</li></ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"><li>- Confianza</li><li>- Carisma</li><li>- Responsabilidad</li><li>- Entusiasmo</li></ul>

Fuente: Elaboración propia

## INSTRUCTOR/A DE YOGA

El instructor o instructora de yoga tiene como objetivo principal contribuir y mejorar el estado mental y físico de los clientes, puesto que el lugar en donde está ubicado el lodge es ideal para esta actividad, por la naturaleza y el ambiente del cual está rodeado. Se espera que este servicio supere las expectativas de los clientes, puesto que es un nuevo factor que se ha propuesto, aprovechando las condiciones que se posee.

Tabla 43 *Habilidades, tareas y actitudes del Instructor / a de yoga*

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilidad en cuanto a flexibilidad y elasticidad.</li> <li>-Capacidad para enseñar técnicas de meditación, movimientos y posiciones.</li> <li>- Capacidad para satisfacer al cliente con lo que requiera.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayudar a los clientes a mejorar su condición física y disminuir el estrés.</li> <li>- Organizar clases variadas, de modo que sean dinámicas.</li> <li>- Ayudar a realizar técnicas de respiración y pilates.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza</li> <li>- Amigable</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Entusiasmo</li> </ul>

Elaboración propia

#### GUARDIA DE SEGURIDAD

El objetivo del guardia es velar por la seguridad de todas las instalaciones del lodge, así como también la protección de todos los miembros del personal y de todos los huéspedes.

Tabla 44 *Habilidades, tareas y actitudes del Guardia de seguridad*

Habilidades y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilidad de manejar correctamente las armas de fuego.</li> <li>-Capacidad para controlar dichas armas y saber en qué circunstancias utilizarlas.</li> </ul>
Tareas, Deberes y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vigilar constantemente cada una de las instalaciones.</li> <li>- Como se mencionó anteriormente, velar por la seguridad de los huéspedes.</li> <li>- Comunicar al administrador cualquier situación o inconveniente.</li> <li>- Informar de inmediato cualquier acto extraño.</li> </ul>
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza</li> <li>- Fortaleza</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Integridad</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## **3.7 Políticas de Desarrollo Empresarial**

### **3.7.1 Políticas de Reservación**

#### **✚ Política de Garantía:**

Se requiere de una tarjeta de crédito para garantizar la reservación y 48 horas antes de su arribo, se debe cumplir con el depósito del 50% y en caso de ser grupos mayores a 8 personas el depósito será de un 60% y mínimo 3 días antes de su arribo.

#### **✚ Política de Cancelación:**

Para cualquier cambio, se deberá realizar 48 horas previas al check-in y como penalización, se cargará una noche como No Show; en caso de ser grupos mayores a 8 personas la cancelación se debe hacer 5 días previos a la fecha de su arribo y en el caso de no cumplir con nuestras políticas, el administrador procederá a la toma de decisiones.

#### **✚ Política de No Arribo:**

En caso de que el cliente no llegue a hospedarse por el periodo que tiene hecho la reserva, sin un aviso previo, se cobrará una noche de estancia y se le descontará del valor depositado por la reserva; en el caso de grupos mayores a 8 personas se le hará el reembolso del 40% ya depositado por parte de los clientes.

#### **✚ Política de persona extra:**

Se aplicará el cargo de \$35,00 por una persona extra en cualquiera de nuestras habitaciones, ya sea doble, triple o cuádruple.

### **Política de Niños:**

El lodge considera niños hasta los 12 años de edad; niños a partir de los 13 años se cobrarán como adulto.

### **Política de Mascotas:**

El Lodge se disculpa por las molestias que podría causar, para empezar no se aceptarían, sin embargo, se estaría trabajando para implementar un nuevo espacio en beneficio a las mascotas de los clientes.

### **Salida Anticipada:**

En caso de que el huésped se retire del lodge antes de lo previsto en su reserva, deberá cancelar los 50% de las noches restantes como penalidad; en caso de salida anticipada por motivos de fuerza mayor se analizará el caso y se hará la devolución del 100% del valor monetario ya depositado como muestra de profesionalismo de la empresa.

### **Política de Sobreventa:**

En caso que el lodge no pueda brindar el servicio de hospedaje contratado por el consumidor con una reservación proveniente de páginas web vinculadas con nuestro establecimiento, la empresa encontrará una solución para suplir el servicio, para que sea igual o mejor a los beneficios y servicios contratados originalmente.

El establecimiento le reubicará en otro similar donde se podrá pagar la misma tarifa contratada originalmente, en caso de alguna diferencia con respecto a lo que se pagó, el establecimiento se encargará de reembolsar.

### **Políticas de Alianza:**

Como ya se ha mencionado, el lodge puede asociarse o llegar a tener acuerdos con otras empresas o establecimientos de alojamiento, para cuando existan casos de sobreventa.

#### **3.7.2 Políticas Ambientales del Lodge**

El Lodge se comprometerá netamente con el cuidado del medio ambiente y por lo tanto está llamado a cumplir con la gestión ambiental en todas las actividades en el proceso de ejecución y construcción del establecimiento hotelero, es decir, adoptar buenas prácticas ambientales con el fin de disminuir el impacto.

Nuestro modelo de Políticas Ambientales estará basado en los siguientes principios:

- Llevar a cabo una gestión ambiental acorde a las actividades y servicios que se ofrece, para con ello poner en práctica el desarrollo sostenible del lodge.
- Capacitar cada cierto tiempo a todos los miembros del personal con criterios de respeto al medio ambiente y su cuidado.
- Cumplir al máximo con todas las normas establecidas por la legislación medioambiental vigente.

Se han propuesto 2 prioridades:

#### **Prioridad 1: ASPECTO NATURAL**

- ❖ **Conserva:** el lodge debe poner en práctica las políticas encaminadas a la conservación de los recursos que la rodean.
- ❖ **Recupera:** que parte de sus ganancias o ingresos contribuyan al mantenimiento de la naturaleza.
- ❖ **Maneja:** realiza planes de manejo ambiental.

- ❖ **Compite:** como toda actividad turística, tiene que ser competitivo.
- ❖ **Se renueva:** implementar técnicas y estrategias para la conservación de los recursos ambientales que rodean el lodge.

#### Prioridad 2: ASPECTO AMBIENTAL

- **Controlar:** que el personal colabore con el cuidado del medio ambiente.
- **Fomentar:** las buenas prácticas ambientales, a través de la participación de la sociedad en general.
- **Incentivar:** al cuidado y protección del medio ambiente, debido a que las buenas prácticas y resultados se premia a través de certificaciones.

### 3.8 Actividades y Servicios del Lodge

Se han propuesto las siguientes actividades para nuestros huéspedes, con el objetivo de no solamente ofrecer los servicios de alojamiento y restauración, sino también, que puedan ser partícipes de actividades complementarias y tengan otras opciones de diversión; en donde se busca que tanto niños, jóvenes y adultos mayores disfruten por igual.

#### 3.8.1 Actividades fuera del lodge

##### COMUNIDAD “DOS MANGAS

Como ya se mencionó anteriormente, esta comunidad es famosa por sus monos aulladores, posee también un centro de interpretación en donde sus moradores son los guías, capacitados por el Ministerio de Turismo. Nuestros huéspedes pueden conocer y disfrutar de 2 senderos:

## Ilustración 20 Sendero “Las Cascadas”

Sendero “Las Cascadas”



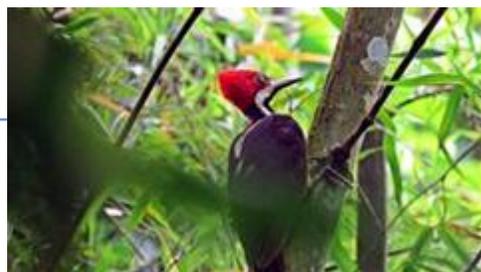
Fuente: Olon.ec

Fechas: 2018

El sendero Las Cascadas, rodeado de las montañas de la Cordillera Chongón Colonche, presenta un clima de bosque húmedo. Durante el recorrido se pueden apreciar varias cascadas. En época de lluvia, la cascada principal puede llegar a medir hasta 20 m de altura.

En el sendero se pondrá observar un bosque frondoso, siempre verde, con gran diversidad vegetal. Gran parte del sendero está rodeado de bosque secundario gracias a un trabajo de intensa reforestación de especies nativas. Por las características de este bosque, esta zona sirve como nicho ecológico y hábitat de una gran variedad faunística.

En el recorrido también encontraremos cultivos, de paja toquilla y la caña guadúa, que son parte importante del sustento de la comuna. Gracias a la interpretación de guías nativos podemos aprender de interrelación del bosque y los sembríos con los habitantes de Dos Mangas.



Fuente- Zelmar

Fechas: 2018

Ilustración 21 Sendero “Las Piscinas”

Sendero “Las Piscinas”

El sendero Las Piscinas se encuentra entre las montañas de la Cordillera Chongón – Colonche, por lo cual presenta un clima de bosque húmedo.

Su nombre nace porque mientras se camina a través de él se pueden encontrar algunas pozas de formación natural, a partir de la condensación del agua que retienen los bosques. No se ha establecido un número exacto de pozas, ya que montaña arriba se puede encontrar con más de ellas, el acceso hasta aquellos sitios resulta complejo y es recomendado para excursionistas experimentados, Las pozas invitan a disfrutar de una refrescante pausa.



Fuente: Prefectura de Santa Elena

Fecha: 2018

Ilustración 22 *Paseo en bicicleta*

PASEO EN BICICLETA



El Lodge contará con 8 bicicletas para el uso libre de los huéspedes, podrán pasear a la orilla de la playa, así como también por las calles de la comuna de Olón.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

Ilustración 23 *Snorkeling*

SNORKEL



Contaremos con los equipos respectivos para hacer snorkeling en la playa de Olón, a la altura del Santuario Blanca Estrella del Mar, puesto que es un lugar ideal para realizar esta actividad.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

### Ilustración 24 *Parasailing*

#### PARASAILING



El Lodge contara con el equipo para realizar parasailing (chalecos, arneses, paracaídas); nos esperara un barco en la playa y aquellas personas que quieran a realizarlo lo pueden hacer; caso contrario para aquellas personas que les teman a las alturas, pueden tener una vista impresionante del mar en el mirador del Olón.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

### Ilustración 25 *Paseo en barco*

#### PASEO EN BARCO



Para aquellas personas que visitan por primera vez la comuna de Olón, esta es una gran alternativa para que conozcan su playa y paisaje, y disfruten de la paz que esta playa ofrece; a más de compartir con sus seres queridos.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

Ilustración 26 *Surf*

SURF

La playa de Olón es ideal para aquellas personas que quieran aprender a surfear, debido a que no existe un fuerte oleaje, es decir, es una playa tranquila; y podrán contar con un instructor de Surf.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

Ilustración 27 *Paseo en caballo*

PASEO EN CABALLO

Es una gran alternativa para que los huéspedes se puedan distraer, vivir nuevas experiencias y que lleven consigo un recuerdo inolvidable de su viaje y visita a la comuna de Olón.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

### 3.8.2 Actividades dentro del lodge

Ilustración 28 *Juegos de billar, ping pong y futbolito*

JUEGOS DE BILLAR,  
PING PONG Y  
FUTBOLITO



Son buenas alternativas para el huésped, para que se divierta dentro del lodge, puesto que serían buenos pasatiempos en tiempos cortos.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

Ilustración 29 *Juegos de mesa*

JUEGOS DE MESA  
(Monopolio, Damas,  
Ajedrez, Cartas,  
Rompecabezas, Jenga,  
Twister, Ludo, etc.)



Ideal para nuestros huéspedes después de la cena o a cualquier hora del día, en especial para los niños.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

Ilustración 30 *Noche musical*

NOCHE MUSICAL



Se ha propuesto esta actividad para apoyar a aquellas personas que habitan en la comuna de Olón, que tengan talento y lo demuestren a nuestros huéspedes, a la hora del almuerzo y/o cena.



Fuente: Jasmine Escudero Pinos

### **3.8.3 Servicios a ofrecer**

Alojamiento u hospedaje: será nuestro principal servicio; el lodge contará con un total de 16 habitaciones, distribuidas en seis dobles, seis triples y cuatro cuádruples. Todas las habitaciones van a estar conformadas camas, un aire acondicionado, una televisión, frigobar, una mesa, dos sillas, un velador con lámpara, un closet y algunos cuadros como adorno; un baño privado con espejo, toallas y amenities.

La diferencia radica en que las habitaciones dobles tendrán dos camas sencillas; las habitaciones triples estarán conformadas por una cama sencilla y una litera y las habitaciones cuádruples tendrán dos camas queen size.

Las habitaciones dobles y triples serán parte de la nueva construcción, mientras que las cuádruples son las cuatro cabañas que ya posee el terreno. El wi-fi y parqueadero no tendrán ningún costo adicional, solamente los servicios a la habitación.

Restauración: el restaurante tendrá una capacidad de 80 a 100 personas, con un estilo rústico al igual que las cabañas, las mesas y sillas hechas de madera. Los desayunos buffet ya están incluidos en el costo total de alojamiento, mientras que los almuerzos, cenas, snacks y otras bebidas no lo están. Los almuerzos y las cenas serán platos a la carta, en el cual el chef será el encargado de realizarlo, de acuerdo a su creatividad. En la parte superior del restaurante se encontrará la recepción y las oficinas para administración.

Spa: al principio se tuvo la idea de construir una nueva cabaña solo para este servicio, sin embargo, creí que el ambiente, la naturaleza y la vista al mar son factores que ayudan a relajarse y deshacerse del estrés, por lo tanto, el spa se encontrará al aire libre junto a la piscina. Cada cliente podrá realizarse una limpieza facial profunda, hidratación facial profunda, mascarilla de ingredientes naturales, masaje con piedras, masajes relajantes, entre otros.

Tabla 45 *Horario del Servicio de Spa*

9H00 – 12H00
14H00 – 18H00

Fuente: Elaboración propia

Yoga y meditación: el lugar en donde se encontraría el lodge, es un lugar estratégico, que está en contacto directo con el medio ambiente y esos son aspectos que se necesitan para practicar el yoga y la meditación. Se ofrecerá yoga mental, yoga suave terapéutico, yoga básico, yoga para niños, yoga activo, yoga multinivel, pilates, entre otros.

Tabla 46 *Horario para realizar Yoga y meditación*

7H00 – 8H00	8H00 – 9H00
9H00 – 10H00	10H00 – 11H00
15H00 – 16H00	16H00 – 17H00

Fuente: Elaboración propia

### 3.9 Componentes del Establecimiento de Alojamiento “Luna Turquesa Lodge”

Tabla 47 Componentes del establecimiento turístico “Luna Turquesa Lodge”

INSTALACIONES DEL LODGE	COMPONENTES TANGIBLES	COMPONENTES INTANGIBLES	COMPONENTES COGNITIVOS	COMPONENTES PSICOLÓGICOS
Cabañas	Camas, frigobar, TV, veladores, A/C, armario, mueble, cuadros, amenities (agua, shampoo, acondicionador, jabón, etc.)	Decoración rústica moderna, ambiente y aroma agradable, buena iluminación, comodidad	Información de todos los servicios y actividades del Lodge	Satisfacción y sensación de una vivencia y experiencia inolvidable
Spa	Camillas, cremas, aceites, ingredientes naturales, cera, toallas, batas, sábanas, piedras, mesa, silla	Aroma muy agradable, ambiente relajante	Información de todos los tipos de masajes y tratamientos	Satisfacción del cuerpo y sensación de relajación
Área de Yoga y Meditación	Alfombras, pelotas de pilates, cuadros, mini componente	Música relajante, tranquilidad y armonía	Ayuda a tener paz interior	Espacio para conectarse con la naturaleza y consigo mismo
Área de la piscina	Sillas reclinables	Contacto con la naturaleza, vista al mar	Señalética y letrero de normas	Experiencia de convivencia, belleza paisajística
Parqueadero	Autos	Seguridad	Señalética (letrero)	Satisfacción por la seguridad y confianza
Restaurante	Mesas, sillas, adornos, cuadros	Decoración rústica moderna, buena iluminación, buen ambiente	Señalética (letrero)	Satisfacción de una necesidad básica
Cocina	Cocina, refrigeradora, tostadora, wafflera, etc. y todo el equipamiento de cocina moderna)	Iluminación adecuada y buen ambiente laboral	Menú diario en carteles (para los huéspedes) y en un pizarrón (para la cocina)	Espacio de confianza e integridad.
Recepción y Administración	Computadora, impresora, teléfono, silla cómoda, escritorio	Excelente decoración rústica moderna, comodidad, aroma agradable	Cartel de normas y políticas del establecimiento	Primera impresión del huésped o cliente al lodge.

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

## **Conclusión**

En este capítulo se ha propuesto un plan operativo para el lodge, es decir, de qué manera se manejara internamente el lodge; su estructura u organigrama empresarial, que cargos van a ser requeridos para el correcto funcionamiento y lo que cada uno de los miembros que conformen el personal deben poseer para generar un buen ambiente laboral; así como también se han propuesto políticas de desarrollo empresarial y ambiental del lodge y las actividades que los clientes tendrían opción a realizarlas, puesto que todo es importante para cumplir con todos los objetivos planteados.

## CAPÍTULO 4

### 4. COSTOS Y PRESUPUESTOS

#### Introducción

En este capítulo se ha presentado la delimitación del personal, propuestas de proformas de inversión, es decir, presupuestos para la construcción de nuevas instalaciones, readecuación de cada una de las cabañas y el equipamiento necesario; su financiamiento y punto de equilibrio de la empresa y el costo de cada tipo de habitación una vez que el lodge inicie con sus funciones.

#### 4.1 DELIMITACIÓN DEL PERSONAL

Para establecer el número de miembros que conformarán el personal, se analizó primeramente el número total de habitaciones del lodge; instalaciones como el restaurante, la cocina, el área de la piscina y spa, la parte de yoga y meditación, las actividades, etc. Dicho esto, el lodge estaría conformado por 16 habitaciones, cumpliendo así con el Reglamento de Alojamiento Turístico, que dice que debe contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Ilustración 31 *Personal que formaría parte de “Luna Turquesa Lodge”*

PERSONAL DEL LODGE	
#	DESCRIPCION
1	ADMINISTRADOR
1	CONTADOR
2	RECEPCIONISTAS
1	AUDITOR NOCTURNO
3	MUCAMAS
1	CONSERJES
1	CHEF
2	COCINEROS
1	MESERO
1	JEFE DE RRPP Y VENTAS
2	MASAJISTA
1	INSTRUCTOR / A DE YOGA
2	GUIAS
1	GUARDIA
20	TOTAL

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

Ilustración 32 *Proyeccion mensual y anual de sueldos al personal*

DELIMITACION DEL PERSONAL													A partir del año 2		
CANTIDAD	BASICO	CARGO	VALOR	IESS 11,15%	XIII	XIV	CNFC 0,5%	IECE 0,5%	TOTAL	NHE	COSTO/HORA	TOTAL	FONDOS RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL
1	900	ADMINISTRADOR	900,00	100,35	75,00	29,5	4,50	4,50	1113,85	160	\$ 6,96	\$ 1.113,85	74,97	37,50	\$ 1.226,32
<b>ALOJAMIENTO</b>															
1	600	AUDITOR NOCTURNO	600,00	66,90	50,00	29,5	3,00	3,00	752,40	160	\$ 4,70	\$ 752,40	49,98	25,00	\$ 827,38
2	550	RECEPCIONISTA	550,00	61,33	45,83	29,5	2,75	2,75	692,16	160	\$ 4,33	\$ 1.085,60	45,82	22,92	\$ 1.154,33
3	386	MUCAMA	386,00	43,04	32,17	29,5	1,93	1,93	494,57	160	\$ 3,09	\$ 1.628,40	32,15	16,08	\$ 1.676,64
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>															
1	550	CHEF	550,00	61,33	45,83	29,5	2,75	2,75	692,16	160	\$ 4,33	\$ 692,16	45,82	22,92	\$ 760,89
2	386	COCINERO	386,00	43,04	32,17	29,5	1,93	1,93	494,57	160	\$ 3,09	\$ 1.085,60	32,15	16,08	\$ 1.133,84
1	386	MESERO	386,00	43,04	32,17	29,5	1,93	1,93	494,57	160	\$ 3,09	\$ 542,80	32,15	16,08	\$ 591,04
<b>MANTENIMIENTO</b>															
1	386	CONSERJE	386,00	43,04	32,17	29,5	1,93	1,93	494,57	160	\$ 3,09	\$ 542,80	32,15	16,08	\$ 591,04
<b>MARKETING</b>															
1	500	JEFE DE RRPP Y VENTAS	500,00	55,75	41,67	29,5	2,50	2,50	631,92	160	\$ 3,95	\$ 631,92	41,65	20,83	\$ 694,40
<b>ADMINISTRACION</b>															
1	600	CONTADOR	600,00	66,90	50,00	29,5	3,00	3,00	752,40	160	\$ 4,70	\$ 752,40	49,98	25,00	\$ 827,38
<b>ANIMACION TURISTICA</b>															
2	386	MASAJISTA	386,00	43,04	32,17	29,5	1,93	1,93	494,57	160	\$ 3,09	\$ 989,13	32,15	16,08	\$ 1.037,37
1	386	INSTRUCTOR / A DE YOGA	386,00	43,04	32,17	29,5	1,93	1,93	494,57	160	\$ 3,09	\$ 494,57	32,15	16,08	\$ 542,80
2	386	GUIA (ACTIVIDADES)	386,00	43,04	32,17	29,5	1,93	1,93	494,57	160	\$ 3,09	\$ 989,13	32,15	16,08	\$ 1.037,37
<b>SEGURIDAD</b>															
1	386	GUARDIA	386,00	43,04	32,17	29,5	1,93	1,93	494,57	160	\$ 3,09	\$ 494,57	32,15	16,08	\$ 542,80
<b>TOTAL A PAGAR MENSUALMENTE</b>												<b>\$ 11.795,32</b>			<b>\$ 12.643,59</b>
<b>TOTAL A PAGAR ANUALMENTE</b>												<b>\$ 141.543,83</b>			<b>\$ 151.723,11</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

El total a pagar mensualmente durante el primer año a todo nuestro personal sería \$11.795,32 USD y a partir del segundo año \$12.643,59 USD por otros beneficios sociales; el primer año se pagaría un total de \$141.543,83 USD y a partir del segundo año se pagaría un total de \$151.723,11 USD. Estos valores van a variar por horas extras o complementarias, comisiones, etc.

## 4.2 Presupuestos de Inversión

Ilustración 33 *Inversión en Infraestructura*

INFRAESTRUCTURA	Costo Materiales	Mano de Obra	COSTO TOTAL
Adecuación Restaurante y Cocina	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 2.500,00
Adecuación Spa	\$ 350,00	\$ 150,00	\$ 2.500,00
Adecuación Yoga	\$ 250,00	\$ 80,00	\$ 500,00
Señalética (logo, flechas, etc)	\$ 210,00	\$ 100,00	\$ 330,00
Carretera (camino al Lodge)	\$ 90,00	\$ 40,00	\$ 310,00
Focos (iluminación camino)	\$ 70,00	\$ 15,00	\$ 130,00
Arreglos exteriores (área verde)	\$ 80,00	\$ 40,00	\$ 85,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.355,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 34 *Inversión en Muebles y enseres*

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Juego de sala	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Decoración (cuadros,tapiz,flores,etc)	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00
Extintor	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Mueblería (Cocina)	5 metros	200 (el metro)	\$ 1.000,00
Tachos de Basura	5	\$ 7,00	\$ 35,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.055,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 35 *Inversión en Equipos de computación*

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora	2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Caja Registradora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Camaras de Seguridad	4	\$ 90,00	\$ 360,00
Sistema Operativo para Contabilidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.610,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 36 *Inversión en Equipos de oficina*

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Silla con Ruedas	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Sillas	3	\$ 17,00	\$ 51,00
Telefono	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Esferos	5	\$ 0,50	\$ 2,50
Papel bond	5 (paquetes)	\$ 3,50	\$ 17,50
Sobres	6	\$ 0,45	\$ 2,70
Carpetas	8	\$ 0,25	\$ 2,00
Engrapadora	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Grapas	5 (cajas)	\$ 0,30	\$ 1,50
Clips	5 (cajas)	\$ 0,30	\$ 1,50
Perforadora	2	\$ 2,20	\$ 4,40
Facturas	5 (libre tiñes)	\$ 10,00	\$ 50,00
Recibos	5 (libretines)	\$ 10,00	\$ 50,00
Retenciones	5 (libretines)	\$ 10,00	\$ 50,00
Escritorios	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Cafeteras	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Archivador	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Marketing (difusión)	-	-	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.302,10</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 37 *Inversión en Equipos para la cocina*

EQUIPOS DE COCINA			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cocina Industrial	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Congelador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Refrigeradora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Licuada	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Horno	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Parrilla	1	\$ 340,00	\$ 340,00
Tostadora	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Wafflera	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Utensilios de cocina (ollas, cacerolas, etc.)	-	\$ 750,00	\$ 750,00
Batidora	2	\$ 58,00	\$ 116,00
Microondas	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Sanduchera	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Cuberteria	-	\$ 150,00	\$ 150,00
Vajilla	-	\$ 200,00	\$ 200,00
Extractor de olores	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Cafeteras	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Dispensador de agua	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Jarras	8	\$ 18,00	\$ 144,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.295,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 38 *Inversión para las habitaciones*

HABITACIONES			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camas 2 plazas	20	\$ 250,00	\$ 5.000,00
Camas 1 1/2 plazas	6	\$ 200,00	\$ 1.200,00
Camas 1 plaza	12	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Colchón 2 plazas	20	\$ 180,00	\$ 3.600,00
Colchón 1 1/2 plazas	6	\$ 140,00	\$ 840,00
Colchón 1 plaza	6	\$ 90,00	\$ 540,00
Aire Acondicionado (A/C)	16	\$ 420,00	\$ 6.720,00
TV (25 pulgadas)	16	\$ 300,00	\$ 4.800,00
Frigobar	16	\$ 250,00	\$ 4.000,00
Mesa	16	\$ 125,00	\$ 2.000,00
Silla	16	\$ 40,00	\$ 640,00
Sábanas	76 (juegos)	\$ 30,00	\$ 2.280,00
Almohadas	76	\$ 20,00	\$ 1.520,00
Cobertor	76	\$ 60,00	\$ 4.560,00
Pie de cama	76	\$ 7,50	\$ 570,00
Velador	16	\$ 70,00	\$ 1.120,00
Lámpara	16	\$ 45,00	\$ 720,00
Closet	4 metros	\$270 (el metro)	\$ 1.080,00
Cortinas	4 m2	\$180 (el m2)	\$ 720,00
Tachos de basura	40	\$ 7,00	\$ 280,00
Cuadros	32	\$ 12,00	\$ 384,00
Sanitario	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Duchas	4	\$ 130,00	\$ 520,00
Lavador de manos	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Espejo	16	\$ 62,00	\$ 992,00
Caja Fuerte	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 46.826,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 39 *Inversión para el restaurante*

RESTAURANTE			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesa con 4 sillas (juego)	17	\$ 350,00	\$ 5.950,00
Porta servilletas	17	\$ 3,50	\$ 59,50
Florero	17	\$ 5,00	\$ 85,00
Manteles	17	\$ 7,00	\$ 119,00
Otros	-	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.313,50</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 40 *Inversión para las actividades*

ACTIVIDADES			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Bicicletas	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Tablas de Surf	5	\$ 25,00	\$ 125,00
Equipo Snorkel	5	\$ 25,00	\$ 125,00
Futbolito	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Mesa Ping Pong	1	250	\$ 250,00
Mesa de Billar	1	600	\$ 600,00
Juegos de mesa (monopolio, damas, ajedrez, cartas, rompecabezas, jenga, ludo)	1	80	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.780,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 41 *Inversión para el Spa y yoga*

SPA Y YOGA			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Batas	10	\$ 14,00	\$ 140,00
Sábanas (juegos)	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Toallas	8 (sets)	\$ 12,00	\$ 96,00
Piedras (masajes)	1 kit	\$ 20,00	\$ 20,00
Camillas	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Mesas	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Ingredientes naturales	-	\$ 20,00	\$ 20,00
Aceites (oliva, coco, argan)	-	\$ 30,00	\$ 30,00
Set masajeador	2	\$ 44,00	\$ 88,00
Set de limpieza facial y exfoliante	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Alfombras de yoga	8	\$ 8,00	\$ 64,00
Pelotas de pilates	8	\$ 9,00	\$ 72,00
Pizarrón	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 980,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 42 *Inversión en útiles de aseo y limpieza*

ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Desinfectante (1 litro)	3 envases	\$ 3,00	\$ 9,00
Cloro (1 litro)	2 envases	\$ 1,50	\$ 3,00
Ambientador (300ml)	3 envases	\$ 3,50	\$ 10,50
Escobas	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Franelas	12	\$ 1,00	\$ 12,00
Trapeadores	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Fundas de basura (paquete)	50	\$ 0,50	\$ 25,00
Recogedores de basura	4	\$ 2,00	\$ 8,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 95,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 43 *Inversión Inicial y Forma de financiamiento*

INVERSIÓN INICIAL	
INFRAESTRUCTURA	\$ 6.355,00
CONSTRUCCIÓN NUEVAS CABAÑAS Y PISCINA	\$ 70.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.055,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	\$ 2.610,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.302,10
EQUIPOS PARA LA COCINA	\$ 6.295,00
HABITACIONES	\$ 46.826,00
RESTAURANTE	\$ 6.313,50
ACTIVIDADES	\$ 1.780,00
SPA Y YOGA	\$ 980,00
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	\$ 95,00
UNIFORMES PERSONAL	\$ 300,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 149.911,60</b>
	\$ 150.000,00

Forma de Financiamiento	%	Valor
Socios	0,5	\$ 475.000,00
Banco	0,5	\$ 75.000,00
	TOTAL	\$ 550.000,00

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 44 *Gastos Operativos anuales*

Gastos Operativos Anuales	
Descripción	Valor
Electricidad	\$ 9.000,00
Agua	\$ 7.000,00
Telefono	\$ 180,00
Internet	\$ 3.600,00
Gas	\$ 3.000,00
Revistas	\$ 190,00
Publicidad	\$ 1.200,00
Mantenimiento CABAÑAS	\$ 3.000,00
Mantenimiento Equipos Computación	\$ 500,00
Elementos de aseo y limpieza	\$ 3.000,00
Compra de alimentos Restaurante	\$ 24.000,00
Compra materiales Spa	\$ 12.000,00
Honorarios abogados	\$ 354,00
Primas de seguros	\$ 5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 72.024,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 45 *Manejo de inventarios*

Manejo de Inventarios	
Compras	\$ 136.080,00
Inventario Final	\$ 20.412,00
Costo de Ventas del Restaurante	\$ 115.668,00

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las compras del restaurante se calcularon en base al 50% de sus ventas; el inventario final en base al 15% de las compras; por lo tanto, el costo de ventas del restaurante es el resultado de la diferencia entre las compras y el inventario final.

### 4.3 Costos de Habitaciones y Ventas

Ilustración 46 Costo de Habitación doble y triple

Habitación Doble				
INSUMOS DIRECTOS				
Descripción	Unidad	Cantidad	PU	TOTAL
Desayuno	unidad	2	\$ 5,00	\$ 10,00
amenities	unidad	2	\$ 5,00	\$ 10,00
papel higiénico	unidad	1	\$ 0,50	\$ 0,50
periódicos	unidad	1	\$ 1,00	\$ 1,00
botella de agua	unidad	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Spa (5 minutos), actividades dentro del lodge, Wi- fi, parqueadero, TV cable		-		\$ 3,00
TOTAL				\$ 26,50
MANO DE OBRA DIRECTA				
Descripción	Cantidad	Costo/hora	cant horas/ + improd	TOTAL
mucama	3	3,39	0,50	\$ 5,08
TOTAL				\$ 5,08
RESUMEN				
INSUMOS DIRECTOS	\$ 26,50			
MOD	\$ 5,08			
COSTO PRIMO	\$ 31,58			
CIF Y Gastos + Alojamiento	\$ 12,50			
Costo de habitación	\$ 44,08			
Utilidad 30%	\$ 13,22			
Subtotal	\$ 57,30			
22% IVA y Servicios	\$ 12,61			
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 69,91</b>			

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Habitación Triple				
INSUMOS DIRECTOS				
Descripción	Unidad	Cantidad	PU	TOTAL
Desayuno	unidad	3	\$ 3,00	\$ 9,00
amenities	unidad	3	\$ 5,00	\$ 15,00
papel higiénico	unidad	2	\$ 0,50	\$ 1,00
botella de agua	unidad	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Spa (5 minutos), actividades dentro del lodge, Wi- fi, parqueadero, TV cable		-		\$ 3,00
TOTAL				\$ 31,00
MANO DE OBRA DIRECTA				
Descripción	Cantidad	Costo/hora	cant horas/ + improd	TOTAL
mucama	3	3,39	0,50	\$ 5,08
TOTAL				\$ 5,08
RESUMEN				
INSUMOS DIRECTOS	\$ 31,00			
MOD	\$ 5,08			
COSTO PRIMO	\$ 36,08			
CIF Y Gastos + Alojamiento	\$ 15,00			
Costo de habitación	\$ 51,08			
Utilidad 30%	\$ 15,32			
Subtotal	\$ 66,40			
22% IVA y Servicios	\$ 14,61			
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 81,01</b>			

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 47 Costo de Habitación cuádruple

Habitación Cuádruple				
INSUMOS DIRECTOS				
Descripción	Unidad	Cantidad	PU	TOTAL
Desayuno	unidad	4	\$ 7,00	\$ 28,00
amenities	unidad	4	\$ 5,00	\$ 20,00
papel higiénico	unidad	2	\$ 0,50	\$ 1,00
periódicos	unidad	1	\$ 1,00	\$ 1,00
botella de agua	unidad	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Spa (5 minutos), actividades dentro del lodge, Wi- fi, parqueadero, TV cable		-		\$ 3,00
			TOTAL	\$ 57,00
MANO DE OBRA DIRECTA				
Descripción	Cantidad	Costo/hora	cant horas/ + improd	TOTAL
mucama	3	3,39	0,50	\$ 5,08
			TOTAL	\$ 5,08
RESUMEN				
INSUMOS DIRECTOS				\$ 57,00
MOD				\$ 5,08
COSTO PRIMO				\$ 62,08
CIF Y Gastos + Alojamiento				\$ 15,00
Costo de habitación				\$ 77,08
Utilidad 30%				\$ 23,12
Subtotal				\$ 100,20
22% IVA y Servicios				\$ 22,04
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 122,25</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Como ya se había mencionado, el lodge estaría conformado por seis habitaciones dobles, seis habitaciones triples y cuatro habitaciones cuádruples; dando un total de 16 habitaciones. Las habitaciones dobles tendrían un costo de \$69,91; las triples tendrían un costo de \$81,01, mientras que las cuádruples tendrían un costo de \$122,25.

Ilustración 48 *Ventas del servicio de hospedaje*

VENTAS HOSPEDAJE						
CABAÑAS	# Habitaciones	cantidad de días mes	al 60% de ocupación	PRECIO	VENTAS MENSUALES	VENTAS ANUALES
Dobles	6	180	108	\$ 69,91	\$ 7.550,28	\$ 90.603,36
Triples	6	180	108	\$ 81,01	\$ 8.749,08	\$ 104.988,96
Cuádruples	4	120	72	\$ 122,25	\$ 8.802,00	\$ 105.624,00
					<b>TOTAL</b>	<b>\$ 301.216,32</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las ventas del hospedaje son el resultado de multiplicar la cantidad de días al mes que en promedio son 30 por el número de cada uno de los tipos de habitaciones, es decir, el lodge estaría conformado por 6 habitaciones dobles, 6 habitaciones triples y 4 habitaciones cuádruples. Este resultado se multiplicó por un porcentaje dado de ocupación, en este caso el 60% y a la vez este resultado se multiplica por el precio o el costo de cada habitación respectivamente. Este último es el total de las ventas mensuales y multiplicado por los 12 meses del año nos da el total de las ventas anuales; la suma nos daría un ingreso de aproximadamente \$301.216,32 USD anualmente.

Ilustración 49 Ventas del servicio de restauración

VENTAS RESTAURANTE			
Menús	Precio Unitario	Cantidad mes (60% de la capacidad de personas)	Ventas Año
almuerzos	\$ 6,00	1080	\$ 77.760,00
cena	\$ 6,00	1080	\$ 77.760,00
bebidas varias	\$ 2,00	1080	\$ 25.920,00
cocteles	\$ 4,00	1080	\$ 51.840,00
snacks	\$ 3,00	1080	\$ 38.880,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 272.160,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las ventas del restaurante son el resultado de multiplicar la capacidad que tiene el restaurante (60) por un porcentaje de ocupación, en este caso se dio de igual manera el 60%, el cual es igual a 36 y este resultado se multiplica a su vez por el número de días que tiene el mes (30), dándonos como resultado 1080; este último resultado se multiplica por el precio unitario de cada uno de los menús respectivamente; obteniendo con la suma un total de \$272.160,00 USD anualmente.

Ilustración 50 Ventas del servicio de yoga y meditación

VENTAS YOGA Y MEDITACIÓN			
SESIONES	Precio Unitario	Cantidad mes (60% de la capacidad de personas)	Ventas Año
Yoga mental	\$ 10,00	29	\$ 3.456,00
Yoga suave terapéutico	\$ 10,00	29	\$ 3.456,00
Yoga básico	\$ 8,00	29	\$ 2.764,80
Yoga niñ@s	\$ 10,00	29	\$ 3.456,00
Yoga activo	\$ 12,00	29	\$ 4.147,20
Yoga multinivel	\$ 15,00	29	\$ 5.184,00
Pilates	\$ 12,00	29	\$ 4.147,20
Caminos de la meditación	\$ 10,00	29	\$ 3.456,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 30.067,20</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las ventas de yoga y meditación son el resultado de multiplicar la capacidad que tiene esta área (48 personas al día) por el 60% de ocupación que sería igual a 29, misma cantidad que se multiplica por el precio unitario de cada una de las sesiones propuestas; dando como resultado las ventas al año de cada sesión y la suma total dio como resultado \$30.067,20 USD como ingresos anuales.

Ilustración 51 *Ventas del servicio de spa*

VENTAS SPA			
SESIONES	Precio Unitario	Cantidad mes (60% de la capacidad de personas)	Ventas Año
Limpieza facial profunda	\$ 22,00	90	\$ 23.760,00
Hidratación facial profunda	\$ 14,00	90	\$ 15.120,00
Mascarilla de ingredientes naturales	\$ 5,00	90	\$ 5.400,00
Masaje con piedras	\$ 30,00	90	\$ 32.400,00
Masajes relajantes	\$ 25,00	90	\$ 27.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 103.680,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las ventas del spa son el resultado de multiplicar la capacidad de personas al mes (150) por una ocupación del 60%, que nos da igual a 90; este último se multiplica por el precio unitario de cada una de las sesiones de spa y su resultado nos indican las ventas del año de cada una de ellas, la suma total que resultó ser \$103.680,00 USD es igual a las ventas anuales.

Ilustración 52 *Ventas de las actividades realizadas fuera del lodge*

ACTIVIDADES FUERA DEL LODGE			
DETALLE	Precio Unitario	Cantidad mes (60% de la capacidad de personas)	Ventas Año
Paseo en bicicleta	\$ 3,00	72	\$ 2.592,00
Surf	\$ 3,00	72	\$ 2.592,00
Snorkel	\$ 5,00	90	\$ 5.400,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 10.584,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las ventas de las actividades realizadas por los clientes fuera del lodge son el resultado de multiplicar el número aproximado de personas que pueden realizar dicha actividad, despendiendo del número de equipos que tengamos, por ejemplo, para comenzar tendríamos 4 bicicletas disponibles que pueden ser utilizadas en un día por los 30 días del mes, que nos daría igual a 120; de igual manera 4 tablas de surf con el mismo resultado y por otra parte 5 equipos para practicar snorkel que sería igual a 150; estos resultados se multiplican por el 60% de la capacidad de ocupación (72, 72 y 90 respectivamente) y a su vez dicho resultado se multiplica por el precio unitario de cada detalle, teniendo así como resultado de la suma total de \$10.584,00 USD como ingresos anuales.

## 4.4 Proyección Anual de Depreciaciones

Ilustración 53 *Proyección anual de depreciaciones*

Proyección Anual de Depreciaciones	VALOR	% Anual	Total AÑO 1-2-3	TOTAL AÑO 4-10
INFRAESTRUCTURA	\$ 6.355,00	5%	\$ 317,75	\$ 317,75
CONSTRUCCIÓN NUEVAS CABAÑAS	\$ 70.000,00	5%	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.055,00	10%	\$ 305,50	\$ 305,50
EQUIPO DE CÓMPUTO	\$ 2.610,00	33%	\$ 861,30	-----
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.302,10	10%	\$ 130,21	\$ 130,21
EQUIPOS PARA LA COCINA	\$ 6.295,00	10%	\$ 629,50	\$ 629,50
HABITACIONES	\$ 46.826,00	10%	\$ 4.682,60	\$ 4.682,60
RESTAURANTE	\$ 6.313,50	10%	\$ 631,35	\$ 631,35
ACTIVIDADES	\$ 1.780,00	10%	\$ 178,00	\$ 178,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.236,21</b>	<b>\$ 10.374,91</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Los activos fijos tangibles que están descritos en la proyección anual de depreciaciones, son aquellos que se deprecian, puesto que, con el paso del tiempo, van perdiendo valor.

## 4.5 Amortización del Crédito

Ilustración 54 Amortización del crédito

Tabla de Amortización de Crédito							
Capital	\$ 75.000,00						
Tasa	12%						
Plazo	10 años						
							$A = R \left( \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i} \right)$ Fórmula para la cuota
							R= \$ 13.273,81
PERIODOS / AÑOS	CAPITAL	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO DE CAPITAL		
0					\$ 75.000,00		
1	\$ 75.000,00	\$ 13.273,81	\$ 9.000,00	\$ 4.273,81	\$ 70.726,19		
2	\$ 70.726,19	\$ 13.273,81	\$ 8.487,14	\$ 4.786,67	\$ 65.939,52		
3	\$ 65.939,52	\$ 13.273,81	\$ 7.912,74	\$ 5.361,07	\$ 60.578,45		
4	\$ 60.578,45	\$ 13.273,81	\$ 7.269,41	\$ 6.004,40	\$ 54.574,05		
5	\$ 54.574,05	\$ 13.273,81	\$ 6.548,89	\$ 6.724,93	\$ 47.849,12		
6	\$ 47.849,12	\$ 13.273,81	\$ 5.741,89	\$ 7.531,92	\$ 40.317,21		
7	\$ 40.317,21	\$ 13.273,81	\$ 4.838,06	\$ 8.435,75	\$ 31.881,46		
8	\$ 31.881,46	\$ 13.273,81	\$ 3.825,77	\$ 9.448,04	\$ 22.433,42		
9	\$ 22.433,42	\$ 13.273,81	\$ 2.692,01	\$ 10.581,80	\$ 11.851,62		
10	\$ 11.851,62	\$ 13.273,81	\$ 1.422,19	\$ 11.851,62	\$ 0,00		

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Se realizó la tabla de amortización para determinar la cantidad de la cuota (que se obtiene a través de la fórmula de la imagen), el interés (tasa del 12%), la diferencia de estos nos da como resultado la amortización, que se resta del capital de cada año, hasta que el saldo de capital llegue a \$0,00 el último año de plazo.

## 4.6 Estado de Resultados

Ilustración 55 Estado de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	\$ 717.707,52	\$ 746.415,82	\$ 776.272,45	\$ 807.323,35	\$ 839.616,29
VENTAS HOSPEDAJE	\$ 301.216,32	\$ 313.264,97	\$ 325.795,57	\$ 338.827,39	\$ 352.380,49
VENTAS RESTAURANTE	\$ 272.160,00	\$ 283.046,40	\$ 294.368,26	\$ 306.142,99	\$ 318.388,71
VENTAS YOGA Y MEDITACIÓN	\$ 30.067,20	\$ 31.269,89	\$ 32.520,68	\$ 33.821,51	\$ 35.174,37
VENTAS SPA	\$ 103.680,00	\$ 107.827,20	\$ 112.140,29	\$ 116.625,90	\$ 121.290,94
VENTAS ACTIVIDADES	\$ 10.584,00	\$ 11.007,36	\$ 11.447,65	\$ 11.905,56	\$ 12.381,78
<b>EGRESOS</b>	\$ 345.472,04	\$ 358.159,00	\$ 365.966,99	\$ 373.225,99	\$ 381.671,11
COSTO DE VTS RESTAURANTE	\$ 115.668,00	\$ 120.294,72	\$ 125.106,51	\$ 130.110,77	\$ 135.315,20
UT. BRUTA RESTAURANTE	\$ 156.492,00	\$ 162.751,68	\$ 169.261,75	\$ 176.032,22	\$ 183.073,51
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	\$ 229.804,04	\$ 237.864,28	\$ 240.860,48	\$ 243.115,22	\$ 246.355,91
Electricidad	\$ 9.000,00	\$ 9.360,00	\$ 9.734,40	\$ 10.123,78	\$ 10.528,73
Agua	\$ 7.000,00	\$ 7.280,00	\$ 7.571,20	\$ 7.874,05	\$ 8.189,01
Telefono	\$ 180,00	\$ 187,20	\$ 194,69	\$ 202,48	\$ 210,57
Internet	\$ 3.600,00	\$ 3.744,00	\$ 3.893,76	\$ 4.049,51	\$ 4.211,49
Gas	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00	\$ 3.244,80	\$ 3.374,59	\$ 3.509,58
Revistas	\$ 190,00	\$ 197,60	\$ 205,50	\$ 213,72	\$ 222,27
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.248,00	\$ 1.297,92	\$ 1.349,84	\$ 1.403,83
Mantenimiento CABAÑAS	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00	\$ 3.244,80	\$ 3.374,59	\$ 3.509,58
Mantenimiento Equipos Computación	\$ 500,00	\$ 520,00	\$ 540,80	\$ 562,43	\$ 584,93
Elementos de aseo y limpieza	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00	\$ 3.244,80	\$ 3.374,59	\$ 3.509,58
Compra Alimentos de Restaurante	\$ 24.000,00	\$ 24.960,00	\$ 25.958,40	\$ 26.996,74	\$ 28.076,61
Compra materiales Spa	\$ 12.000,00	\$ 12.480,00	\$ 12.979,20	\$ 13.498,37	\$ 14.038,30
Honorarios abogados	\$ 354,00	\$ 368,16	\$ 382,89	\$ 398,20	\$ 414,13
Primas de seguros	\$ 5.000,00	\$ 5.200,00	\$ 5.408,00	\$ 5.624,32	\$ 5.849,29
Sueldos y Salarios	\$ 141.543,83	\$ 151.723,11	\$ 151.723,11	\$ 151.723,11	\$ 151.723,11
Depreciaciones	\$ 11.236,21	\$ 11.236,21	\$ 11.236,21	\$ 10.374,91	\$ 10.374,91
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ 372.235,48	\$ 388.256,82	\$ 410.305,47	\$ 434.097,36	\$ 457.945,17
(+ -) OTROS INGRESOS Y GASTOS					
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ 9.000,00	\$ 8.487,14	\$ 7.912,74	\$ 7.269,41	\$ 6.548,89
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 363.235,48	\$ 379.769,68	\$ 402.392,72	\$ 426.827,94	\$ 451.396,29
15% TRABAJADORES	\$ 54.485,32	\$ 56.965,45	\$ 60.358,91	\$ 64.024,19	\$ 67.709,44
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 67.925,03	\$ 71.016,93	\$ 75.247,44	\$ 79.816,83	\$ 84.411,11
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 240.825,12	\$ 251.787,30	\$ 266.786,38	\$ 282.986,93	\$ 299.275,74

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

El Estado de Resultados o también llamado Estado de Pérdidas y Ganancias tiene como fin determinar cuál sería la utilidad neta después de cada año al restar todos los egresos o gastos de la empresa (descritos en la imagen) de los ingresos (ventas del hospedaje, restaurante, yoga y meditación, spa y actividades); para que la empresa no se vaya a pérdida, los ingresos deben ser mayores a los egresos.

## 4.7 Estado de Situación Financiera

Ilustración 56 *Estado de Situación Financiera*

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		\$ 908.961,67	\$ 1.041.121,76	\$ 1.184.277,38	\$ 1.336.101,39
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	\$ 378.661,28	\$ 510.821,37	\$ 653.976,99	\$ 807.549,70	\$ 966.886,58
caja bancos	\$ 358.249,28	\$ 489.592,89	\$ 631.899,37	\$ 784.588,98	\$ 943.007,43
inventarios	\$ 20.412,00	\$ 21.228,48	\$ 22.077,62	\$ 22.960,72	\$ 23.879,15
<b>ACTIVO FIJO</b>	\$ 530.300,39	\$ 530.300,39	\$ 530.300,39	\$ 528.551,69	\$ 528.551,69
INFRAESTRUCTURA	\$ 6.355,00	\$ 6.355,00	\$ 6.355,00	\$ 6.355,00	\$ 6.355,00
Terreno	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00
CABAÑAS	\$ 67.000,00	\$ 67.000,00	\$ 67.000,00	\$ 67.000,00	\$ 67.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.055,00	\$ 3.055,00	\$ 3.055,00	\$ 3.055,00	\$ 3.055,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	\$ 2.610,00	\$ 2.610,00	\$ 2.610,00	\$ -	\$ -
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.302,10	\$ 1.302,10	\$ 1.302,10	\$ 1.302,10	\$ 1.302,10
EQUIPOS PARA LA COCINA	\$ 6.295,00	\$ 6.295,00	\$ 6.295,00	\$ 6.295,00	\$ 6.295,00
HABITACIONES	\$ 46.826,00	\$ 46.826,00	\$ 46.826,00	\$ 46.826,00	\$ 46.826,00
RESTAURANTE	\$ 6.313,50	\$ 6.313,50	\$ 6.313,50	\$ 6.313,50	\$ 6.313,50
ACTIVIDADES	\$ 1.780,00	\$ 1.780,00	\$ 1.780,00	\$ 1.780,00	\$ 1.780,00
(DEPRECIACIONES ACUM)	\$ (11.236,21)	\$ (11.236,21)	\$ (11.236,21)	\$ (10.374,91)	\$ (10.374,91)
<b>PASIVO</b>	\$ 193.136,55	\$ 193.921,90	\$ 196.184,80	\$ 198.415,07	\$ 199.969,67
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	\$ 122.410,36	\$ 127.982,38	\$ 135.606,35	\$ 143.841,02	\$ 152.120,55
Part. Trabajadores por Pagar	\$ 54.485,32	\$ 56.965,45	\$ 60.358,91	\$ 64.024,19	\$ 67.709,44
Imp. a la Renta por Pagar	\$ 67.925,03	\$ 71.016,93	\$ 75.247,44	\$ 79.816,83	\$ 84.411,11
<b>PASIVO L/P</b>	\$ 70.726,19	\$ 65.939,52	\$ 60.578,45	\$ 54.574,05	\$ 47.849,12
Prestamos Bancario	\$ 70.726,19	\$ 65.939,52	\$ 60.578,45	\$ 54.574,05	\$ 47.849,12
<b>PATRIMONIO</b>	\$ 715.825,12	\$ 847.199,86	\$ 988.092,59	\$ 1.137.686,33	\$ 1.295.468,60
Capital	\$ 475.000,00	\$ 475.000,00	\$ 475.000,00	\$ 475.000,00	\$ 475.000,00
Resultados Acumulados	\$ -	\$ 120.412,56	\$ 246.306,21	\$ 379.699,40	\$ 521.192,86
Resultados del Ejercicio	\$ 240.825,12	\$ 251.787,30	\$ 266.786,38	\$ 282.986,93	\$ 299.275,74

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Es un informe que revela la situación financiera de la empresa; se compone de **ACTIVO** (todos los bienes de la empresa, puede ser Fijo: que está constituido por los bienes tangibles y Corriente: constituido por los bienes intangibles); **PASIVO** (obligaciones o deudas de la empresa, puede ser a corto plazo o corriente y a largo plazo o no corriente y **PATRIMONIO** (las utilidades o aportes de los socios). Para asegurarse de que está realizado correctamente, se aplica lo siguiente:

Activo = Pasivo + Patrimonio; por lo tanto:

Año 1: Activo (\$ 908.961,67) = Pasivo (\$ 193.136,55) + Patrimonio (\$ 715.825,12)

\$ 908.961,67 = \$ 908.961,67



Ilustración 59 *Costos fijos y variables anuales de yoga y meditación*

COSTOS YOGA Y MEDITACIÓN			
VARIABLES		FIJOS	
Compras materiales para yoga	\$ 150,00	Mantenimiento	\$ 200,00
		Sueldos y Salarios	\$ 5.934,84
TOTAL	\$ 150,00	TOTAL	\$ 6.134,84

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Ilustración 60 *Costos fijos y variables anuales del spa*

COSTOS SPA			
VARIABLES		FIJOS	
Compras materiales spa	\$ 1.800,00	Sueldos y Salarios	\$ 11.869,56
Agua	\$ 200,00		
TOTAL	\$ 2.000,00	TOTAL	\$ 11.869,56

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Para calcular el punto de equilibrio, es necesario determinar los costos tanto fijos como variables de cada servicio al año (hospedaje, restauración, yoga y spa) que ofrecerá el lodge; el punto de equilibrio es una herramienta que básicamente me permite saber hasta qué cantidad de ventas debe tener la empresa para no llegar a pérdida, aunque tampoco generaría utilidades.

Ilustración 61 *Punto de equilibrio (hospedaje)*

PUNTO DE EQUILIBRIO HOSPEDAJE		Punto Eq.	
UNIDADES (CABAÑAS) →	16	8	
VENTAS	\$ 301.216,32	\$ 156.386,70	
- COSTO VARIABLE	\$ 25.970,00	\$ 13.483,21	
Margen de Contribución	\$ 275.246,32	\$ 142.903,49	
- COSTO FIJO	\$ 142.903,49	\$ 142.903,49	
UTILIDAD	\$ 132.342,83	\$ -	

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

El lodge estaría constituido por 16 habitaciones en total, las ventas del hospedaje se calcularon en base al 60% de ocupación, teniendo una utilidad de \$132.342,83 después de costos, es decir, el 44% de utilidad de las ventas. Para que la empresa no se vaya a pérdida en cuanto a este servicio, debe generar \$156.386,70 en ventas al año, con una utilidad de \$0,00 después de costos, siendo este el punto de equilibrio.

Ilustración 62 *Punto de equilibrio (restaurante)*

PUNTO DE EQUILIBRIO RESTAURANTE		Punto Eq.	
% DE LA CAPACIDAD TOTAL →	60%	7%	
# de pax presupuestado a un % de la cap. total	1080	127	
VENTAS	\$ 272.160,00	\$ 31.934,94	
- COSTO VARIABLE	\$ 30.580,00	\$ 3.588,22	
Margen de Contribución	\$ 241.580,00	\$ 28.346,72	
- COSTO FIJO	\$ 28.346,72	\$ 28.346,72	
UTILIDAD	\$ 213.233,28	\$ -	

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las ventas del restaurante se calcularon también en base al 60% de ocupación, teniendo una utilidad de \$213.233,28 después de costos, es decir, el 78% de utilidad de las ventas. Para que la empresa no se vaya a pérdida en cuanto a este servicio, debe generar \$31.934,94 en ventas al año, con una utilidad de \$0,00 después de costos, siendo este el punto de equilibrio.

Ilustración 63 *Punto de equilibrio (yoga y meditación)*

PUNTO DE EQUILIBRIO YOGA Y MEDITACIÓN		Punto Eq.	
% DE LA CAPACIDAD TOTAL →	60%		12%
# de pax presupuestado a un % de la cap. total	29		6
VENTAS	\$ 30.067,20	\$	6.165,60
- COSTO VARIABLE	\$ 150,00	\$	30,76
Margen de Contribución	\$ 29.917,20	\$	6.134,84
- COSTO FIJO	\$ 6.134,84	\$	6.134,84
UTILIDAD	\$ 23.782,36	\$	-

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las ventas de yoga y meditación se calcularon, al igual que los anteriores, en base al 60% de ocupación, teniendo una utilidad de \$23.782,36 después de costos, es decir, el 79% de utilidad de las ventas. Para que no se vaya a pérdida, debe generar \$6.165,60 en ventas al año, con una utilidad de \$0,00 después de costos, siendo este el punto de equilibrio.

Ilustración 64 *Punto de equilibrio (spa)*

PUNTO DE EQUILIBRIO SPA		Punto Eq.	
% DE LA CAPACIDAD TOTAL →	60%		7%
# de pax presupuestado a un % de la cap. total	90		11
VENTAS	\$ 103.680,00	\$	12.103,03
- COSTO VARIABLE	\$ 2.000,00	\$	233,47
Margen de Contribución	\$ 101.680,00	\$	11.869,56
- COSTO FIJO	\$ 11.869,56	\$	11.869,56
UTILIDAD	\$ 89.810,44	\$	-

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Las ventas del spa se calcularon en base al 60% de ocupación, teniendo una utilidad de \$89.810,44 después de costos, es decir, el 87% de utilidad de las ventas. Para que no se vaya a pérdida, debe generar \$12.103,03 en ventas al año, con una utilidad de \$0,00 después de costos, siendo este el punto de equilibrio.

En resumen, si se suman todas las ventas reales, se obtendrá lo siguiente:

Ilustración 65 *Punto de equilibrio de las ventas totales*

LODGE "LUNA TURQUESA"		Ventas reales	Punto de equilibrio
	VENTAS	\$ 717.707,52	\$ 206.112,15
-	COSTO VARIABLE	\$ 58.700,00	\$ 16.857,54
	Margen de Contribución	\$ 659.007,52	\$ 189.254,61
-	COSTO FIJO	\$ 189.254,61	\$ 189.254,61
	UTILIDAD	\$ 469.752,91	\$ -

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

La suma de todas las ventas da un total de \$717.707,52 teniendo una utilidad de \$469.752,91 después de costos, es decir, el 65% de utilidad de las ventas. En general, para que la empresa no se vaya a pérdida, debe generar \$206.112,15 en ventas al año, con una utilidad de \$0,00 después de costos, siendo este el punto de equilibrio.

## 4.9 Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo es aquel que brinda información sobre los ingresos y salidas de efectivo en periodos determinados.

Ilustración 66 *Flujo de Efectivo*

FLUJO DE EFECTIVO						
AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión Inicial	\$ 550.000,00					
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 240.825,12	\$ 251.787,30	\$ 266.786,38	\$ 282.986,93	\$ 299.275,74
(+) Depreciaciones		\$ 11.236,21	\$ 11.236,21	\$ 11.236,21	\$ 10.374,91	\$ 10.374,91
Préstamo	\$ 75.000,00					
(-) Amortización Préstamo		\$ 4.273,81	\$ 4.786,67	\$ 5.361,07	\$ 6.004,40	\$ 6.724,93
<b>FLUJO DE FONDOS NETOS</b>		<b>\$ 247.787,52</b>	<b>\$ 258.236,84</b>	<b>\$ 272.661,52</b>	<b>\$ 287.357,44</b>	<b>\$ 302.925,72</b>
<b>FLUJO TOTALMENTE NETO</b>	\$ 475.000,00	<b>\$ 247.787,52</b>	<b>\$ 258.236,84</b>	<b>\$ 272.661,52</b>	<b>\$ 287.357,44</b>	<b>\$ 302.925,72</b>

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

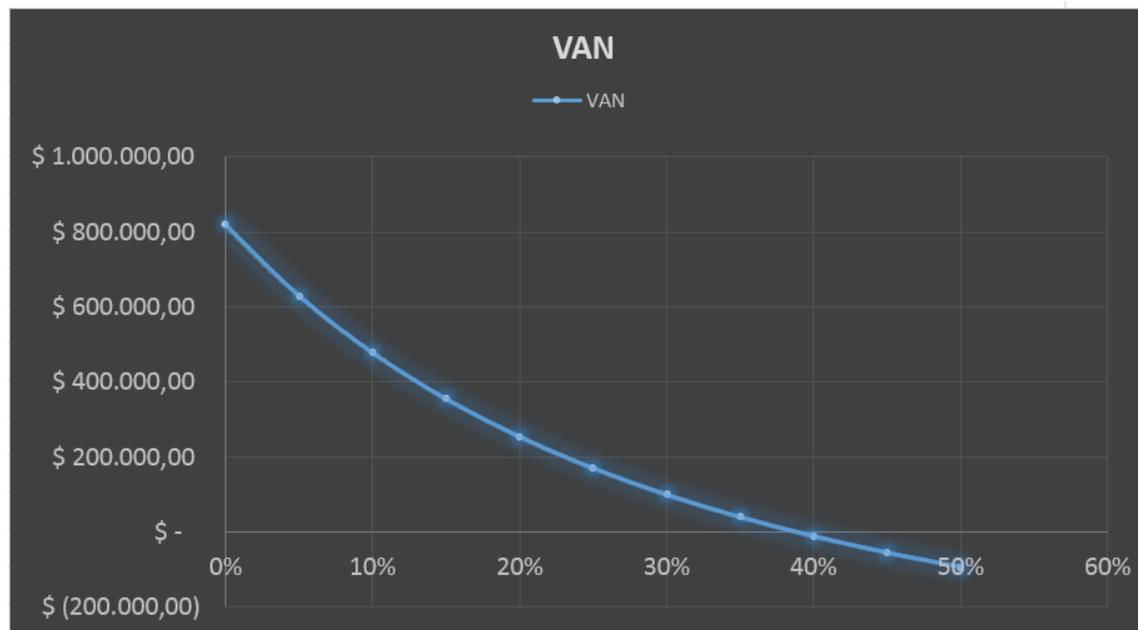
A la utilidad neta de cada año se le suman las depreciaciones y a su vez se restan las amortizaciones que se pagan cada año por el préstamo bancario y se obtiene finalmente el flujo totalmente neto.

#### 4.9.1 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

Ilustración 67 VAN y TIR del proyecto

tasa	14%
Inversión Inicial	\$ (550.000,00)
AÑO1	\$ 247.787,52
AÑO2	\$ 258.236,84
AÑO3	\$ 272.661,52
AÑO4	\$ 287.357,44
AÑO5	\$ 302.925,72
(VA) Valor actual	\$ 927.569,89
(VAN) Valor actual neto	\$ 377.569,89
(TIR) Tasa interna de retorno	38,88%

EJE X	EJE Y
TASA	VAN
0%	\$ 818.969,03
5%	\$ 629.511,71
10%	\$ 477.896,93
15%	\$ 354.916,10
20%	\$ 253.929,03
25%	\$ 170.068,60
30%	\$ 99.713,47
35%	\$ 40.131,89
40%	\$ (10.763,16)
45%	\$ (54.585,00)
50%	\$ (92.594,38)



Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

El VAN y TIR son indicadores de gran importancia a la hora de tomar decisiones, el Valor Actual Neto (VAN) me ayuda a saber cuál sería el beneficio real de la inversión, este caso el VAN resultaría ser de \$377.569,89; mientras que la Tasa interna de retorno (TIR) sirve para determinar la rentabilidad del proyecto, dándonos como resultado un TIR de 38,88%; para los socios es indispensable porque ayuda a comparar con otros proyectos y decidir en cual invertir.

#### 4.10 Tiempo de Recuperación de la Inversión

Ilustración 68 *Tiempo de recuperación de la inversión*

PERIODO DE RECUPERACIÓN		➔	2 AÑOS 2 MESES	
INVERSIÓN INICIAL-AÑO1-AÑO2=	\$ 43.975,64		REGLA DE 3	
			DINERO A RECUPERAR	AÑOS
			\$ 506.024,36	2
			\$ 43.975,64	x

0,17 años =	63 días
63 días =	2 meses

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Para determinar cuál sería el tiempo de recuperación de la inversión inicial, se aplicó una regla de 3: los valores del flujo totalmente neto de los años 1 y 2 se suman y su resultado en la cantidad que se recuperaría en 2 años, la diferencia con respecto a la inversión inicial es lo que se quiere saber en cuanto tiempo se podría recuperar; por lo tanto “x” es igual a 0,17 años. Toda la inversión se recuperaría en un periodo o tiempo aproximado de 2 años 2 meses.

## 4.11 Ratios Financieros

Ilustración 69 *Ratios financieros*

		RATIOS FINANCIEROS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez Corriente	→	3,09	3,99	4,82	5,61	6,36
Rotación de Activos Totales	→	0,79	0,72	0,66	0,60	0,56
		<b>0,72</b>		<b>0,58</b>		
Índice de Endeudamiento	→	0,21	0,19	0,17	0,15	0,13
		<b>0,19</b>		<b>0,14</b>		

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

Los ratios financieros son aquellos estados financieros que dan a conocer el nivel de rentabilidad o endeudamiento que tiene la empresa en determinados periodos, mediante diversos indicadores que están expresados en la tabla.

- La liquidez corriente se obtiene dividiendo el total de activo corriente para el total de pasivo corriente de cada año (datos que se encuentran en el estado de situación financiera). Análisis: En este caso, por cada dólar en pasivo desde el año 1 se ha generado \$3,09 y de esa manera aumentaría progresivamente cada año. Si los ratios son superiores a 1 quiere decir que tiene gran capacidad de pagar sus deudas.
- La rotación de activos totales se obtiene dividiendo los ingresos por las ventas de los servicios y actividades para el total de activos de cada año (datos que se encuentran en el estado de resultados y estado de situación financiera respectivamente). Análisis: Entre los años 1 y 3 se genera un promedio de \$0,72 por cada \$1 invertido, mientras que entre los años 4 y 5 se generaría un promedio de \$0,58. Si los ratios son cercanos a 1 entonces la empresa tiene una buena cantidad para poder cumplir con las obligaciones que tenga.
- El índice de endeudamiento es aquel que ayuda a medir el nivel de apalancamiento en que se encontraría la empresa frente a sus recursos; se calcula dividiendo el pasivo total para el

activo total de cada año (datos que se encuentran en el estado de situación financiera). Análisis: Entre los años 1 y 3 se tiene un promedio de \$0,19, mientras que entre los años 4 y 5 se tendría un promedio de \$0,14; si los valores no superan el \$0,50 es razonable, y habría razón para preocuparse, puesto que cuanto ms alto sea el valor, más endeudada estaría la empresa.

#### 4.11.1 Análisis de Rentabilidad

Ilustración 70 *Análisis de Rentabilidad*

		ANÁLISIS DE RENTABILIDAD				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen de Utilidad Operacional	→	0,52	0,52	0,53	0,54	0,55
Margen de Utilidad Neta	→	0,34	0,34	0,34	0,35	0,36
		<b>0,34</b>			<b>0,35</b>	
ROE	→	0,34	0,30	0,27	0,25	0,23
		<b>0,30</b>			<b>0,24</b>	
ROA	→	0,26	0,24	0,23	0,21	0,20

Fuente: Elaboración propia

Fecha: marzo de 2018

- El margen de utilidad operacional es el resultado de dividir la utilidad operacional para los ingresos de cada año (datos que se obtienen del estado de resultados). Análisis: Este indicador nos demuestra cual es el porcentaje que le queda a la empresa una vez que se han descontado los gastos operacionales; en este caso, en el año 1 se puede observar que la empresa obtendría el 52% de utilidad después de gastos, y aumentaría progresivamente cada año.
- El margen de utilidad neta tiene un promedio del 34% entre los años 1 y 3, por otro lado, tendría un promedio del 35% entre los años 4 y 5. Análisis: Esto quiere decir que la empresa se quedaría con el 34% de las ganancias después de pagar todos los gastos y el impuesto a

la renta. Se calcula dividiendo la utilidad neta para los ingresos de cada año (datos que se obtienen del estado de resultados).

- El ROE (Return on Equity), siglas en inglés que significa “Rentabilidad sobre el patrimonio”, es un indicador que mide el rendimiento que obtienen los socios sobre la inversión, en otras palabras, demuestra la capacidad que la empresa tiene para remunerar a los socios. Este valor se obtiene dividiendo la utilidad neta sobre el patrimonio de cada año (datos que se obtienen del estado de resultados y el estado de situación financiera respectivamente). Análisis: La rentabilidad, en este caso, sería del 30%, mientras mayor sea este porcentaje mayor será el rendimiento de la empresa sobre su patrimonio.
- El ROA (Return on Assets), siglas en inglés que significa “Rendimiento sobre activos”, también conocido como ROI (Return on Investments) que significa “Rendimiento sobre las Inversiones”; es un indicador que mide el rendimiento de los activos de la empresa para generar rentabilidad. Se obtiene dividiendo la utilidad neta sobre el activo total de cada año (datos que se obtienen del estado de resultados y el estado de situación financiera respectivamente). Análisis: Este valor sería óptimo si supera el 5% o 10%; en este caso, se obtendría un ROA o ROI del 26% en el primer año y se puede afirmar que si sería rentable con respecto al total de los activos.

## **Conclusión**

Después de haber analizado todo este capítulo, se puede concluir que, en cuanto al margen financiero y económico, se pueden generar utilidades óptimas para solventar las deudas y recuperar toda la inversión en un tiempo relativamente no tan extenso, siendo este de 2 años y 2 meses aproximadamente, y aunque, en todos los servicios se ha calculado con solo el 60% de ocupación, aun así, se obtendría una buena utilidad neta después de cada año.

## CAPÍTULO 5

### 5. SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA CON LOS SOCIOS

#### Introducción

Luego de haber realizado el levantamiento de la línea base, las estrategias de marketing y promoción, un modelo de plan operativo empresarial, servicios y actividades que ofrecería la empresa a futuro; los costos y presupuestos de la infraestructura, equipamiento, readecuación y las utilidades que se podrían generar para recuperar la inversión, en este quinto y último capítulo se realizará la socialización y retroalimentación de todo este proceso que se ha venido desarrollando para el beneficio de cada uno de los involucrados.

#### 5.1 Presentación de Renders

Se ha propuesto un modelo nuevo para la construcción y readecuación de las instalaciones para el lodge, puesto que, a más de ser atractivo para los huéspedes, debe también ser de su agrado y comodidad, ya que son aspectos importantes para ellos a la hora de adquirir los servicios. Los renders son proyecciones que requieren de tiempo y sobre todo creatividad para tener una visión clara de lo que se quiere apreciar, puesto que me permiten visualizar el lodge a futuro. En general estas imágenes son una copia de mi idea y objetivo principal, que reflejan una apariencia realista desde mi punto de vista y perspectiva.

En las siguientes imágenes se muestran cómo se encuentra actualmente cada una de las instalaciones y espacios y como se podría visualizar en un futuro. La estructura de las habitaciones presentaría características sostenibles, construidas a base de materiales como ladrillo, madera y hojas de palma de tagua porque protege de la lluvia y es muy fresco. Las fotos fueron tomadas por mi persona en marzo del presente año, y los renders fueron elaborados de igual manera en la misma fecha.

Ahora: Parte interna de las cabañas (habitaciones)



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Después: Render



Fuente: Elaboración propia

Ahora: Acceso a las cabañas



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Después: Renders



Fuente: Elaboración propia

Ahora: Cabaña del restaurante



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Después: Renders



Fuente: Elaboración propia

Ahora: Parte superior del restaurante con vista al mar



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Después: Renders



Fuente: Elaboración propia

Ahora: Lugar en donde se implementaría el área de la piscina, yoga y spa



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Después: Renders



Fuente: Elaboración propia

Ahora: Vista desde la parte superior e inferior de las cabañas



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Después: Renders



Fuente: Elaboración propia

Ahora: Cabañas de habitación y restaurante respectivamente



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Después: Renders



Fuente: Elaboración propia

Ahora: Lugar en donde se implementaría la construcción de las nuevas cabañas



Fuente: Fotos tomadas por Jasmine Escudero Pinos

Después: Renders



Fuente: Elaboración propia

Después: Renders de la parte interna del restaurante, la habitación triple y el parqueadero



Fuente: Elaboración propia

Después: Renders de los diferentes ángulos de la nueva construcción de cabañas



Fuente: Elaboración propia

Después: Renders de la vista panorámica del lodge “LUNA TURQUESA”



Fuente: Elaboración propia

## 5.2 Planificación para la socialización

La socialización se realizó el día jueves 22 de marzo de 2018, desde las 15H30, en la casa de uno de los socios, el Sr. Juan Diego Escudero. Dicha socialización tuvo una duración de aproximadamente 2 horas con 20 minutos, en el cual se explicaba detalladamente cada uno de los temas y propuestas. Al finalizar, se le hizo llenar una encuesta de retroalimentación:

Ilustración 71 *Modelo de encuesta para los socios sobre el análisis del proyecto*

**Encuesta de Análisis del Proyecto**

*"Diseño de una propuesta para la creación de un lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena"*

NOMBRE: .....

1.- ¿Cuán factible cree usted que sea la creación del lodge en la comuna de Olón?

MUY FACTIBLE  POCO FACTIBLE  IMPOSIBLE

2.- ¿Está usted de acuerdo en fomentar la actividad turística a través de este proyecto, para contribuir al desarrollo económico local y nacional?

SI  NO  Por qué? .....

.....

3.- ¿Qué tan alta califica usted a la inversión inicial del proyecto?

Muy Alta  Alta  Normal

4.- Valore del 1 al 5 (donde 5 es excelente y 1 es malo) los siguientes aspectos:  
 Marque con una "x".

ASPECTOS	5	4	3	2	1
Propuesta de inversión					
Nuevas cabañas					
Área de la piscina					
Prácticas de sostenibilidad para el cuidado del medio ambiente					
Actividades para los huéspedes					
Filosofía empresarial					
Propuesta de spa y yoga					

5.- ¿Qué piensa usted sobre la propuesta de las nuevas instalaciones (renders)?

Explique

.....

.....

.....

6.- ¿Estaría usted dispuesto a invertir en este proyecto?

SI  NO  Por qué? .....

.....

.....

7.- ¿Qué recomendaciones daría a este proyecto?

.....

.....

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

Ilustración 72 Encuesta desarrollada por Juan Diego Escudero

### Encuesta de Análisis del Proyecto

*"Diseño de una propuesta para la creación de un lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena"*

NOMBRE: JUAN DIEGO ESCUDERO

1.- ¿Cuán factible cree usted que sea la creación del lodge en la comuna de Olón?

MUY FACTIBLE  POCO FACTIBLE  IMPOSIBLE

2.- ¿Está usted de acuerdo en fomentar la actividad turística a través de este proyecto, para contribuir al desarrollo económico local y nacional?

SI  NO  Por qué? CREANDO NUEVAS FUENTES DE TRABAJO SE AYUDA A LA ECONOMIA FAMILIAR Y DEL PAIS.

3.- ¿Qué tan alta califica usted a la inversión inicial del proyecto?

Muy Alta  Alta  Normal

4.- Valore del 1 al 5 (donde 5 es excelente y 1 es malo) los siguientes aspectos:  
Marque con una "x".

ASPECTOS	5	4	3	2	1
Propuesta de inversión		X			
Nuevas cabañas	X				
Área de la piscina	X				
Prácticas de sostenibilidad para el cuidado del medio ambiente	X				
Actividades para los huéspedes	X				
Filosofía empresarial	X				
Propuesta de spa y yoga		X			

5.- ¿Qué piensa usted sobre la propuesta de las nuevas instalaciones (renders)?

*Explicar* ESTETICAMENTE MUY NATURAL, REALZA LA BELLEZA DEL LUGAR.

6.- ¿Estaría usted dispuesto a invertir en este proyecto?

SI  NO  Por qué? LA PROPUESTA ES EXCELENTE, EN SU ADOPTO SERIA MUY RENTABLE.

7.- ¿Qué recomendaciones daría a este proyecto?

USAR PLANTAS NATURALES PROPIAS DE LUGAR PARA LOGRAR UN ENTORNO AGRADABLE PARA LOS TURISTAS.

¡Gracias por su tiempo y colaboración!



Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Juan Diego Escudero

Fecha: 2018

Ilustración 73 Encuesta desarrollada por Iván Quizhpe Bravo

**Encuesta de Análisis del Proyecto**

\*Diseño de una propuesta para la creación de un lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena\*

NOMBRE: IVAN PATRICIO QUIZHPE BRAVO

1.- ¿Cuán factible cree usted que sea la creación del lodge en la comuna de Olón?  
 MUY FACTIBLE  POCO FACTIBLE  IMPOSIBLE

2.- ¿Está usted de acuerdo en fomentar la actividad turística a través de este proyecto, para contribuir al desarrollo económico local y nacional?  
 SI  NO  Por qué? CREEMOS QUE ES UN MERCADO QUE AUN NO HA SIDO EXPLOTADO O QUE AUN HAY MUCHO POR HACER.

3.- ¿Qué tan alta califica usted a la inversión inicial del proyecto?  
 Muy Alta  Alta  Normal

4.- Valore del 1 al 5 (donde 5 es excelente y 1 es malo) los siguientes aspectos:  
 Marque con una "x".

ASPECTOS	5	4	3	2	1
Propuesta de inversión		<input checked="" type="checkbox"/>			
Nuevas cabañas		<input checked="" type="checkbox"/>			
Área de la piscina	<input checked="" type="checkbox"/>				
Prácticas de sostenibilidad para el cuidado del medio ambiente	<input checked="" type="checkbox"/>				
Actividades para los huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>				
Filosofía empresarial	<input checked="" type="checkbox"/>				
Propuesta de spa y yoga		<input checked="" type="checkbox"/>			

5.- ¿Qué piensa usted sobre la propuesta de las nuevas instalaciones (renders)?  
 Explique QUE SON NECESARIAS PARA LOGRAR ATRAER Y MANTENER A LOS TURISTAS DENTRO DE LAS INSTALACIONES CON DIFERENTES ACTIVIDADES QUE PERMITAN MANTENERSE OCUPADOS

6.- ¿Estaría usted dispuesto a invertir en este proyecto?  
 SI  NO  Por qué? PORQUE A LARGO PLAZO PUDIERA SER RENTABLE Y UNA FUENTE DE TRABAJO E INGRESOS PERMANENTE.

7.- ¿Qué recomendaciones daría a este proyecto?  
QUE EL CONCEPTO Y MODELO DE NEGOCIO ESTE BASADO ÚNICAMENTE A SATISFACER AL TURISTA CON ESTÁNDARES ALTO DE SERVICIOS.

¡Gracias por su tiempo y colaboración!



Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Iván Quizhpe Bravo

Fecha: 2018

Ilustración 74 Encuesta desarrollada por Iván Andrés Quizhpe

Encuesta de Análisis del Proyecto

"Diseño de una propuesta para la creación de un lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena"

NOMBRE: NAN ANDRES QUIZHPE

1.- ¿Cuán factible cree usted que sea la creación del lodge en la comuna de Olón?

MUY FACTIBLE  POCO FACTIBLE  IMPOSIBLE

2.- ¿Está usted de acuerdo en fomentar la actividad turística a través de este proyecto, para contribuir al desarrollo económico local y nacional?

SI  NO  Por qué? SE DARÍA A CONOCER MÁS EL LUGAR Y GENERARÍA TRABAJO EN LA COMUNA

3.- ¿Qué tan alta califica usted a la inversión inicial del proyecto?

Muy Alta  Alta  Normal

4.- Valore del 1 al 5 (donde 5 es excelente y 1 es malo) los siguientes aspectos:

Marque con una "x".

ASPECTOS	5	4	3	2	1
Propuesta de inversión		X			
Nuevas cabañas	X				
Área de la piscina	X				
Prácticas de sostenibilidad para el cuidado del medio ambiente	X				
Actividades para los huéspedes	X				
Filosofía empresarial		X			
Propuesta de spa y yoga		X			

5.- ¿Qué piensa usted sobre la propuesta de las nuevas instalaciones (renders)?

Explique

SE INTEGRAN AL ENTORNO. UTILIZA MATERIALES DEL SECTOR.

6.- ¿Estaría usted dispuesto a invertir en este proyecto?

SI  NO  Por qué? PORQUE TIENE BUENA PROYECCIÓN.

7.- ¿Qué recomendaciones daría a este proyecto?

CONTRATAR MANO DE OBRERA LOCAL PARA GENERAR EMPLEOS Y MANTENER LA IDENTIDAD EN LA PROPUESTA.

¡Gracias por su tiempo y colaboración!



Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Iván Andrés Quizhpe

Fecha: 2018

### 5.3 Stakeholders y Beneficiarios

Tabla 48 Segmentación de los involucrados del proyecto o stakeholders

SEGMENTACIÓN DE INVOLUCRADOS (STAKEHOLDERS)				
Actores	Interés sobre la problemática	Problemas percibidos	Recursos y Capacidades	Interés sobre el proyecto
Srta. Jasmine Escudero Pinos	Demostrar que, con este proyecto, la comuna de Olón se puede llegar a tener más demanda turística.	-Distancia de la ciudad de Cuenca a la comuna de Olón. -Falta de tiempo	-Conocimiento de lo que se trabaja. - Responsabilidad -Compromiso	-Graduación. -Ejecución del proyecto -Generar fuentes de empleo
Director de Tesis - Santiago Malo	Cumplimiento de las obligaciones de la estudiante para su graduación.	Dificultad de movilidad estudiante.	-Orientación -Dirección -Información	Fortalecimiento del turismo a nivel nacional.
Universidad del Azuay	-Llegar a un acuerdo para en un futuro crear convenios.	Que el estudiante no pueda cumplir su proceso de graduación.	-Espacios (aulas, biblioteca, cafetería) y profesores.	-Formar profesionales de bien para la sociedad.
Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena	-Aporte al desarrollo económico y turístico de la comuna de Olón.	-Falta de tiempo.	-Excelente atención -Disposición para ayudar -Información	-Ser partícipes de un mejor desarrollo turístico de Olón.
Comuna de Olón	-Participación ciudadana, puesto que depende mucho de la comuna colaborar con el desarrollo turístico de la zona.	-Falta de compromiso y participación.	-Disposición a responder las preguntas de las encuestas.	-Aprovechar nuevas oportunidades de empleo, de llegar a ejecutarse el proyecto
Socios	-Mejor uso de sus instalaciones	-Alta inversión	-Tiempo -Disposición para acudir numerosas veces a las cabañas -Apoyo	-Innovación

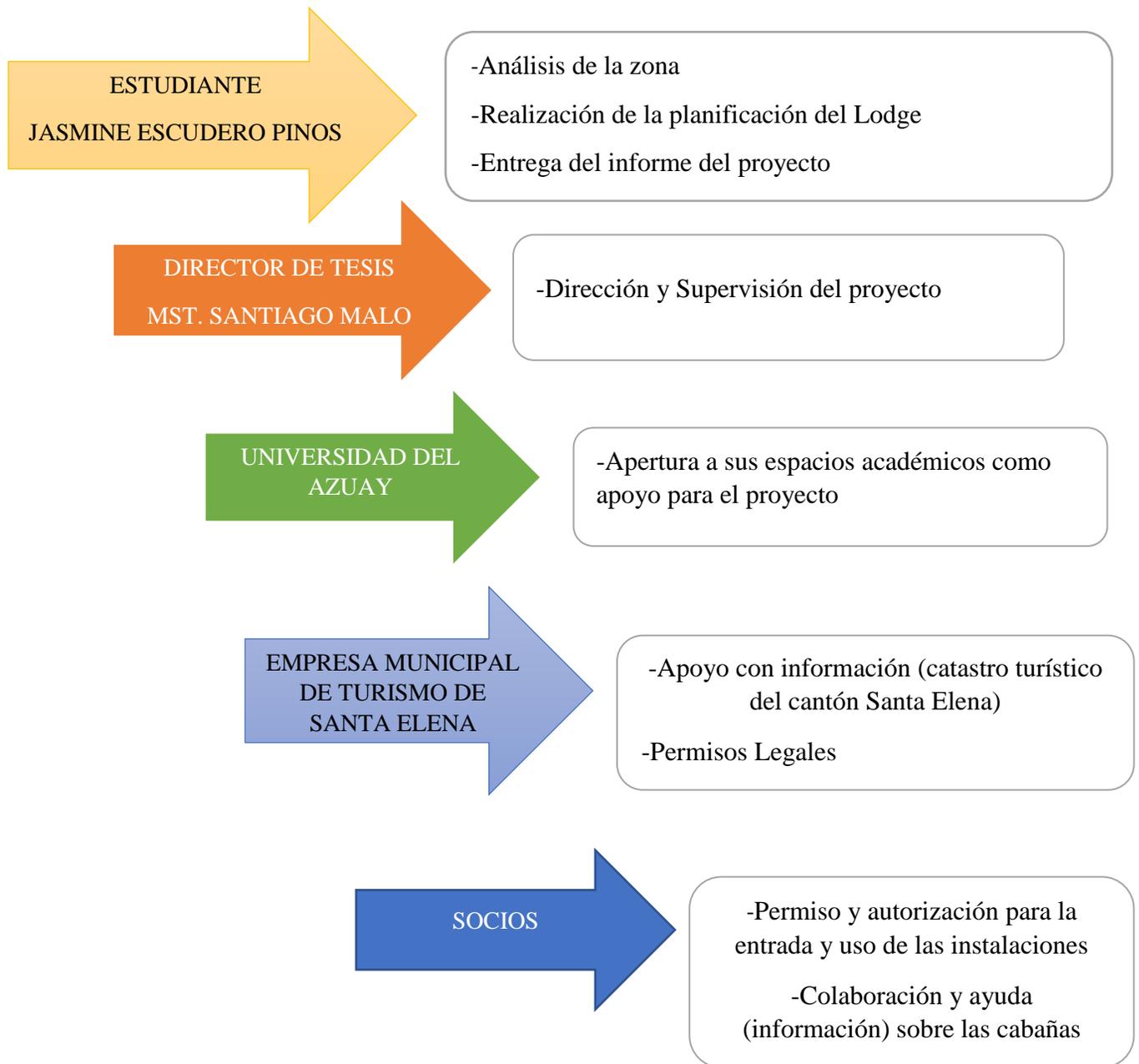
Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

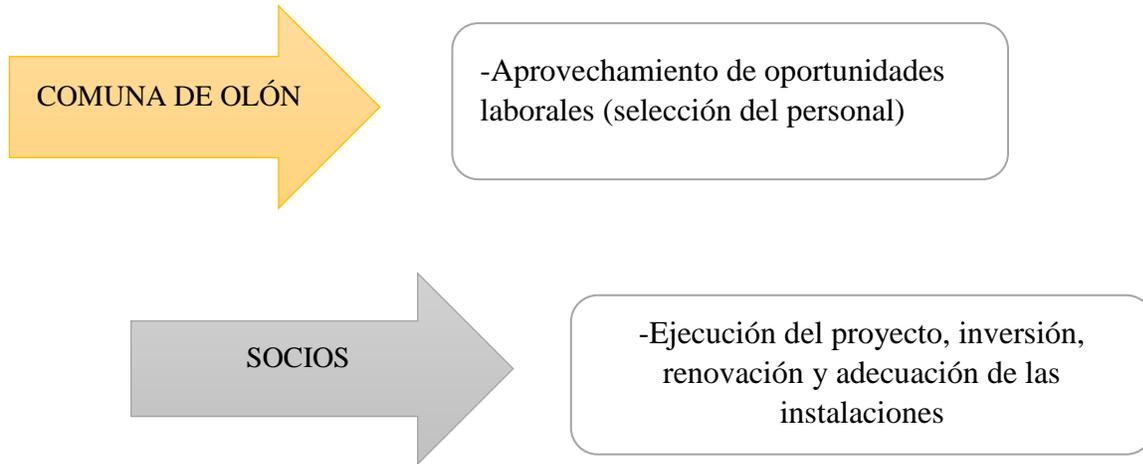
## Hoja de Ruta

Se determinará la participación de cada uno de los involucrados del proyecto en sus distintas fases.

### Planificación:



Ejecución:



Operación:

En esta fase intervienen todas aquellas personas que formaran parte del organigrama empresarial, es decir, el personal que empezara a cumplir con sus roles y actividades dentro del establecimiento una vez que su funcionamiento de por iniciado.

Tabla 49 *Cronograma de tiempo de stakeholders*

STAKEHOLDERS	PLANIFICACIÓN 6 meses	EJECUCIÓN 8 meses
Estudiante Jasmine Escudero Pinos		
Director de Tesis Mst. Santiago Malo		
Universidad del Azuay		
Empresa Municipal de Turismo del cantón Santa Elena		
Comuna de Olón		
Socios		

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

## **Conclusión**

Las encuestas fueron desarrolladas por Juan Diego Escudero, Iván Quizhpe Bravo e Iván Andrés Quizhpe, socios de este proyecto; la respuesta de los tres fue que sí estarían dispuestos a invertir en este proyecto porque la propuesta es excelente y en su momento sería muy rentable; porque generaría fuentes de trabajo e ingresos permanentemente y porque tiene buena proyección.

En cuanto a fomentar la actividad turística a través de este proyecto, respondieron que sí, porque se ayudaría a la economía familiar y del país en general; porque se cree que es un mercado que aún no ha sido explotado y hay mucho por hacer y porque se daría a conocer más el lugar. A su vez califican a la inversión inicial como normal, están de acuerdo con la propuesta y opinan que sería muy factible la creación del lodge en la comuna de Olón. La socialización me permitió saber con claridad el desarrollo y el trabajo que he venido realizando a lo largo de estos meses; al mismo tiempo también me permitió conocer sus opiniones con respecto a la propuesta planteada.

La idea de los socios es poner en marcha el proyecto en un tiempo aproximado de dos años porque ahora se están realizando todos los estudios y trámites que el Municipio de Santa Elena exige.

Fue de suma importancia conocer los resultados de este proyecto desde la perspectiva de los socios porque me ayudaron a comprender de mejor manera ciertos temas, se intercambiaron opiniones y fue realmente positivo, debido a que en un futuro este proyecto puede dar lugar a la creación de una empresa que genere grandes beneficios.

## Conclusiones del Proyecto

El terreno naranjillo, lugar en donde se propone la creación de un lodge, posee una ubicación estratégica, puesto que no hay nada mejor que poder disfrutar de servicios, espacios e instalaciones con vista al mar y a la vez descansar en un ambiente tranquilo, en donde todo a su alrededor es puro y natural. Pues esas son razones importantes para las personas que buscan algo nuevo y diferente.

El aspecto en el cual siempre he pensado durante todo el desarrollo de este proyecto, es la innovación, ofrecer cosas nuevas en una zona en donde el sector turístico no ha sido desarrollado por completo, a pesar de que tiene un gran potencial por sus atractivos, su gente, su paisaje, gastronomía, playa y mucho más.

Sin duda alguna, si en un futuro se decide poner en marcha esta propuesta, sería muy satisfactorio, puesto que generaría nuevas fuentes de empleo, porque no solo se estaría colaborando con el desarrollo social del sector sino también económico. No puede existir afluencia de personas en un determinado lugar, si este no requiere de establecimientos de alojamiento necesarios para su visita; es por ello que se ha visto la necesidad de proponer esta idea, y que mejor si el terreno ya posee una estructura básica para su funcionamiento.

Otro aspecto que siempre me ha parecido importante es la sostenibilidad, las cabañas fueron construidas con materiales con características sostenibles y de igual manera su readecuación sería construida con los mismos materiales. Esto es fundamental porque así es posible proyectar un enfoque medioambiental, ya que en lo personal lo indispensable es cuidar todo lo que nos rodea; la naturaleza es vida y es una gran fortaleza que se tiene. Este trabajo me ha permitido poner en práctica casi todo lo que he aprendido a lo largo de mi carrera y por ello me siento satisfecha.

En lo personal, a lo largo de estos meses de mucho empeño y sacrificio, puedo destacar que el haber terminado un trabajo que requirió de mucho tiempo y sobre todo ganas, es una satisfacción muy grande, en el cual me he demostrado que he logrado cumplir con una meta que me propuse hace casi cinco años y que no hay nada mejor que terminar algo que algún día empecé.

## **Recomendaciones**

Mi primera recomendación sería, que antes de tomar una decisión, se analice de la mejor manera entre todos los socios, es decir, trabajar al 100% y de forma conjunta, para que todo funcione correctamente sin inconvenientes.

Toda la inversión se recuperaría en un tiempo relativamente corto y podría recomendar que con las ganancias generadas se pueden invertir en nuevos espacios e instalaciones, puesto que el terreno es muy amplio y con ello puede brindar más comodidad y servicios a los huéspedes.

Una vez que la propuesta se ponga en marcha y se inicie con el proceso de selección del personal, recomiendo manejar y trabajar con las herramientas propuestas, puesto que cada uno de los miembros que conformen la empresa, serán la imagen principal ante los clientes, por ello, no se debe tomar como un gasto en sus capacitaciones, sino más bien como una inversión, ya que la calidad mejoraría notable y progresivamente.

Como los socios del proyecto lo dijeron, sería muy recomendable usar plantas naturales propias del lugar para proyectar un entorno agradable para los visitantes, contratar mano de obra local para generar empleos y mantener la identidad de la propuesta y, por último, que todo el concepto y modelo de negocio esté basado netamente a satisfacer al turista, con altos estándares de calidad y servicio.

Tomar siempre en cuenta que, a medida que pasa el tiempo, la tecnología avanza y se puede mejorar en todo sentido, y cada día se puede hacer cosas nuevas e innovadoras, es por eso que no es recomendable ser estáticos, sino más bien, buscar siempre ser mejores cada día.

## BIBLIOGRAFÍA

- Constitución del Ecuador. (13 de Julio de 2011). *Constitución de la República del Ecuador 2008*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Cooperativa Libertad Peninsular. (2018). *Servicio Ejecutivo*. Obtenido de <http://libertadpeninsular.com/portfolio-items/servicio-ejecutivo/>
- Estudiantes de la ESPOL. (2001). *Taller de Plan Estratégico para la comuna Olón*. Obtenido de <http://www.pdpse.espol.edu.ec/documentos/proyectos/2001/manglaralto/olon1c01.pdf>
- Fernández, Morlegan, Guzmán . (18 de Abril de 2007). *Alojamientos turísticos y Medio Ambiente*. Obtenido de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n7/art02.pdf>
- Forcano, M. (30 de julio de 2013). *Marco Polo y las maravillas del Oriente*. Obtenido de [http://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandes-reportajes/marco-polo\\_7469/6](http://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandes-reportajes/marco-polo_7469/6)
- GAD Parroquial Manglaralto. (2018). *Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Manglaralto*. Obtenido de <http://manglaralto.gob.ec/>
- Gandara, J. M. (Diciembre de 2005). *Hoteles Sostenibles para Destinos Sostenibles – La Calidad Hotelera como instrumento para la Sostenibilidad*. Obtenido de [http://xa.yimg.com/kq/groups/14287094/62500186/name/Sostenibilidad\\_gandara.pdf](http://xa.yimg.com/kq/groups/14287094/62500186/name/Sostenibilidad_gandara.pdf).
- Gonzales, M. G. (20 de Junio de 2012). *Marketing Aplicado a Hotelería y Turismo Sostenible*. Obtenido de <http://marketingturisticoperu.blogspot.com/2012/06/que-es-un-lodge.html>
- INEC. (Marzo de 2018). *Estadísticas*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- La Geoguía. (2017). *Comuna de Olón / Santa Elena / ECUADOR*. Obtenido de <http://www.lageoguia.org/comuna-de-olon-santa-elena-ecuador/#14/-1.7966/-80.7568>
- Larraiza, L. (2015). *QUIÉN FUE CESAR RITZ*. Obtenido de <https://leirelarriza.com/curiosidades-2/cesar-ritz/>
- Ley de Turismo. (29 de Diciembre de 2014). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2011). *PROYECTO PLANDETUR*. Obtenido de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto\\_plandetur\\_2011\\_2014VERSION2.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2016). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Ministerio de Turismo. (18 de Febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

- Ministerio de Turismo. (4 de Enero de 2018). *Arribo de turistas a Ecuador creció en 14% en 2017*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
- Ministerio del Ambiente. (2015). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas* . Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es>
- Miranda, A. (2008). *Reseña Histórica de Olón*. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2579/1/UPSE-TDT-2015-0006.pdf>
- Neira, M. (2014). *Historia de Santa Elena*. Obtenido de <https://ecuprovincias.wordpress.com/santa-elena/historia-de-santa-elena/>
- Ordenanza para el Cantón Santa Elena. (5 de Febrero de 2015). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santa Elena*. Obtenido de <http://www.gadse.gob.ec/gadse/index.php/municipio/descargas/category/21-periodo-2015?download=111:ordenanza-que-regula-las-actividades-turisticas-productivas-y-manejo-integral-de-las-playas-del-canton-santa-elena-de-la-provincia-de-santa-elena>.
- Organización Mundial del Comercio. (2001). *Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/tourism\\_s/tourism\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/tourism_s/tourism_s.htm)
- Organización Mundial del Turismo. (11 de Diciembre de 2017). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Prefectura de Santa Elena. (24 de Noviembre de 2009). *Avistamiento de Aves Loma Alta*. Obtenido de <http://www.santaelena.gob.ec/index.php/aves-loma-alta>
- Prefectura de Santa Elena. (11 de Marzo de 2010). *Dos Mangas*. Obtenido de <http://www.santaelena.gob.ec/index.php/senderos-tur%C3%ADsticos>
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (18 de Febrero de 2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Reglamento General a la Ley de Turismo. (22 de Enero de 2015). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Revista La Barra. (25 de Abril de 2013). *El sector hotelero en Ecuador oportunidades de crecimiento*. Obtenido de [http://www.labarra.ec/noticias/id\\_n9/El\\_sector\\_hotelero\\_en\\_Ecuador\\_oportunidades\\_de\\_crecimiento](http://www.labarra.ec/noticias/id_n9/El_sector_hotelero_en_Ecuador_oportunidades_de_crecimiento)

- Reyes, Lindao. (2013). *Estudio de factibilidad para la implementación de una planta de procesos de cocción y secado de la paja toquilla en el recinto el suspiro, comuna loma alta, provincia de Santa Elena*. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1271/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20UNA%20PLANTA%20DE%20PROCESOS%20DE%20COCCION%20Y%20SECADO%20DE%20PAJA%20TOQUILLA%20EN.pdf>
- Reyes, Miranda. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una hostería comunitaria como estrategia de promoción de atractivos de la comuna Olón*. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/2579>
- Rodríguez, T. (2011). *Manual didáctico para el desarrollo de la motricidad fina de los estudiantes de educación inicial de la escuela particular mixta Gandhi del recinto Olón, provincia de Santa Elena*. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/110/TESIS%20MARIELA%20RO%20%282%2911.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salazar, C. (Abril de 2014). *Programa de responsabilidad social empresarial para la comuna de Tugaduaaja, provincia de Santa Elena, Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/621/1/CHRISTOFEEER%20SALAZAR-TESINA%20FINAL.pdf>
- Salinas, La O Osorio. (2006). *Turismo y Sustentabilidad: De la teoría a la práctica en Cuba*. La Habana: Cuadernos de Turismo.
- Sotomayor, Morán. (2013). *Guía cultural del turismo de la provincia de Santa Elena - Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7715/1/Gu%C3%ADa%20cultural%20del%20turismo%20de%20la%20Prov.%20de%20Santa%20Elena.pdf>
- Unidad Educativa Santa María del Fiat. (2018). *Desarrollo Profesional*. Obtenido de <http://www.ibo.org/es/professional-development/>
- Vargas, J. C. (2016). *El Lodge ecológico como turismo consciente en la parroquia de Mindo provincia de Pichincha, Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/5143>

## ANEXOS

### ANEXO A. MATERIAL FOTOGRÁFICO DE LAS VISITAS TÉCNICAS



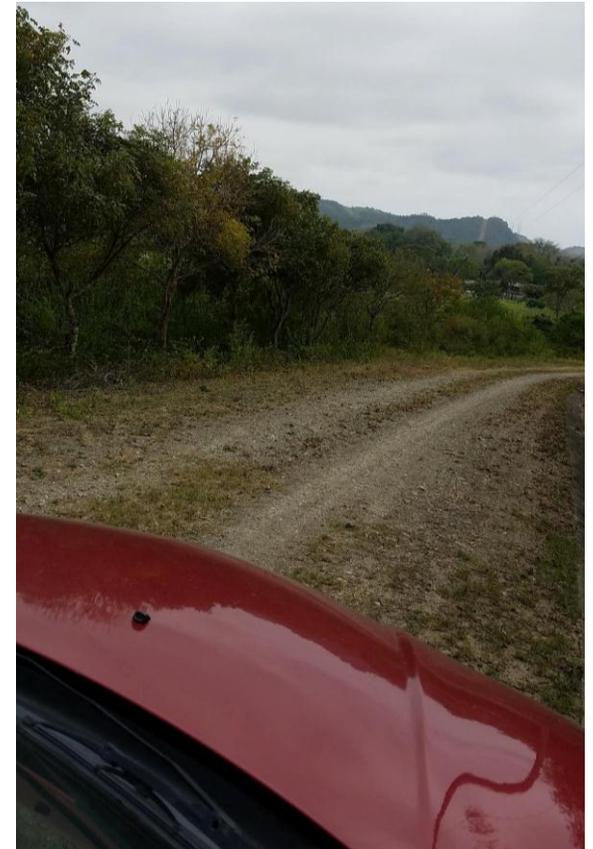
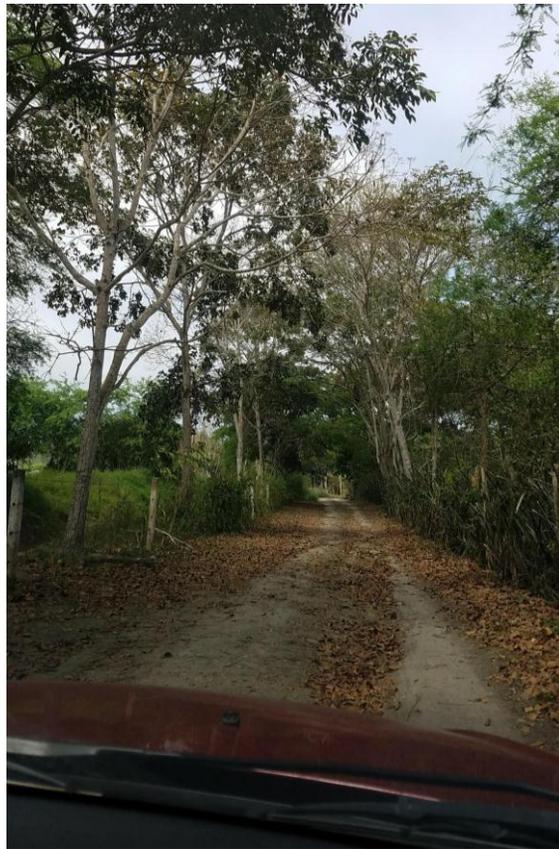
*Imagen 1 Oficina de la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena*

Fotos tomadas por: Jasmine Escudero Pinos



*Imagen 2 Ruta del Spondylus – Camino a la comuna de Olón*

Fotos tomadas por: Jasmine Escudero Pinos



*Imagen 3 Acceso al terreno Naranjillo (sitio de la propuesta del lodge)*

Fotos tomadas por: Jasmine Escudero Pinos



Imagen 4 *Terreno Naranjillo con vista al mar*

Fotos tomadas por: Jasmine Escudero Pinos



Imagen 5 *Cabañas del terreno Naranjillo (sitio de la propuesta del lodge)*

Fotos tomadas por: Jasmine Escudero Pinos



Imagen 6 *Visita a la playa de Olón*  
Fotos tomadas por: Jasmine Escudero Pinos



ANEXO B. VISITA A EMUTURISMO (EMPRESA MUNICIPAL) DE SANTA ELENA

Imagen 7 Solicitud de información al Gerente de Emuturismo Santa Elena

  
**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

Santa Elena, 04 de enero de 2018

Señor:

Ing. Mario Aquino Suárez

GERENTE EMUTURISMO EP

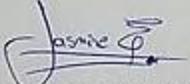
Su Despacho.-

De mi consideración:

Yo, Jasmine Lisett Escudero Pinos, con cédula de identidad N° 0105841985, código estudiantil 73388, estudiante de 9no ciclo de Ing. En Turismo de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, solicito comedidamente me ayude con información sobre catastros e inventarios de servicios turísticos y fotografías del cantón Santa Elena, así como también de la comuna de Olón, dicha información me será de utilidad para mi trabajo de graduación "Diseño de una propuesta para la creación de un Lodge en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena".

Por la favorable acogida que sabrá dar a la misma, le anticipo mis sinceros agradecimientos.

Atentamente;

  
Jasmine Escudero Pinos

73388

jasescudero22@hotmail.com

EMPRESA MUNICIPAL DE TURISMO  
DE SANTA ELENA  
RECIBIDO  
Fecha: 04 Enero/18 Hora: 10:30  
Dpto. Secretaría  
Firma: Fanny

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

## ANEXO C. ENCUESTAS A VISITANTES EN OLÓN

Imagen 8 Encuesta en inglés

**SURVEY IN THE COMMUNE OF OLON**

1.- AGE: 27.....

2.- GENDER: F  ..... M .....

3.- CIVIL STATUS: Single  ..... Married ..... Divorced ..... Other .....

4.- What is your reason for traveling?  
Tourism  ..... Research .... Business ..... Other ...

5.- Who are you traveling with?  
Alone ..... Couple .... Friends  ..... Family ...

6.- How long are you staying?  
Between 1 and 3 days ..... Weekend  One week ..... More than a week ...

7.- For you, what is the most important aspect when you are choosing a hotel?  
Mark with an "x".

Security	<input checked="" type="checkbox"/>
Surroundings	
Cleanness	<input checked="" type="checkbox"/>
Location	
Price	
Quality	<input checked="" type="checkbox"/>
Attention	
Facilities	<input checked="" type="checkbox"/>
All above	

8.- How much would you spend on accommodation each night?  
Between \$ 15 and \$ 20 ..... Between \$ 25 and \$ 40  ..... More than \$ 40 .....

9.- What type of accommodation do you prefer?  
Hotel ..... Hostel ..... Hostel ..... Lodge  Other .....

10.- What is your perception of the accommodation service in the commune of Olon?  
Excellent ..... Good  Regular ..... Bad .....

11.- Would you like a lodge and spa in the commune of Olón?  
YES  NO .....

12.- Would you like other services and activities such as yoga, meditation and bicycle rides besides the spa?  
YES  NO .....

Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

ENCUESTA EN LA COMUNA DE OLÓN

- 1.- EDAD: 34
- 2.- SEXO: F ..... M X
- 3.- ESTADO CIVIL: Soltero/a ..... Casado/a X... Divorciado/a ..... Otro .....
- 4.- ¿Cuál es su motivo de viaje?  
Turismo X. Investigación .... Negocios ..... Otro .....
- 5.- ¿Con quién viaja?  
Solo /a ..... Pareja .... Amigos ..... Familia X
- 6.- ¿Cuál es su tiempo de estadía?  
Entre 1 a 3 días X... Fin de semana .... Una semana ..... Más de una semana .....
- 7.- ¿Para usted, cual es el aspecto más importante al momento de escoger un hotel?  
Marque con una "x".

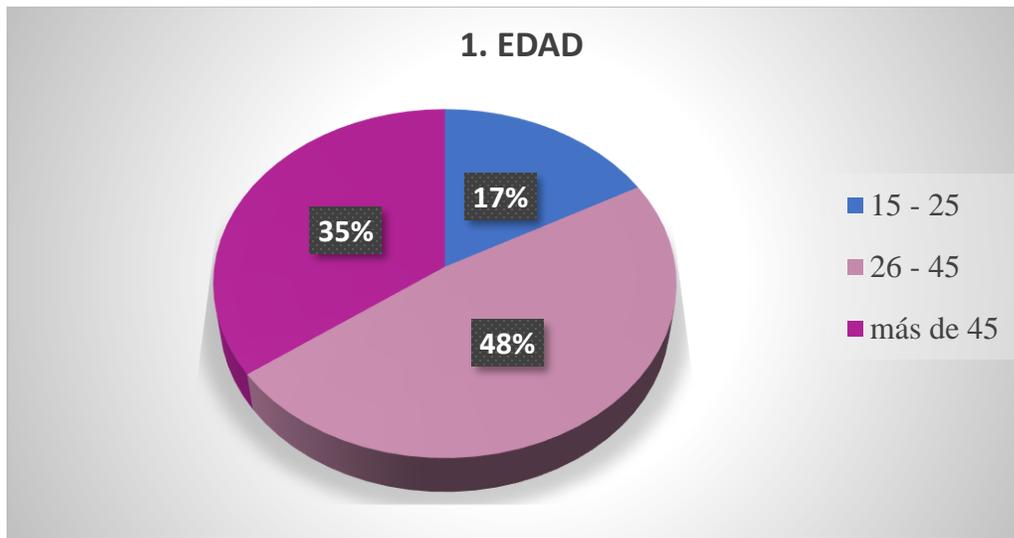
Seguridad	<u>X</u>
Ambiente	<u>X</u>
Higiene	
Ubicación	<u>X</u>
Precio	
Calidad	<u>X</u>
Atención	<u>X</u>
Instalaciones	<u>X</u>
Todas las anteriores	

- 8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en alojamiento por noche?  
Entre \$15 y \$20 ..... Entre \$25 y \$40 X.... Más de \$40 .....
- 9.- ¿Qué tipo de alojamiento preferiría usted?  
Hotel ..... Hostal ..... Hostería ..... Lodge X... Otros .....
- 10.- ¿Cuál es su percepción del servicio de alojamiento en la comuna de Olón?  
Excelente ..... Bueno X... Regular ..... Malo .....
- 11.- ¿Le gustaría que se implemente un lodge spa en la comuna de Olón?  
SI X... NO .....
- 12.- ¿Le gustaría que a más de spa y se ofrezca otros servicios y actividades como yoga, meditación y paseos en bicicleta?  
SI X... NO .....

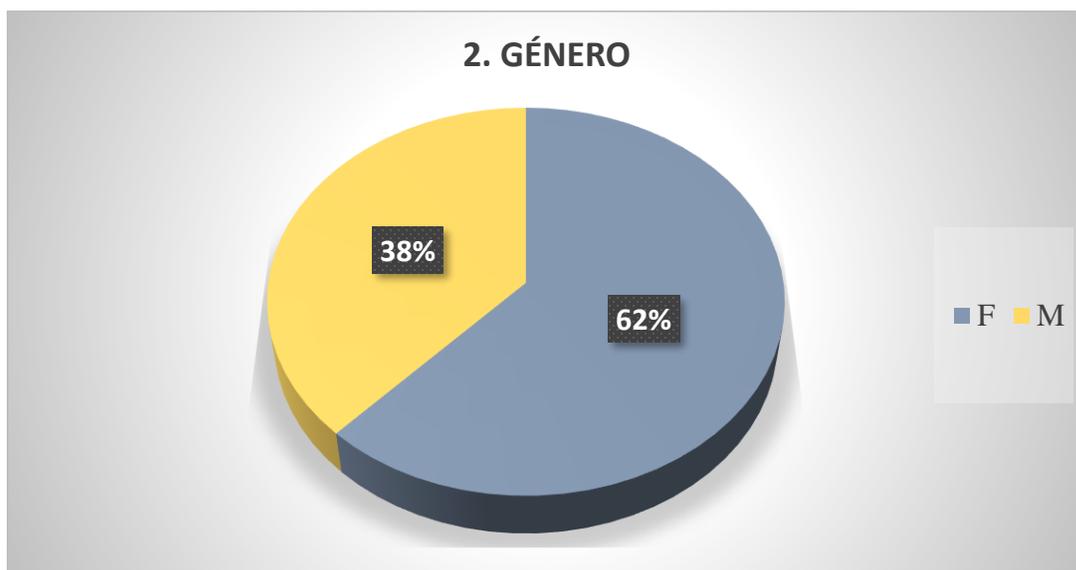
Fuente: Elaboración propia

Fecha: 2018

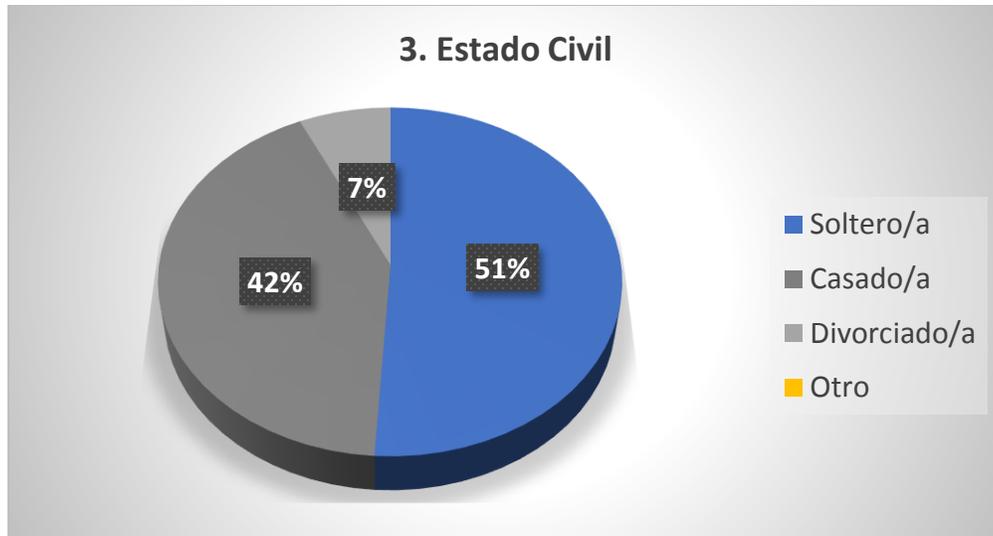
Imagen 10 Tabulación



De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 48% tienen de 26 a 45 años; el 17% de 15 a 25 años y el 35% más de 45 años. Esto quiere decir que el rango de edad más frecuente de los visitantes ha sido entre 26 y 45 años.



De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 62% fueron mujeres y el 38% fueron hombres.



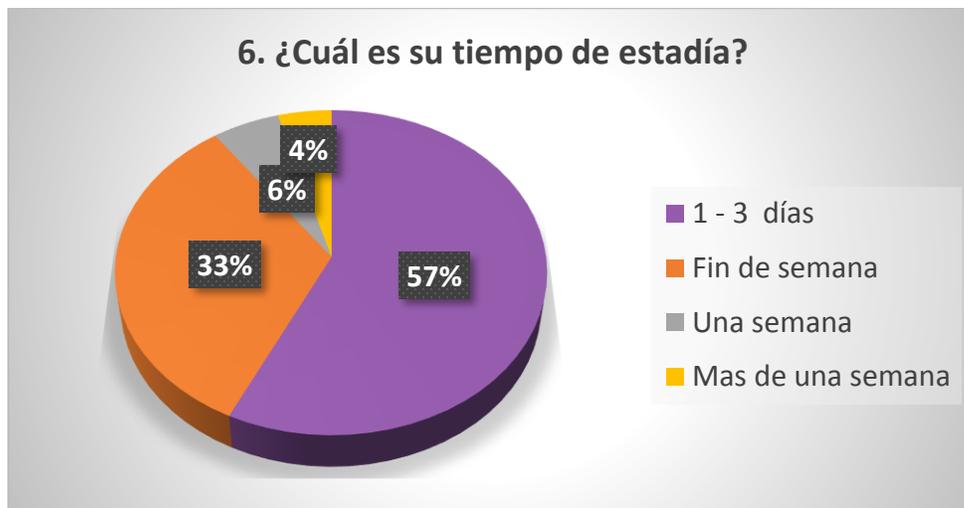
De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 51% respondió que es soltero/a; el 42% respondió que es casado/a y el 7% respondió que es divorciado/a.



De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 92% respondió que su motivo de viaje fue por Turismo; el 4% respondió que fue por investigación y el otro 4% respondió que fue por negocios, el cual me indica que el motivo principal para viajar a la comuna de Olón fue por turismo u ocio.



De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 48% respondió que viajó con su familia; el 25% respondió que viajó con su pareja, el 19% respondió que viajó con sus amigos y el 8% viajó sin compañía; esto quiere decir que las personas suelen viajar con más frecuencia en familia a Olón.



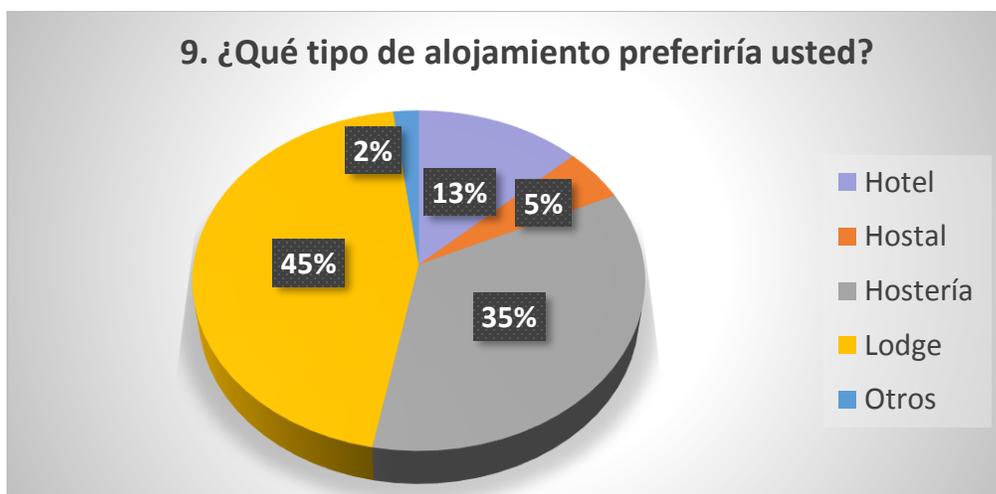
De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 57% respondió que se quedaría entre uno a tres días; el 33% respondió que se quedaría todo el fin de semana, el 6% respondió que se quedaría durante una semana y el 4% se quedaría más de una semana; por el cual se puede deducir que la mayoría se queda entre 1 y 3 días y también un fin de semana.

7. Para usted, ¿cuál es el aspecto más importante al momento de escoger un hotel?

De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, la mayoría respondió que los aspectos más importantes al momento de escoger un hotel son: Seguridad, ambiente, ubicación, calidad e instalaciones; mismos que deben ser tomados en cuenta cuando la empresa inicie con sus funciones.



De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 48% respondió que estaría dispuesto a pagar entre \$25 y \$40; el 34% respondió que estaría dispuesto a gastar entre \$15 y \$20 y el 18% respondió que estaría dispuesto a pagar más de \$40, dependiendo claramente del servicio que esperarían recibir.



De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 45% respondió que prefiere alojarse en un lodge; el 35% respondió que preferiría hospedarse en una hostería, el 13% respondió que prefiere quedarse en un hotel; y el 5% preferiría hospedarse en un hostal y el 2% en otros tipos de alojamiento; se puede decir que en esta zona la mayoría de personas prefieren hospedarse en un lodge y en una hostería.



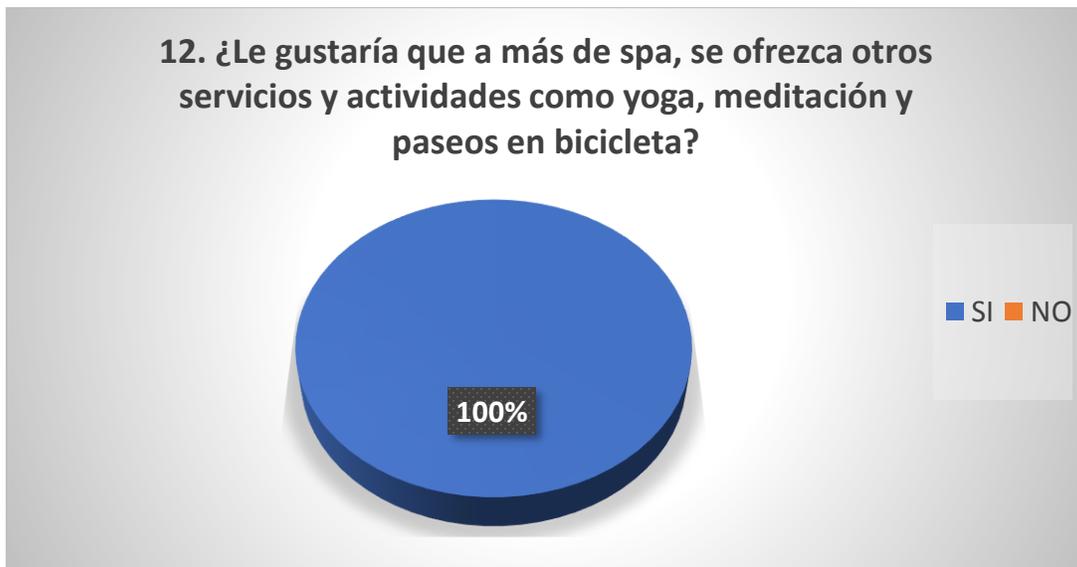
De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, el 59% respondió que su percepción en cuanto al servicio de alojamiento en Olón es buena; el 35% respondió que es excelente; el 5% respondió que es regular y el 1% que es malo; esto quiere decir que aún hace falta que el servicio de alojamiento sea más trabajado y desarrollado en la comuna de Olón.

**11. ¿Le gustaría que se implemente un lodge spa en la comuna de Olón?**



De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, al 100% si le gustaría que se implemente un lodge spa en Olón; quiere decir que este establecimiento sería una gran opción para todas las personas que quieran hospedarse en este lugar y para empezar tendría una buena acogida.

**12. ¿Le gustaría que a más de spa, se ofrezca otros servicios y actividades como yoga, meditación y paseos en bicicleta?**



De los 100 visitantes encuestados en la comuna de Olón, al 100% si le gustaría que, a más de spa, se ofrezca también otros servicios y actividades como yoga, meditación y paseos en bicicleta, esto quiere decir que, en general, esta propuesta suena muy interesante y en un futuro, como se dijo anteriormente, tendría una buena acogida.

El objetivo de realizar esta encuesta fue para tener en cuenta la opinión de los visitantes en cuanto a esta propuesta, conocer todo lo que piensan al respecto y sobre todo si están de acuerdo en lo que se podría implementar a futuro. Todas las personas encuestadas estuvieron dispuestos a contestar todas las preguntas, fueron muy cordiales y el resultado fue positivo.

## ANEXO D. SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO

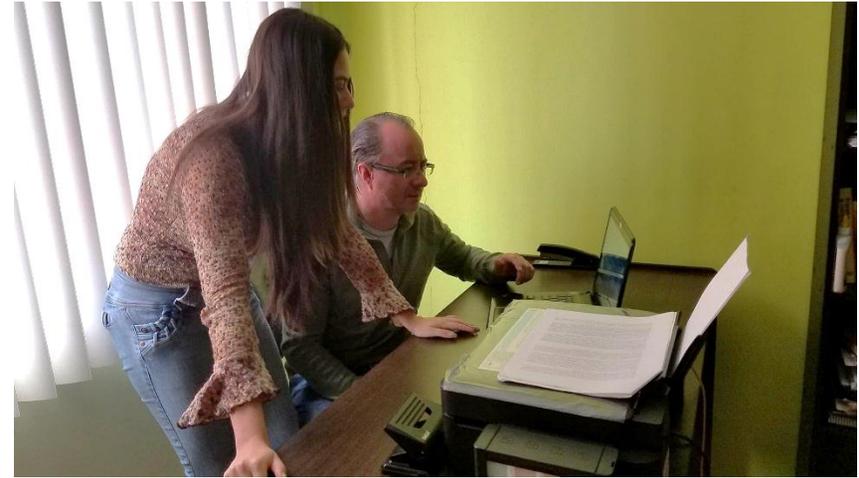


Imagen 11 *Socialización de la propuesta*

