

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

Análisis de desarrollo para el proyecto turístico Casa Tagua.

Juan Esteban Swoboda

Administración de Empresas de Hospitalidad

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de
Hospitalidad

Quito, 22 de diciembre de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Análisis de desarrollo para el proyecto turístico Casa Tagua.

Juan Esteban Swoboda

Nombre del profesor, Título académico

**Mauricio Cepeda, Máster en
Administración Hotelera**

Quito, 22 de diciembre de 2020

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos:	Juan Esteban Swoboda Salas
Código:	00322881
Cédula de identidad:	171672836-3
Lugar y fecha:	Quito, 2 de diciembre de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

El turismo y quienes operan en la industria durante mucho tiempo han afectado catastróficamente los espacios naturales de la tierra. La solución no consiste en simplemente dejar de hacer turismo por que no nos podemos privar como humanos de apreciar la belleza natural de nuestro planeta. El turismo responsable no solo nos puede permitir visitar paraísos naturales, si no también ayudarlos a recuperarse y conservarse.

Bajo esta premisa nace el proyecto *Casa Tagua*. Un eco-lodge de lujo ubicado al sur de la provincia de Esmeraldas en Ecuador. El lodge esta ubicado en una propiedad dedicada a la producción de ganado y camarón, pero además alberga cientos de hectáreas de bosques vírgenes y colinda con playas únicas en el mundo. La operación de este proyecto turístico busca permitir que sus huéspedes experimenten de primera mano la vibrante naturaleza de la zona al igual que su sector productivo. Fungiendo, además como medio para el estudio y conservación de la zona, reforestación y rehabilitación del ecosistema local y como laboratorio para desarrollar practicas ganaderas sustentables. Por medio de este análisis se detalla puntos claves para el desarrollo del proyecto, los atractivos de la zona, el mercado y la viabilidad económica del proyecto.

Palabras clave: Eco-lodge, Hotel, Turismo, Conservación, H otelería, Ganadería, Piscicultura, Practicas Sustentables.

ABSTRACT

Tourism and those who operate in the industry for a long time have catastrophically affected the natural spaces of the earth. The solution is not simply to stop sightseeing because we cannot deprive ourselves as humans of appreciating the natural beauty of our planet. Responsible tourism can not only allow us to visit natural paradises, but also help them to recover and preserve themselves.

Under this premise, the Casa Tagua project was born. A luxury eco-lodge located in the south of the Esmeraldas province in Ecuador. The lodge is located on a property dedicated to the production of cattle and shrimp, but it also houses hundreds of hectares of virgin forests and borders unique beaches in the world. The operation of this tourist project seeks to allow its guests to experience first-hand the vibrant nature of the area as well as its productive sector. Also serving as a means for the study and conservation of the area, reforestation and rehabilitation of the local ecosystem and as a laboratory to develop sustainable livestock practices. Through this analysis, key points for the development of the project, the attractions of the area, the market and the economic viability of the project are detailed.

Keywords: Eco-lodge, Hotel, Tourism, Conservation, Hotel Management, Livestock, Fish farming, Sustainable Practices.

Table of Contents

1. INTRODUCCIÓN	9
1.2. ANTECEDENTES:	9
1.2. JUSTIFICACIÓN:.....	10
1.3. QUIENES SOMOS:	11
1.4. MISIÓN:	12
1.5. VISIÓN:.....	12
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:	13
2.2. OBJETIVOS.....	13
2.3. LOCALIZACIÓN.....	14
2.4. ACCESO	14
2.5. SITUACIÓN LEGAL Y REGULACIONES MUNICIPALES.	14
2.6. DESCRIPCIÓN ADMINISTRATIVA:	15
2.7. DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS:	15
2.8. PAQUETES Y CIRCUITOS TURÍSTICOS:	18
2.8.4. MANGLARES	19
2.8.5. CAMARONERA:	20
2.8.8. RECORRIDO RÍO PORTETE	21
2.9. MERCADO:	22
2.10. ANÁLISIS ECONÓMICO:.....	23
3. DISEÑO Y ARQUITECTURA	25
3.7. ESPECIFICACIONES DE LOS ESPACIOS:.....	25

4. PROGRAMA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	27
4.2. FINE DINNING	27
4.3. ROOM SERVICE Y BEACH CLUB.....	28
5. MERCADEO:	28
6. CONCLUSIÓN.....	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
ANEXO A	32
ANEXO B	32
ANEXO C.....	33
ANEXO D	34
ANEXO F.....	36
ANEXO G	37
ANEXO H	38
ANEXO I.....	39
ANEXO J	42

1. INTRODUCCIÓN

1.2. Antecedentes:

En el año 2009 se inauguró un proyecto turístico trascendental en Ecuador. Un resort “all inclusive” con 160 habitaciones, 4 restaurantes, 7 bares, 5 piscinas, spa, cine, centro de convenciones y varios otros servicios (El Universo, 2009). Ubicado en una de las zonas más bellas y vírgenes en la provincia de Esmeraldas, muy cotizada por sus playas únicas y el encanto de los mangles. Proyectaban ocupaciones de más del 90%, la obtuvieron y la han mantenido hasta ahora (Pacific Credit Rating, 2014). Un caso completo de éxito en la industria hotelera de Ecuador.

Sin embargo, la realidad es que, si bien el proyecto fue y es un éxito, ha tenido un costo mucho más elevado aparte de los 30 millones de dólares invertidos para el proyecto (PCR, 2014). El resort destruyó físicamente cientos de metros cuadrados de playas de inmaculada belleza y de manglar donde anidaban aves y tortugas marinas. Una infraestructura invasiva que no respetó las bondades naturales del espacio y les dio más valor a los edificios que al paisaje natural. Adicionalmente al ser un “all inclusive” no generó movimiento para el comercio local, el cual desesperadamente lo necesita. Este proyecto representa la mala práctica hotelera en destinos no urbanos al haberse enfocado en su infraestructura y amenidades artificiales, proveyendo un pequeño acceso al mar por una playa que remanece muy poco de su belleza original.

Si la industria del turismo y la hotelería no se direccionan hacia el desarrollo de proyectos que valoren más el espacio natural sobre el cual están contruidos, pronto no tendremos más naturaleza para visitar. Afortunadamente existe una tendencia de hoteles ambientalmente

consientes que cada vez es más prominente en el país. Estos buscan proporcionar la oportunidad de visitar los increíbles destinos naturales del Ecuador con el menor impacto posible además de promover el cuidado y rehabilitación de los ecosistemas. La demanda por hoteles que operen bajo este concepto es cada vez más fuerte y se ha convertido en una tendencia global. El Ecuador es hogar de abundantes espacios que se beneficiarían de estas prácticas, uno de ellos es el mismo lugar donde se construyó el resort que causó un impacto tan grande.

1.2. Justificación:

La zona de Mompiche y Portete en el sur de Esmeraldas es famosa por sus diversas playas con olas de calidad mundial para el surf, arenas negras y aguas claras. Las playas son aledañas a la reserva ecológica Mache Chindul y aunque mucho del sector se ha visto afectado por la ganadería y las piscinas de camarón, mucho del bosque que rodea la zona sigue albergando abundante fauna y flora. Por este motivo esta zona es visitada por miles de turistas durante el año. Sin embargo, la oferta hotelera es muy irregular, desordenada y en general poco atractiva. Lo cual significa que la gran mayoría de personas que visitan la zona solo pasan el día en las playas y se hospedan en sectores más desarrollados como Tonsupa o Same.

En el Catastro Nacional de Establecimientos Turísticos redactado por el Ministerio de Turismo existen apenas 650 plazas para hospedarse en la parroquia de Bolívar que comprende Mompiche, Portete y algunos poblados aledaños (2020). De esas 650 plazas 318 corresponden al *Resort Royal Decameron Mompiche* el cual desde su inauguración ha estado reflejando ocupaciones altas (90%) (Reportur, 2019). Los demás son hostales u hoteles de hasta 2 estrellas ubicados en el pueblo de Mompiche.

La realidad del mercado hotelero del sector refleja muchas oportunidades por su alta demanda y baja oferta. El único hotel adecuadamente establecido y que opera en un mercado “upscale” es el *Royal Decameron*. Sin embargo, al ser un resort “all inclusive” su atractivo principal es el hotel en sí con sus muchas amenidades. Por lo que deja un espacio para el desarrollo de proyectos que exploten los atractivos naturales de la zona y que su mercado sea “upscale” y “luxury”. Adicionalmente la demanda por hoteles profundamente involucrados con el cuidado de la naturaleza es cada vez mas prominente. Es por esto por lo que un hotel ambientalmente consiente, que ofrezca un hospedaje de lujo mientras facilita a sus huéspedes conocer los ecosistemas marinos, bosques, manglares y playas de la zona es un desarrollo viable.

1.3. Quienes somos:

Hotel *Casa Tagua* es un eco-lodge ubicado en la hacienda del mismo nombre entre los pueblos de Mompiche y la Isla Portete. Su ubicación privilegiada permite a sus huéspedes conectarse con los fascinantes ecosistemas que rodean el sector, sean sus bosques húmedos, manglares, playas y vida marina. Además, podrán vivir de cerca y aprender sobre practicas sustentables de ganadería, cultivo de camarón, hortalizas, frutas y verduras que son el sustento económico de los moradores del sector.

Nuestras habitaciones evocan una conexión única con la naturaleza al estar ubicadas a las orillas de un pacifica laguna rodeada por el vibrante bosque. Los huéspedes pueden gozar de los lujos y comodidades de un hotel de ciudad mientras comparten una experiencia única con la diversidad de las costas ecuatorianas. El Beach Club, a pocos minutos de las habitaciones

permite a nuestros huéspedes gozar de la privilegiada playa de arena negra con sus olas y aguas claras. El acceso a las 1000 hectáreas que comprende la propiedad provee innumerables actividades dentro de los bosques, playas, mangles y los sectores productivos.

Nos diferenciamos por nuestro insaciable deseo de conservar y rehabilitar los ecosistemas, estudiar e innovar hacia prácticas más sustentables las actividades turísticas y productivas del sector. Proveyendo de plazas laborales a los moradores de la comunidad quienes han sido ignorados por el sector público y privado después del terremoto del 2016.

1.4.Misión:

Nuestra misión es proveer a nuestros huéspedes de una experiencia única con la naturaleza mientras disfrutan de el confort, lujo y excelencia de nuestras instalaciones y servicios. Siempre apoyando al ambiente y a la comunidad mientras estudiamos, aprendemos y enseñamos en busca de un desarrollo sostenible en el turismo y la productividad de la zona.

1.5.Visión:

Motivar al turismo de bajo impacto ambiental, siendo ejemplo de excelencia en servicio e instalaciones en la industria. Ser el punto de referencia en lo que corresponde al ecoturismo en el país.

2. Descripción del proyecto:

2.2.Objetivos

La iniciativa de este desarrollo tiene varios puntos clave. Primero, utilizar un espacio que al momento representa un costo y transformarlo en una fuente de ingresos. Segundo, implementar un modelo de desarrollo turístico que promueva tanto la conservación de los bosques como de las playas. Esto es particularmente importante después de ver como una gran cadena hotelera destruyó una de las playas aledañas. Como parte del proyecto se buscará asociarse con grupos que ayuden a reforestar, estudiar y cuidar la fauna y flora local. Idealmente con todo en marcha este será un santuario de vida silvestre privado. Tercero, usar toda la operación como un medio para buscar soluciones para los problemas ambientales que conllevan la producción de ganado y de camarón. Se pretende todo el negocio tenga cierto ámbito experimental inclusive a nivel administrativo, siempre estudiando y buscando soluciones para la industria turística. Cuarto, proveer de plazas de empleo para los moradores de la zona quienes aun se ven afectados por los efectos del terremoto del 2016. Además, asegurando un flujo de gente más abundante a la zona reactivando la economía local. Quinto, marcar una nueva tendencia en hoteles y otros desarrollos turísticos en donde el modelo priorice la conservación del ambiente.

2.3.Localización

La hacienda “Casa Tagua” ubicada en la provincia de Esmeraldas, cantón Muisne entre los pueblos de Mompiche y Portete cuenta con aproximadamente 1000 hectáreas. Actualmente la hacienda produce ganado bovino de engorde y camarón. De las 1000 hectáreas alrededor de 300 son bosque virgen. El resto de la hacienda se conforma por potreros, de los cuales muchos no se usan y piscinas de camarón. Dada la gran cantidad de espacio existente sin uso se ha planteado desarrollar un complejo turístico con enfoque ambientalmente amigable.

2.4.Acceso

Para acceder a la propiedad se debe tomar la ruta del Spondylus (troncal del pacífico E35) desde Pedernales y avanzar 81 kilómetros en dirección norte, ahí se gira en dirección oeste por la vía a Mompiche. Un kilómetro antes del pueblo hay una desvió en dirección sur que lleva a Portete, en el tercer kilómetro de la vía a Portete se encuentra el ingreso a la propiedad.

2.5.Situación legal y regulaciones municipales.

La propiedad le pertenece a un consorcio de empresas privadas y personas particulares. La regulación municipal no presenta ninguna ordenanza lo cual se traduce a que no existen límites o restricciones en cuanto a las dimensiones de la construcción. Para ejecutar el proyecto se debe solicitar un permiso ambiental y presentar los planos. Con esos dos requerimientos aprobados se tiene luz verde para iniciar la obra.

2.6.Descripción Administrativa:

Idealmente se buscará una empresa de gestión que opere el hotel bajo un contrato de gestión finito que dure aproximadamente cinco años con opción a renovación de considerarse oportuno. La idea es poder operar el hotel de forma autónoma, sin embargo, al momento los propietarios no cuentan con el “know-how” para hacerlo. Alternativamente se consideraría buscar una sociedad con la *Universidad San Francisco de Quito* para trabajar en varios puntos. A nivel administrativo se podría conformar un grupo de gestión hotelera en donde los estudiantes realicen prácticas en el hotel. Idealmente este supuesto grupo de operación USFQ proveerá una gerencia fija y los estudiantes podrán realizar practicas en la empresa. Esta sociedad también se podría extender tentativamente a alimentos y bebidas al igual que en las áreas de conservación, fauna, flora y hasta en agronomía. Esta sociedad podría ser vastamente beneficiosa para las dos partes. Adicionalmente, esto cementaría la filosofía de innovación, estudio y experimentación que es uno de los pilares del proyecto.

2.7.Descripción de servicios:

2.7.2. Alojamiento:

Inicialmente el hotel será un eco-lodge. La disponibilidad es de 20 habitaciones estilo “Bungalow” en las orillas de la laguna. Las habitaciones son de categoría “luxury” y evocan una combinación de naturaleza con lujo por sus amenidades y materiales de construcción. Todas las habitaciones tienen salida a la laguna con un pequeño “deck”. Existirán de igual forma distintos rangos de

habitaciones que varían en capacidad de ocupantes y amenidades. La idea de hacer las cabañas en la laguna es preservar la línea de costa haciendo la menor cantidad de infraestructura.

2.7.3. Beach Club:

La única otra estructura cerca de la playa es el Beach Club. Respetando lo mejor posible la playa se hará una infraestructura donde los huéspedes puedan acceder a amenidades de playa (sillas, toallas, juegos, snorkel, etc). Adicionalmente habrá un bar y restaurante de estilo casual.

2.7.4. Restaurante Fine Dining:

Un restaurante de primera categoría. Idealmente solo utilizará productos de la hacienda, elaborando con ellos platos cinco estrellas. Busca resaltar la producción local al igual que la pesca de la zona.

2.7.5. Scuba:

Parte de el plan de conservación es crear arrecifes falsos en varios puntos de la zona. El hotel ofrecerá tours de scuba diving guiados a estos y a puntos naturales de buceo. Se buscará también una sociedad con una escuela de buceo que quiera impartir clases y alquilar equipos.

2.7.6. Tours a pie:

Se trazarán senderos en los bosques y los huéspedes podrán participar en tours guiados por los mismos. Ideal para bird watching.

2.7.7. Tours a caballo:

La hacienda contará con caballos y bellas caballerizas para quienes gusten recorrer senderos ideales para cabalgar. También los huéspedes podrán cabalgar por la playa. Los tours serán guiados por jinetes expertos.

2.7.8. Beach Hopping:

Uno de los atractivos principales de la zona son sus múltiples playas, distintas a las que colindan con la propiedad. Existirá un servicio de lancha que lleve a los huéspedes de una playa a la otra.

2.7.9. Tour en lancha:

Otro de los atractivos de la zona son los manglares, los huéspedes podrán hacer tours en lancha por los hermosos bosques de mangle y explorar las cuevas perdidas dentro del manglar. El tour también se puede hacer con o sin guía en kayak.

2.7.10. Pesca:

Habrán tours de pesca, la zona es conocida por su abundante variedad de pesca tanto en los estuarios como mar adentro. Adicionalmente el huésped tiene la opción de llevar lo que haya capturado al restaurante y el chef se lo prepara.

2.7.11. Agroturismo:

Parte de la operación del proyecto es no perder su identidad de hacienda productora.

Actualmente produce ganado y camarón. Se espera expandir la producción en hortalizas y frutas de la zona. Sin importar de que producto se trate, nuestros huéspedes podrán participar activamente si desean en la producción de estos. Esta experiencia busca educar a los huéspedes haciéndoles tener contacto directo con la comida que consumen. Esto es importante también pues esta producción funge como laboratorio para mejorar las practicas de industria. Buscando conseguir productos de calidad de la manera más responsable, consiente y humana posible.

2.7.12. Transporte:

Habiendo tantas actividades, tan dispersas dentro de la propiedad los huéspedes tendrán tres opciones. La primera es un “shuttle” que recorre toda la propiedad haciendo paradas, lo ideal es que este pase en intervalos de 15 minutos. De lo contrario los huéspedes podrán tener su propio vehículo personal para desplazarse a donde gusten. Todos los vehículos serán carritos de golf eléctricos. Por último, cada habitación contara con bicicletas para uso a discreción de los huéspedes.

2.8. Paquetes y Circuitos turísticos:

Nota: La mayoría de los bosques aún no han sido explorados por lo que faltaría determinar senderos y circuitos en los mismos. Para esta parte del análisis se presentarán puntos de interés conocidos y algunos circuitos que si se conocen en el momento. Adicionalmente se mostrará la supuesta ubicación de puntos como el Beach Club, habitaciones entre otras. Adjunto se

encuentra una presentación (Link de google drive) en Google Earth que muestra con geolocalización en un mapa satelital de las diversas áreas, lugares, senderos y recorridos, y todo lo que al momento se tiene estudiado para el proyecto.

En este documento he añadido fotos y descripciones a detalle de lo que se visualiza en la presentación de Google Earth.

LINK GOOGLE EARTH PRESENTACION DINAMICA:

https://drive.google.com/open?id=1-3QIlh5pFXuiwzonkdZICvI7gc3TM_D6&usp=sharing

2.8.2. Laguna:

La laguna tiene 20 hectáreas. Es el lugar ideal para las habitaciones pues es un lugar pacifico y lleno de vida, envuelto por selva y la fauna que baja a tomar de la misma. Recorrer el perímetro por sus orillas es un bello circuito para realizar a pie o caballo. *Anexo A*

2.8.3. Área playa:

La propiedad tiene un lote de 19 hectáreas adyacentes a la playa. Esta playa tiene extensión de 1 km y es conocida como playa El Ostional. La playa El Ostional es famosa por sus arenas negras que contienen titanio. Se dispone de esta área para hacer caballerizas y el Beach Club. *Anexo B*

2.8.4. Manglares:

Los laberintos de mangles son una de las atracciones populares de la zona. Estos pasadizos naturales formados por los arboles se pueden recorrer en lancha o kayak. El manglar alberga mucha fauna sobre todo aves. Al llegar al continente existen pequeñas cuevas que se pueden explorar. Cuando la marea baja es ideal para recolectar conchas y cangrejos. *Anexo C*

2.8.5. Camaronera:

La camaronera, actualmente funcional, permite al huésped experimentar de primera mano la producción de uno de los productos más importantes del país. Aquí aprenderán sobre la producción al igual que tendrán la oportunidad de participar en la alimentación, practicar la pesca con atarraya entre otras actividades. La camaronera es uno de los puntos de acceso al manglar. *Anexo D*

2.8.6. Recorrido playas:

La zona es famosa por sus hermosas playas. Para nuestros huéspedes se plantea un recorrido que comience en la playa de Mompiche, que es famosa por su pintoresco pueblo y olas para surfear. Luego de esta se visitará una playa poco conocida pero hermosa sin nombre (Playa Escondida), a la cual solo se puede acceder por mar o a caballo. Después se visitará la playa El Ostional, playa en la que se encuentra el Beach Club del hotel, famosa por sus arenas negras. Siguiendo a esta, se visitará la Isla Portete cuya playa es larga y tiene un espectacular bosque de palma. La siguiente es Playa Cangrejo, esta playa emerge con mareas bajas y se invade de cangrejos. Las arenas blancas y los llamativos cangrejos desaparecen cuando la marea vuelve a subir. La última playa

es la de la Isla Júpiter, la más remota de todas, ideal para ver la puesta del sol. El recorrido acaba de regreso en el hotel sea accediendo por El Ostional o por el estuario (depende de las mareas).

Anexo E

2.8.7. Recorrido Río Mompiche:

En invierno, cuando el río es caudaloso el recorrido se puede hacer río arriba a pie y bajar por el río en bollas o kayaks (no hay rápidos). Se deja a los turistas en un punto accesible desde la propiedad al río y se los recoge y lleva de vuelta al hotel en la desembocadura del río en el pueblo de Mompiche. En verano cuando el río esta casi seco se puede hacer hermosas caminatas o cabalgatas por el cause del río combinándolo con un sendero en el bosque. *Anexo F*

Nota: no ha sido completamente explorado, lo que está marcado en la presentación de Google Earth es lo que se ha logrado recorrer hasta ahora.

2.8.8. Recorrido Río Portete:

Este recorrido es uno de los más nuevos descubiertos. Solo se lo ha explorado en verano cuando el río está casi seco. De igual manera el recorrido es excelente para caminatas y cabalgatas, aunque mucho más desafiante. No esta claro como sería la dinámica en invierno cuando el río es más caudaloso. No obstante, es una de las rutas más emocionantes y hermosas cruzando por el corazón del bosque. *Anexo G*

2.8.9. Sendero Río Naranjo:

Un sendero muy amigable para cabalgar o caminar. Este baja por el Río Naranjo, pasa por donde el manglar toca el continente y vuelve a salir a la laguna. En el recorrido se podrá apreciar muchas de las variedades de arboles locales, aves y monos con facilidad. Este sendero tiene una gran cantidad de árboles de tagua la cual los huéspedes pueden recolectar para luego llevar a un taller de artesanías. *Anexo H*

2.9. Mercado:

El mercado para este desarrollo es bastante particular debido al irregular mercado hotelero en la zona de Mompiche y por la demanda de eco-hoteles/lodges de lujo. Empezando por el mercado local el cual se compone en su mayoría por hostales y hoteles de no más de dos estrellas con alrededor de 10 a 20 habitaciones. Existe un hotel 4 estrellas con alrededor de 40 habitaciones y el resort *Royal Decameron Mompiche* de 5 estrellas. *El Decameron* es el único hotel que representaría una competencia, esta se consideraría indirecta ya que conceptualmente difiere mucho. En total existen 654 plazas disponibles de 6 hoteles registrados en el catastro nacional de establecimientos turísticos. 318 le pertenecen al *Royal Decameron* el cual según reportes hasta el año 2013 y por declaraciones recientes del CEO de la empresa se sabe manejan una ocupación anual promedio de alrededor del 90%. La ocupación del resto de la zona es difícil determinar por la falta de reportes y registros. Sin embargo, se sabe que la zona es altamente cotizada y visitada. Mucha gente no se hospeda en el lugar dada la falta de espacio o por que las opciones no son buenas.

Considerando la inexistente oferta de hoteles ambientalmente consientes y de lujo en la zona, para motivos del estudio de mercado se tomaron en cuenta cinco establecimientos que

caben en esta categoría, pero se encuentran en diversos sectores del país (Mashpi Lodge, Cerro Lobo, La Selva Lodge, Polylepis Lodge y Las Tanusas). Nuestro referente y competidor principal es Mashpi Lodge. Tomando en cuenta las tarifas de estos establecimientos y sus ocupaciones se proyectó el tarifario y porcentaje de ocupación esperado para nuestro proyecto. Esto se encuentra detallado en la sección análisis económico.

2.10. Análisis económico:

2.10.2. Inversión

La inversión para el proyecto comprende todo el capital que se requiere para ejecutar el proyecto. Para realizar el cálculo de la inversión se tomaron en cuenta tres elementos. En primer lugar, la construcción que comprende todas las edificaciones, vías y piscina con sus respectivas ingenierías. Se tomo en consideración el área en metros cuadrados y su costo de obra. El siguiente elemento es interiores, el cual engloba amoblar, decorar y equipar habitaciones, cocinas, comedores, oficinas y espacios públicos. Finalmente toma en cuenta el costo de la tierra. Para este rubro se cuenta solo el espacio físico de área construida y no el de toda la propiedad. El valor total de inversión previsto al tomar en cuenta todos los elementos mencionados es de \$1,802,500.00

Todos estos datos fueron recopilados de proformas proporcionadas por una empresa constructora la cual a su vez consultó con hoteleros y restauranteros locales para calcular números fiables. Adicionalmente se consultó con el dueño de la propiedad para poder reportar el

valor estimado de la tierra. Para ver cifras específicas de los rubros mencionados referirse al anexo I

2.10.3. Proyección y estructura de costos y gastos

Este análisis cuenta con dos partes principales, el cálculo de tarifas y porcentaje de ocupación esperado para los primeros tres años con lo cual se calcularon las ventas esperadas y la estructura de costos y gastos para el mismo periodo. La primera parte se infirió en base al estudio del mercado y competencia. (véase sección: *mercado*). La tarifa promedio anual establecida es de \$410. Se espera que esta tarifa sea competitiva dentro del mercado en el que se pretende participar y de la misma manera permita operar rentablemente. La ocupación esperada se basa en la demanda por visitar la zona al igual que por la demanda que existe de hoteles de nuestra misma clase. Además, se basa en una entrevista con una persona administrativa de quien consideramos nuestro competidor principal *Mashpi Lodge*. La ocupación promedio esperada en nuestro primer año de operación es de 30% y se estima un crecimiento del 10% anualmente hasta llegar a su pico máximo de entre 65-70% punto en el cual se espera consiga estabilidad.

El sistema de costos y gastos se basa en cuatro elementos: gastos departamentales, gastos no distribuidos, nómina, cargos fijos y los fees a pagarse a la empresa contratada para operar el hotel. Estos fueron calculados utilizando las normas establecidas por *USALI* (Uniform System of Accounts for the Lodging Industry). El objetivo operacional es mantenerse dentro de los rangos porcentuales en relación con las ventas establecidos por *USALI*. Sin embargo, algunos porcentajes fueron modificados o añadidos para acomodarse a la realidad contable y tributaria del país. Otros porcentajes como el de mantenimiento fueron ajustados ya que el tipo de hotel es

distinto al modelo común por su ubicación y diseño. Este análisis nos da resultados positivos ya que nos refleja una utilidad neta de \$169,495.40 el primer año el cual representa 19% de las ventas. Este porcentaje se estima como rentable según las normas establecidas por USALI y nos permite recuperar la inversión en no mas de 6 años. *Anexo J*

3. Diseño y arquitectura

El diseño de los espacios fue concebido pensando en tener el menor impacto en el ambiente. La zona de recepción y habitaciones se encuentra en la orilla norte, un sector con poca densidad de árboles, de esta forma evitando la tala innecesaria del bosque. Las habitaciones y la recepción, en donde se encuentra además una cocina para room service, y oficinas serán edificaciones modulares, es decir cada habitación y la recepción serán individuales. Esto permitirá reforestar el sector escondiendo los edificios entre vegetación y amplificará la experiencia de la conexión con la naturaleza. El diseño de todos los edificios sea habitaciones, recepción, restaurante o Beach Club es minimalista lo que permite destacar la belleza natural del sector. Se utilizará hormigón, madera y bamboo para la construcción.

3.7. Especificaciones de los espacios:

3.7.2. Habitaciones:

Existe un total de 20 habitaciones de las cuales 15 son King Double (1 cama King) y 5 son Queen Double Doubles (2 camas Queen). Todas las habitaciones cuentan con un porche con

un deck de madera flotado sobre un jacuzzi privado. Todos los porches salen a la laguna brindando una vista única. Todas las habitaciones tienen baños completos, y una zona tipo sala/comedor. Adicionalmente están equipadas con todas las amenidades que se espera en una habitación de lujo (caja fuerte, pantalla plana, mini refri, cafetera, etc.). El espacio interior de las habitaciones incluyendo baño y closet, tiene un total de 41.8 metros cuadrados. El exterior con deck y jacuzzi tiene 21 metros cuadrados. *Anexo I*

3.7.3. Recepción:

La recepción es un gran espacio abierto, tiene de igual forma un deck que sale a la laguna. Dentro de este espacio se encuentra el front desk que es una gran barra de mármol adornada con pepas de tagua. Al lado opuesto habrá una pequeña barra de bebidas soft y refrigerios. Existen de igual forma unas pequeñas salas con sillones, mesas y sillas. En esta misma área hay un espacio separado el cual es completamente cerrado en donde encontraremos el área de lavandería y la pequeña cocina para room service y baños. Tiene en total 300 metros cuadrados. *Anexo J*

3.7.4. Beach Club:

El beach club es un espacio abierto con salida a la playa El Ostional. Es un espacio simple con salas de estar y mesas para sentarse a comer. Se puede ordenar comida por lo que tiene su propia cocina y un bar de donde se pueden ordenar bebidas alcohólicas. Tiene un área de baños que están además equipadas con vestidores y duchas.

3.7.5. Restaurante:

El restaurante sigue la misma filosofía de diseño que el beach club y la recepción, espacios abiertos y simples. Se compone por el salón principal que puede recibir hasta 32 personas, un bar en el centro, una pequeña sala de espera, baños y una gran cocina abierta. Tiene en total 380 metros cuadrados. *Anexo K*

4. Programa de alimentos y bebidas

La operación cuenta con tres outlets de alimentos y bebidas: el restaurante fine dining, bar del Beach Club y room service. Cada uno tiene su cocina individual equipada y diseñada acorde al flujo y tipo de producción al que se enfoca. La comida y bebidas soft se encuentran incluidas en la tarifa, las bebidas alcohólicas tienen un costo individual o por paquetes.

4.2. Fine Dining

El restaurant de fine dining apunta a ser un competidor fuerte en la alta cocina ecuatoriana. Se enfocará en dos conceptos claves: elevar los productos de la zona y la innovación experimental. En el restaurante se buscará utilizar mayormente productos que se produzcan en la hacienda, así demostrando la inmensa fertilidad del mar y la tierra en el sur de Esmeraldas. La identidad experimental y de investigación del hotel se reflejará de la misma manera en el restaurante, por lo que los menús estarán reinventándose constantemente.

4.3. Room service y Beach Club

Para la comida de room service la cocina se encuentra en el sector de las cabañas detrás de la recepción. El Beach Club tiene su propia cocina y bar. Para estos dos puntos se contratarán a cocineros locales que se especializan en la cocina de la zona. Se implementará un programa de capacitación para entrenar a los cocineros para que se rijan a los estándares de un hotel 5 estrellas, pero prepararan comida local.

5. Mercadeo:

El mercado meta es extranjeros de estrato económico alto y un porcentaje más bajo de turistas nacionales del mismo estrato económico. Es importante buscar canales que lleguen a este mercado que es muy específico. Una opción muy viable es invitar a programas de estilo de vida y viajes a reportar sobre el hotel. De la misma manera invitar creadores de contenido digital que publiquen sobre viajes, estilo de vida y/o conservación. El marketing digital es la herramienta del momento y la manera más eficiente de emitir publicidad enfocada. Lo más efectivo es contratar empresas que manejen estos medios para mercadear nuestro servicio. A través de Big Data es fácil llegar a nichos específicos. Nuestra presencia en redes va a ser muy importante por lo que tendremos un community manger de tiempo completo que se encargue de nuestras redes sociales. También es importante asociarse con agencias de viaje en línea para que destaquen

hotel cuando las búsquedas sean similares. Es decir, si buscas “Luxury eco-hotel”, el nuestro este dentro de las primeras opciones.

6. Conclusión

Casa Tagua es mucho más que un lodge, es una experiencia única en la costa ecuatoriana. El análisis económico y el estudio de mercado para esta investigación nos permite concluir que este es un proyecto viable para desarrollar. Abordando tendencias con alta demanda, en una zona altamente visitada y con muy poca oferta hotelera, este proyecto es una gran oportunidad de negocio. Adicional e igualmente importante, este proyecto ayudará a salvar cientos de hectáreas de bosques y kilómetros de líneas de costa que cada año se ven cada vez más afectadas por las practicas hoteleras y ganaderas irresponsables. Un sueño posible en busca de ayudar al ambiente y a la comunidad.

Referencias Bibliográficas

- Agag, G., & Colmekcioglu, N. (2020). Understanding guests' behavior to visit green hotels: The role of ethical ideology and religiosity. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102679. doi:10.1016/j.ijhm.2020.102679
- Anastasiya. (2019, June 07). What makes the luxury hotel luxurious? Know from here. Retrieved November 26, 2020, from <https://www.themontcalmlondoncity.co.uk/blog/what-makes-the-luxury-hotel-luxurious-know-from-here/>
- M. (2020). Catastro Turístico de Establecimientos a Nivel Nacional. Retrieved November 26, 2020, from <https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>
- Cerro Lobo. (n.d.). Cerro Lobo. Retrieved from <https://cerrolobo.com/>
- Decameron, H., & Hotelesdecameron. (n.d.). Tarifario Internacional - CECA. Retrieved from <https://issuu.com/hotelesdecameron/docs/ceca-tarifario-internacionales-2019>
- Decameron revela el secreto para lograr un 90% de ocupación. (2019, June 04). Retrieved from <https://www.reportur.com/hoteles/2019/06/03/hoteles-decameron-destacados-excelencia-tripadvisor/>
- Hospitality Technology and Financial Professionals. (2014). *Uniform system of accounts for the lodging industry*. Lansing, MI: American Hotel & Lodging Educational Institute.
- La Selva Lodge. (2019, October 22). Ecuador Amazon Tours. Retrieved from <https://www.laselvajunglelodge.com/>
- Las Tanusas. (n.d.). Tanusas. Retrieved from <https://www.tanusas.earth/>
- Ministerio del Ambiente y Agua. (n.d.). Retrieved from <https://www.ambiente.gob.ec/reserva-ecologica-mache-chindul/>

- Mshpi Lodge. (2020, December 15). National Geographic Unique Lodges of the World. Retrieved from <https://www.mashpilodge.com/es/>
- Navarro, S. (2020, November 29). Entrevista director Metropolitan touring [Telephone interview].
- Pacific Credit Rating. (2014, February 4). “*Fideicomiso Mercantil de Titularización Decameron Ecuador*” [Pdf]. Guayaquil: Bolsa de valores de Guayaquil.
- Polylepis Lodge. (2020). Nuestro Hotel. Retrieved from <https://polylepis.com/>
- El Universo, E. U. (2009, November 01). Decameron alista apertura de hotel. Retrieved from <https://www.eluniverso.com/2009/11/02/1/1356/decameron-alista-apertura-hotel.html>
- Swoboda, E. (2020, November 29). Consulta desarrollo y construccion gerente general Monolitica [Telephone interview].
- Trip Advisor. (2020). Ecuador 2020: Best of Ecuador Tourism. Retrieved November 26, 2020, from <https://www.tripadvisor.com/Tourism-g294307-Ecuador-Vacations.html>

ANEXO A: Laguna.



ANEXO B: Playa Ostional.



ANEXO C: Manglares.



ANEXO D: Camaronera.



ANEXO E: Recorrido Playas.

Nota: Al momento de la captura de imágenes para este reporte no se pudo acceder a: Cangrejo, Júpiter o escondida. Vista aérea (Marea alta) la más cercana: Ostional seguida de Portete, (Cangrejo desaparece por la marea) y al fondo Júpiter.



ANEXO F: Río Mompiche

ANEXO G: Río Portete

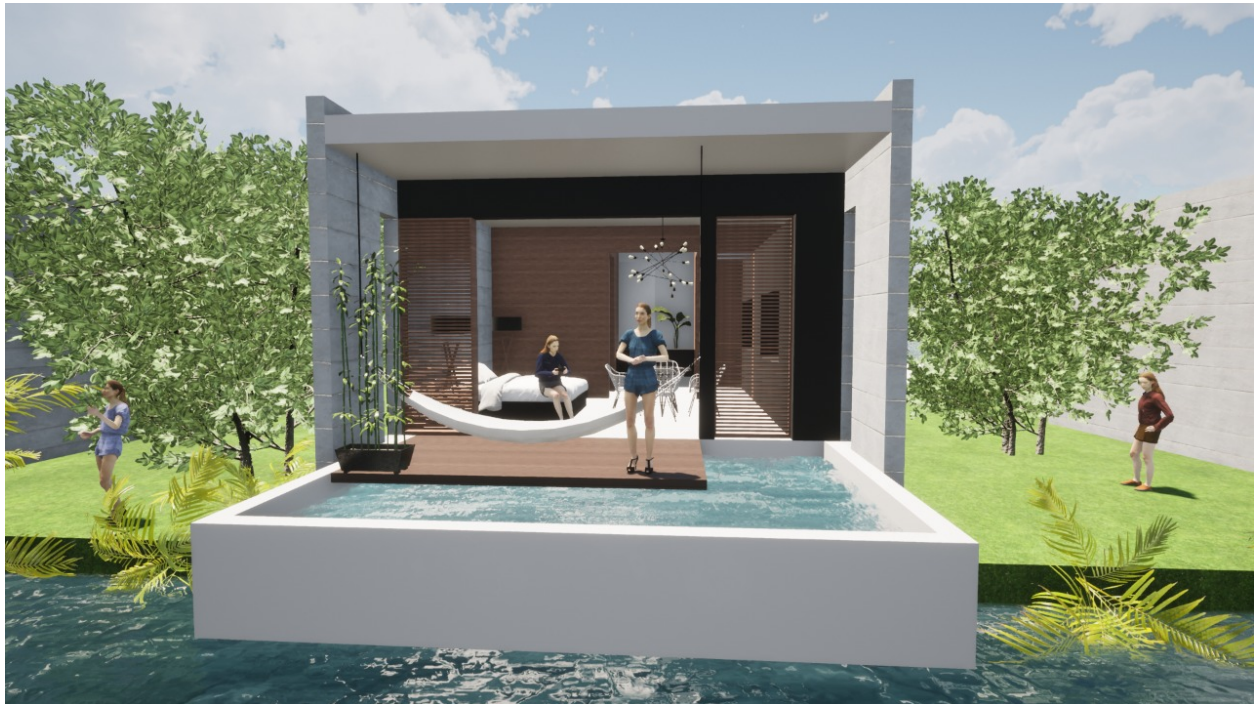


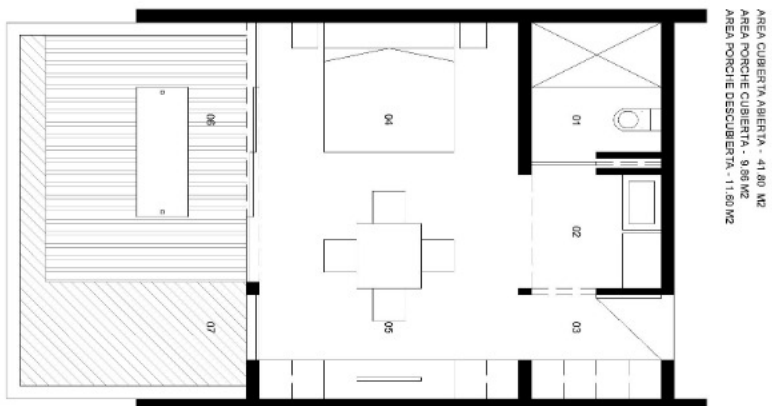
ANEXO H: Río Naranjo



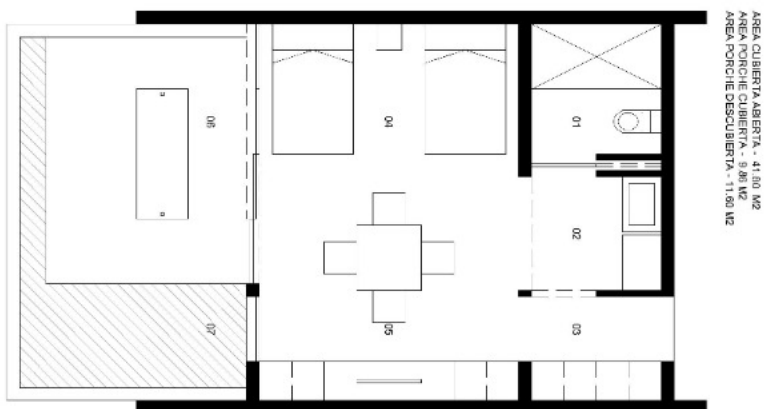
ANEXO I: Habitaciones







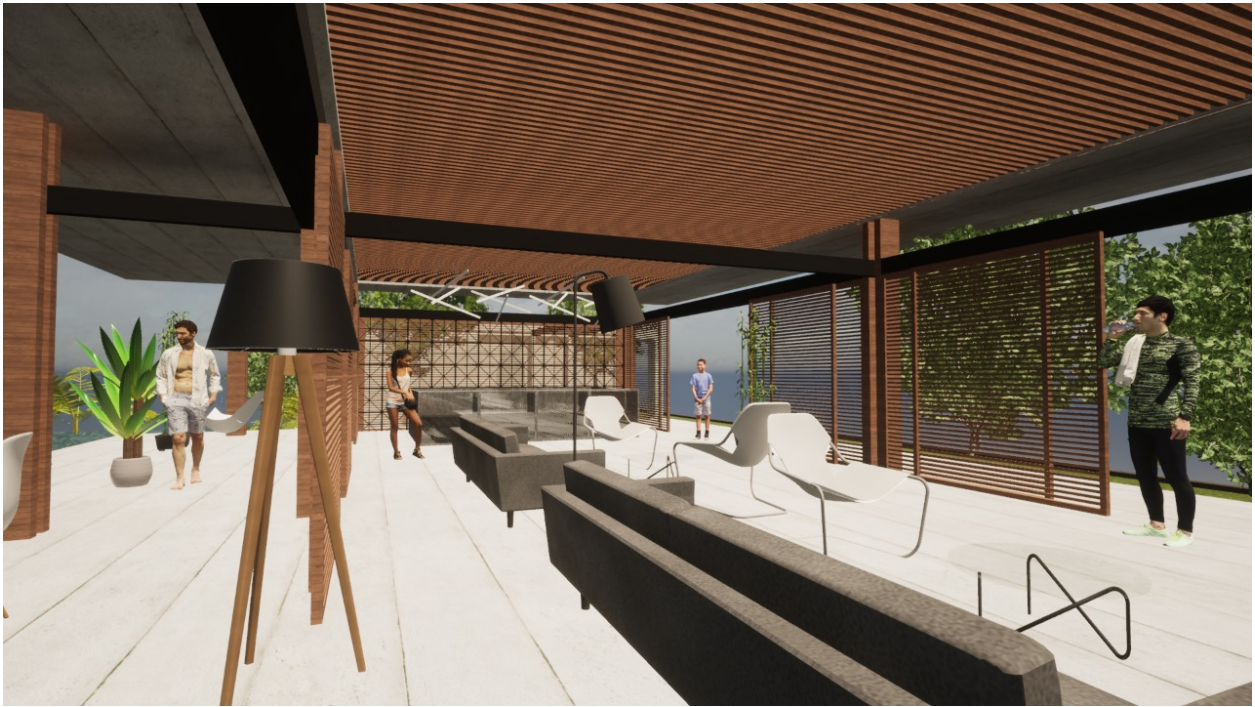
- 01 BAÑO
- 02 LAVAMANOS
- 03 CAFETERIA
- 04 DESCANSO
- 05 COMEDOR
- 06 PORCHIE
- 07 JACUZZI

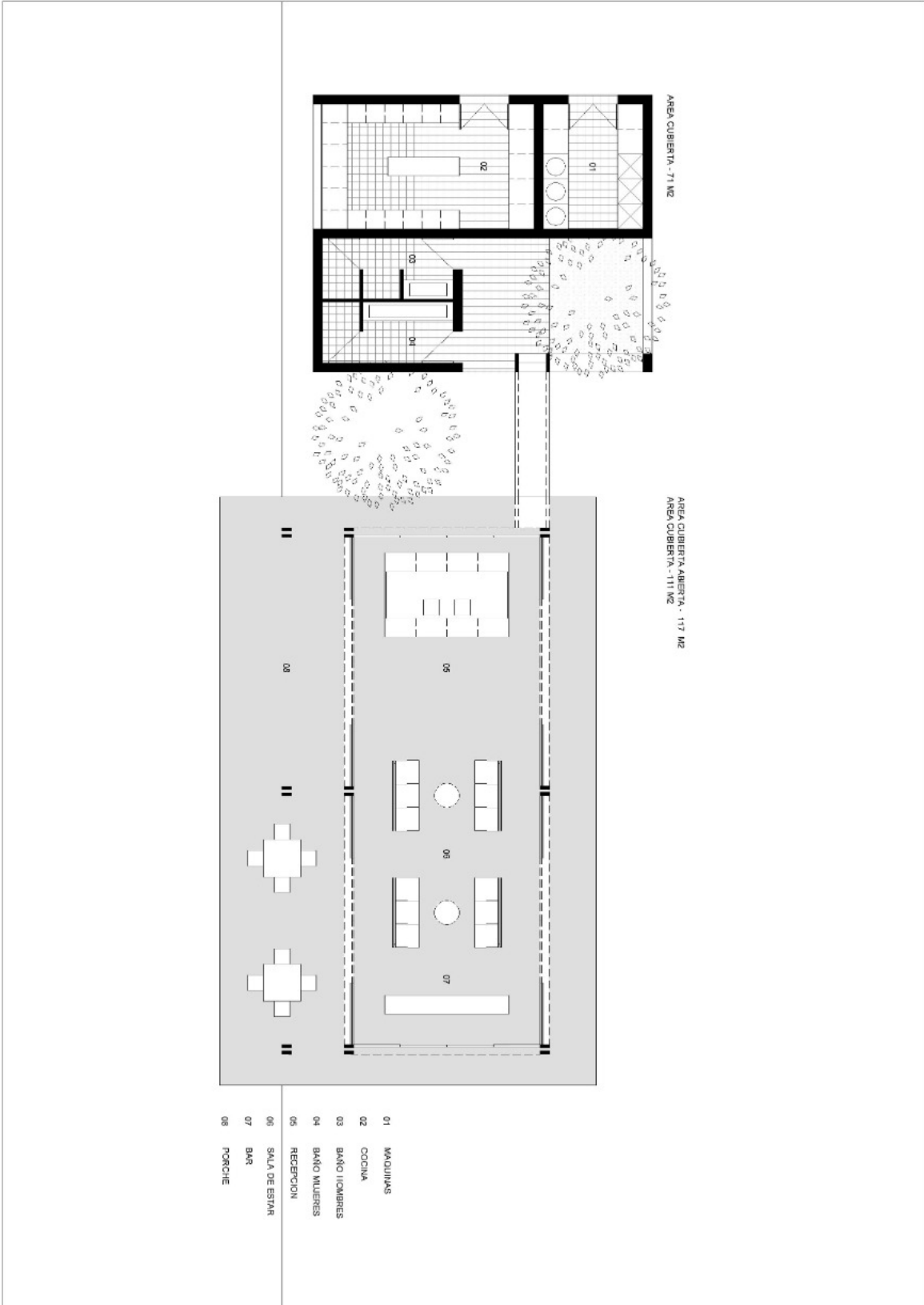


- 01 BAÑO
- 02 LAVAMANOS
- 03 CAFETERIA
- 04 DESCANSO
- 05 COMEDOR
- 06 PORCHIE
- 07 JACUZZI

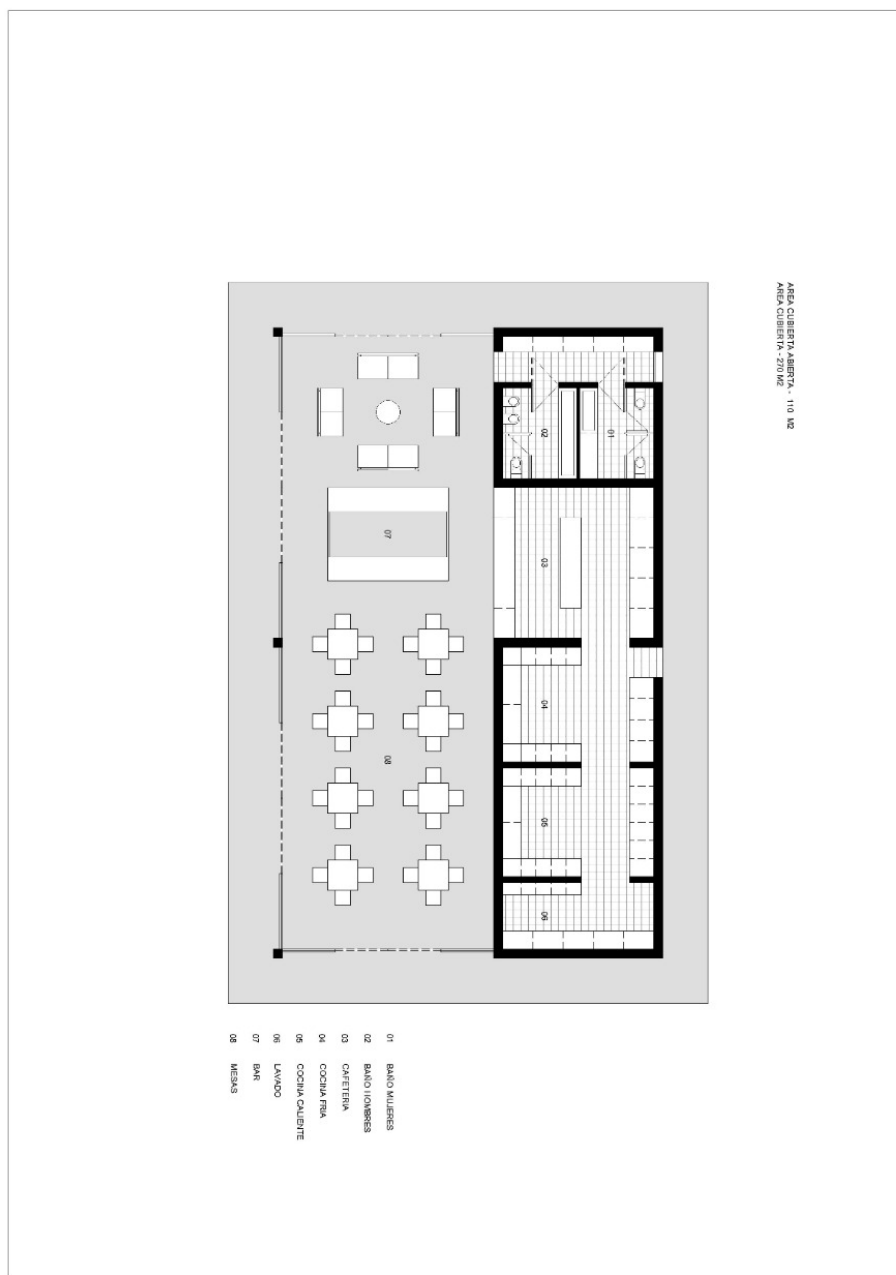
ANEXO J: Recepción







ANEXO K: Restaurante



AEXO K: Inversión

Inversión			
Construcción			
Área	Metraje	Costo x Metro	Costo toatal
Habitaciones	900	750	\$ 675,000.00
Lobby+Servicios	120	750	\$ 90,000.00
Restaurante	120	750	\$ 90,000.00
Beach Club	40	750	\$ 30,000.00
Piscina	75	500	\$ 37,500.00
Vías y Senderos	5000	40	\$ 200,000.00
TOTAL			\$ 1,122,500.00
Interiores			
Habitaciones			\$ 240,000.00
Cocinas			\$ 100,000.00
Menaje			\$ 50,000.00
Oficinas			\$ 10,000.00
Espacios Públicos			\$ 10,000.00
TOTAL			\$ 410,000.00
Tierra			
Tierra			\$ 150,000.00
Concesión 10 años			\$ 120,000.00
TOTAL			\$ 270,000.00
Inversión Total			\$ 1,802,500.00

ANEXO L: Proyección y estructura de costos y gastos

Tarifa Promedio	\$ 410.00		Ventas	
Capacidad (habitaciones)	20		Año 1	\$ 897,900.00
Días laborables	365		Año 2	\$ 1,137,340.00
% OCC año 1	30%		Año 3	\$ 1,376,780.00
% OCC año 2	38%		Año 4	\$ 1,616,220.00
% OCC año 3	46%		Año 5	\$ 1,855,660.00
% OCC año 4	54%			
% OCC año 5	62%			

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS NO DISTRIBUIDOS					
Administración	\$ 26,937.00	\$ 34,120.20	\$ 41,303.40	\$ 48,486.60	\$ 55,669.80
Sistemas	\$ 8,979.00	\$ 11,373.40	\$ 13,767.80	\$ 16,162.20	\$ 18,556.60
Recursos Humanos	\$ 8,979.00	\$ 11,373.40	\$ 13,767.80	\$ 16,162.20	\$ 18,556.60
Mercadeo	\$ 26,937.00	\$ 34,120.20	\$ 41,303.40	\$ 48,486.60	\$ 55,669.80
Mantenimiento	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Agua-Luz-Fuerza	\$ 35,916.00	\$ 45,493.60	\$ 55,071.20	\$ 64,648.80	\$ 74,226.40
Total	\$ 122,748.00	\$ 151,480.80	\$ 180,213.60	\$ 208,946.40	\$ 237,679.20
COSTOS Y GASTOS DEPARTAMENTALES					
Habitaciones	\$ 71,832.00	\$ 90,987.20	\$ 110,142.40	\$ 129,297.60	\$ 148,452.80
Alimentos y bebidas	\$ 152,643.00	\$ 193,347.80	\$ 234,052.60	\$ 274,757.40	\$ 315,462.20
Telecomunicaciones	\$ 26,937.00	\$ 34,120.20	\$ 41,303.40	\$ 48,486.60	\$ 55,669.80
Lavandería	\$ 2,693.700	\$ 3,412.020	\$ 4,130.340	\$ 4,848.660	\$ 5,566.980
Recreación	\$ 8,979.00	\$ 11,373.40	\$ 13,767.80	\$ 16,162.20	\$ 18,556.60
Total	\$ 263,084.70	\$ 333,240.62	\$ 403,396.54	\$ 473,552.46	\$ 543,708.38
Nómina	\$ 272,350.00	\$ 272,350.00	\$ 272,350.00	\$ 272,350.00	\$ 272,350.00
Cargos fijos	\$ 17,958.00	\$ 22,746.80	\$ 27,535.60	\$ 32,324.40	\$ 37,113.20
Management	\$ 26,937.00	\$ 34,120.20	\$ 41,303.40	\$ 48,486.60	\$ 55,669.80
Total costos y gastos	\$ 703,077.70	\$ 813,938.42	\$ 924,799.14	\$ 1,035,659.86	\$ 1,146,520.58
Utilidad	\$ 194,822.30	\$ 323,401.58	\$ 451,980.86	\$ 580,560.14	\$ 709,139.42
Fee utilidad	\$ 25,326.90	\$ 42,042.21	\$ 58,757.51	\$ 75,472.82	\$ 92,188.12
Utilidad neta	\$ 169,495.40	\$ 281,359.37	\$ 393,223.35	\$ 505,087.32	\$ 616,951.30
Porcentaje de Utilidad Relación Ventas	19%	25%	29%	31%	33%