

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de hospitalidad, arte culinario y turismo

**Plan de negocio para hostel en la costa ecuatoriana
La Guadua “naturaleza y aventura”**

David Alarcón

**Operaciones turísticas, Licenciado en Turismo,
Gianni Rosania**

Licenciado en Turismo

Quito, mayo del 2015

**Universidad San Francisco de Quito
Colegio de hospitalidad, arte culinario y turismo**

HOJA DE APROBACION DE TESIS

**Plan de negocio para hostel en la costa ecuatoriana
La Guadua “naturaleza y aventura”**

David Alarcón

Gianni Rosania, M.A.
Director de Tesis

.....

Mauricio Cepeda, M.M.H
Decano del Colegio de Hospitalidad,
Arte Culinario y Turismo.

.....

Quito, mayo del 2015

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Firma:

David Fernando Alarcón Viteri

171334254-9

Quito, mayo 2015

Resumen

A continuación se presenta el plan de negocio propuesto para un hostel ubicado en la costa ecuatoriana. Se busca crear un proyecto de turismo sostenible, responsable con el medio ambiente. El hostel ofrecerá diversos servicios, como el de hospedaje, alimentación. Adicional a esto se ofrecerán distintos tours de aventura y actividades deportivas en los alrededores de el proyecto. El hostel será reconocido dentro de el mercado, como un lugar para venir a relajarse y disfrutar de la adrenalina que los deportes de aventura tienen para ofrecernos, en las increíbles playas de Cojimies y sus alrededores.

Abstract:

The project proposes a business plan for a hostel located in the Ecuadorian coast. It seeks to create a sustainable, responsible tourism with the environment. The hostel will offer various services, such as lodging, food. In addition to this, different adventure tours and sports activities around the project will be offered. The hostel will be recognized within the market, as a place to come to relax and enjoy the adrenaline that adventure sports have to offer in the incredible beaches and surroundings of Cojimies.

Contenido

1) Resumen	5
2) Introducción	8
3) Marco teórico	12
4) Marco legal	14
5) Logotipo	34
6) Análisis administrativo	35
- Descripción del proyecto	35
- Descripción de la infraestructura	47
7) Análisis de mercado	53
- Introducción	53
- Metodología de investigación de mercado	64
- Plan de mercadeo	76
8) Operadora	79
- Análisis de rentabilidad	84
9) Análisis financiero	92
10) Cronograma	98
11) Conclusiones	99
12) Bibliografía	100

Introducción

El proyecto presentado a continuación, sienta sus bases sobre el turismo sostenible, biodiversidad y la necesidad de crear un proyecto responsable con el medio ambiente y su conservación.

Antes de comenzar se definirán ciertos conceptos claves para el entendimiento del plan a presentar.

El turismo, “En la Historia de la Humanidad los viajes han sido una constante. En principio por conquista e nuevos territorios, hoy por placer o negocios, y siempre por una necesidad del ser humano de conocer, descubrir nuevos parajes.” (Pérez, 2004, p19)

El siglo XIX fue un gran impulsor del turismo, gracias al ferrocarril y las maquinas de vapor. “El siglo XIX supuso un gran avance en la historia del turismo por razones como el invento del ferrocarril. La maquina de vapor aplicada al barco, y al tren, revolucionaron completamente el mundo de los viajes” (Pérez, 2004, p20). Con el avance de la tecnología mas lugares eran accesibles por lo tanto mas visitados por personas de todas partes. De los personajes mas importantes en la historia de el turismo esta el ingles Thomas Cook, quien crea la primera agencia de viajes en la historia, tras haber tenido la idea de comprar un trayecto en tren desde Leicester a Loughbourogh, llevando con el cerca de 570 personas, dándose cuenta de la gran oportunidad de mercado que se le estaba presentando, el decide seguir con el negocio.

Para alcanzar un mayor entendimiento acerca de el turismo y llegar a una definición acertada de el mismo, debemos mencionar a la OMT (Organización Mundial del Turismo) la cual se crea el 27 de Septiembre de 1970 en México.

” Es una entidad que tiene representación en todas las regiones de el mundo y cuenta con secciones como: calidad de los servicios turísticos, estadísticas y estudios de mercado, medio ambiente y planificación, y educación y formación.” (Pérez, 2004, p20). La OMT define al turismo como “ Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.” (Pérez, 2004, p20).

Debemos tener en cuenta ciertos aspectos claves para que exista un funcionamiento exitoso en las actividades turísticas. Como afirma (Pérez, 2004)

- La demanda turística: clientes y potenciales clientes de la industria turística.
- La oferta turística: productos y servicios que se ponen a disposición de los clientes.
- El enclave geográfico: el destino en el que se realiza la actividad turística.
- Los agentes turísticos: empresas y organismos que facilitan el paso de la oferta a la demanda.

Para entender al turismo sostenible, primero debemos tener en cuenta la definición de desarrollo sostenible que dice, “ aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.” (Pérez, 2004)

De esta forma se puede decir que el desarrollo sostenible sienta sus bases en tres pilares que son: el ámbito económico, medioambiental y social.

El turismo sostenible surge en los años 90, como una respuesta al evidente impacto ambiental que el planeta estaba recibiendo debido al tránsito de personas alrededor de el mundo. Según la Organización Mundial de Turismo el turismo sostenible, es “ aquel que pretende satisfacer las necesidades de los

turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro.” El objetivo principal de el turismo sostenible, es aquel que englobar todo tipo de actividad turística responsable. Tanto con el medio ambiente, la cultura y los valores de las distintas comunidades. Permitiendo de esta manera un positivo intercambio de experiencias entre las personas residentes y visitantes de cada lugar.

La biodiversidad, se entiende también por diversidad de la vida. Es un tema muy común cuando se habla de el Ecuador por ser un país mega diverso, el cual se divide en 4 regiones como son: la costa, sierra, oriente y la región insular. Su ubicación geográfica en la línea ecuatorial así como también la influencia que tienen las corrientes marinas de el norte (corriente de el Niño) y el sur (corriente de Humboldt) son las principales razones por la cuales el Ecuador esta considerado entre los 17 países mas mega diversos de el mundo. La biodiversidad es “ el conjunto de genes, especies y ecosistemas existentes en un lugar. Los genes diferencian a unos individuos de otros, las especies a unas clases de animales y vegetales de otras, y los ecosistemas a unos tipos de hábitats de otros.” (Pérez, 2004, p63) En el planeta se esta viviendo una gran perdida de la biodiversidad biológica, esto esta afectando significativamente a la flora y fauna de ciertos ecosistemas. Por esta razón para la protección de la misma se firma el “Convenio sobre la Diversidad Biológica” en el año de 1992. Los principios fundamentales son: “la conservación de la diversidad biológica, la utilización sostenible d sus componentes y la distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de su uso.” (Pérez, 2004, p64)

El proyecto presentado a continuación propone un plan de negocio para una hostería ecológica ubicada en la costa ecuatoriana de la provincia de Manabí, en Cojimies. Se crea a partir de la necesidad de impulsar el turismo sostenible en una de las playas mas cercanas a Quito, aprovechando de esta manera la biodiversidad de flora y fauna que nos brinda la zona para realizar actividades turísticas responsables con el medio ambiente y sus comunidades.

Marco teórico

- Turismo: “En la Historia de la Humanidad los viajes han sido una constante. En principio por conquista e nuevos territorios, hoy por placer o negocios, y siempre por una necesidad del ser humano de conocer, descubrir nuevos parajes.” (Pérez, 2004, p19)
- Turismo sostenible: “ aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro.” (Pérez, 2004)
- Marketing: “ Es una filosofía o actitud que impregna la gestión empresarial en su totalidad. Es un conjunto de técnicas que orientadas a anticipar, identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, facilitan el logro de los objetivos empresariales de forma rentable.” (Altes, 1993, pg 13)
- Viajes turísticos: “ son todos aquellos desplazamientos fuera del domicilio habitual por un periodo no inferior a un día” (Altes, 1993, pg 21)
- Recursos turísticos: “son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística. Son aquellos atractivos que, en el contexto de un destino, pueden generar un interés entre el publico, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita.” (Altes, 1993, pg 33)
- Servicios y equipamentos: “permiten que el visitante cubra sus necesidades básicas y disfrute de los atractivos de el destino” (Altes, 1993, pg 35)
- Productos turísticos: “conjunto de componentes capaces de satisfacer las motivaciones y expectativas de un segmento de mercado determinado” (Altes, 1993, pg 35)

- Ofertas turísticas: “conjunto de servicios que se pueden comprar por un precio determinado para su disfrute en un lugar y tiempo determinados y que permiten disfrutar de una experiencia de viaje completa.” (Altes, 1993, pg 35)

Marco legal

El establecimiento turístico creado estará regido por las leyes impuestas por el Ministerio de Turismo del Ecuador y de la provincia de Manabí.

“Art. 8.- Del control.- A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos. El control será de carácter preventivo y sancionador de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley de Turismo.”(Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008, art8)

El hostel será registrado ante el Ministerio de Turismo como lo dice el artículo, “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, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.”(Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008, art47)

Antes de el inicio de las actividades, se procederá a realizar el trámite para la obtención de la licencia anual de funcionamiento como dice la ley.” 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.”(Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008, art55)

El Ministerio de Turismo será el organismo encargado de establecer los requisitos necesarios para obtener a licencia. “ Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá

los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.”(Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008, art58)

En cuanto al pago para la obtención la de licencia anual de funcionamiento, la ley dice, “Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.”(Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008, art60)

El Ministerio de Turismo como entidad controladora de las normas y requerimientos impuestos a las empresas turísticas esta en derecho de realizar

inspecciones sin notificación previa como dice la ley, “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.

Si de la inspección se comprobare el incumplimiento de las normas que le son aplicables en razón de su clasificación, se notificará a la persona natural o al representante de la persona jurídica, para que de manera inmediata efectúen los correctivos del caso. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables.”(Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008, art62)

El Ministerio de Turismo con el objetivo de crear una imagen consolidada del turismo en el Ecuador, y crear una promoción turística del Ecuador ante el mundo, dictamina las siguientes políticas para beneficio de todos. “Art. 76.- De la promoción.- Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino

turístico.

La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc.

La ejecución de la promoción turística del Ecuador se realizará con estricta sujeción al Plan Estratégico de Desarrollo Sectorial, políticas sectoriales, Plan de Competitividad Turística y Plan Nacional de Mercadeo, los mismos que serán utilizados como herramientas fundamentales y el Sistema de Inteligencia de Mercados.”(Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008, art76)

Para la recaudación de el patrimonio el Ministerio de Turismo decreto, “Art. 78.- Las recaudaciones de contribuciones para el patrimonio autónomo.- Los procedimientos de

recaudación de algunos de los recursos señalados en la ley serán los siguientes:

1. La contribución del 1 por mil sobre activos fijos, determinada en el literal a) del artículo 40 de la Ley de Turismo, pagarán todos los establecimientos prestadores de servicios turísticos. Para el cálculo de dicha contribución se exigirá lo siguiente:

a. Personas jurídicas: Los balances presentados a la Superintendencia de Compañías, debidamente aprobados, correspondientes al año inmediato

anterior. Requisito que se exigirá a los establecimientos que se encuentran registrados en el Ministerio, previo a la renovación de la licencia anual de funcionamiento;

b. Personas naturales: Al momento de obtener el registro, deberán hacer una declaración juramentada, en el formulario preparado por el Ministerio de Turismo para tal efecto, sobre el monto de los activos fijos que posee el establecimiento; y, ~~los Registrados de propiedad de~~ personas naturales: Igualmente declararán bajo juramento sus activos fijos, como al momento de la renovación de la licencia única anual de funcionamiento.

El pago de esta contribución se efectuará hasta el 31 de julio de cada año. Vencido este plazo, el contribuyente pagará un interés calculado de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 20 del Código Tributario.

Previa la obtención del registro de turismo las personas naturales o jurídicas deberán pagar los valores correspondientes que se establecen en el presente reglamento.” (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2008, art78)

De acuerdo a los estatutos de el Reglamento General de Actividades Turísticas, el hostel estará regido bajo las normas de el capitulo 1 de los alojamientos.

“Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de

los alojamientos.” (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008, art1)

Así mismo el hostel estará categorizado bajo los estándares de calidad impuestos por el Ministerio, “Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.” (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008, art2)

El hostel según (El Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008), deberá seguir al pie de la letra las siguientes normas impuestas:

“Art. 5.- Placas distintivas.- Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.

El Ministerio de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 6.- Uso de denominaciones.- Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Art. 7.- Modificaciones en los establecimientos.- Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación al Ministerio de Turismo.”

Para que el hostel sea calificado como tal deberá cumplir con los siguientes requisitos, “Art. 17.- Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.”(Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008, art8)

El hostel cumplirá con requisitos para ser clasificado como hostel tres estrellas según lo estipulado por la ley, “ Art. 19.- Hostales y pensiones de tres estrellas.- Los hostales y pensiones de tres estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, permanente atendido por personal capacitado. El recepcionista, además de conocer el idioma español, tendrá conocimientos básicos de inglés. Los botones y mensajeros dependerán de la recepción; b)
- De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciséis habitaciones, debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones;
- c) De comedor, El menú deberá permitir al cliente la elección entre tres o más especialidades dentro de cada grupo de platos; d) Telefónico, a
- central atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este servicio el

personal de recepción;

e) De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado; y, f) Botiquín de primeros auxilios.” (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008, art19)

En cuanto a la Sección 10 Disposiciones Generales, todas aplican al hostel y el mismo estará regido por las siguientes, según el (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008):

“Art. 54.- No discriminación.- Todos los alojamientos serán de libre acceso al público en general, quedando prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante, estos establecimientos se reservarán el derecho de no admitir a quienes incumplan las normas básicas de convivencia, moralidad y decencia.

Art. 55.- Recepción y conserjería.- La recepción y la conserjería constituirán el centro de relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información.

Salvo que sean asumidas por otros departamentos, corresponde a la recepción, aparte de otras funciones, atender las reservas de alojamiento, formalizar el hospedaje, recibir a los clientes, cerciorarse de su identidad exigiéndoles la presentación de los correspondientes documentos, inscribirlos en la tarjeta de registro, asignarles habitación, atender las reclamaciones, expedir facturas y percibir el importe de las mismas.

Igualmente serán funciones de la recepción y de la conserjería, de haber esta última, custodiar las llaves de las habitaciones, recibir, guardar y entregar a los

huéspedes la correspondencia así como los avisos o mensajes que reciban, cuidar de la recepción y entrega de equipajes y cumplir, en lo posible, los encargos de los clientes. Estará a cargo del Conserje de noche el servicio de despertador, cuando no exista servicio nocturno de telefonista.

Art. 56.- Servicio de pisos.- El servicio de pisos cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupadas por los huéspedes.

Art. 57.- Servicio de comedor.- La prestación del servicio de comedor tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración del alojamiento, que en todo caso comprenderá un período mínimo de dos horas para el desayuno, dos para el almuerzo y dos para la merienda.

Se cuidará especialmente que, en la preparación de los platos, se utilicen alimentos e ingredientes en perfecto estado de conservación, así como el que su presentación sea adecuada, según la categoría del establecimiento.

Los desayunos podrán ser servidos en el comedor, cafetería u otro lugar adecuado, o en las habitaciones.

Art. 58.- Servicio telefónico.- El personal encargado del servicio telefónico, cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible, directamente o a través de recepción o de conserjería, de haberla.

El personal mencionado llevará el control de las conferencias locales, interprovinciales y al exterior que efectúen los clientes, expidiendo al término de cada una de ellas comprobante de su duración y el valor de las mismas.

Art. 59.- Servicio de custodia de dinero.- Los establecimientos de alojamiento, de acuerdo a su categoría, prestarán el servicio de custodia de dinero y objetos de valor que para tal efecto les sean entregados por los huéspedes, como constancia de lo cual se les conferirá el correspondiente recibo, siendo responsables los alojamientos de la pérdida o deterioro de esos bienes.

En todas las habitaciones, apartamentos o suites, en un lugar visible, deberá constar la indicación, al menos en dos idiomas español e inglés, de que el establecimiento no se responsabiliza del dinero u objetos de valor que no sean depositados en la forma establecida en el presente artículo.

Art. 60.- Servicio de lavandería y planchado.- El servicio de lavandería y planchado podrá ser concertado con una empresa especializada, siendo en todo caso el alojamiento el responsable de la correcta prestación del mismo y especialmente de que la ropa sea devuelta a los clientes en el plazo máximo de cuarenta y ocho horas o de veinticuatro en el caso de servicio urgente.

Art. 61.- Asistencia médica y botiquín.- En todos los establecimientos de alojamiento existirá un botiquín de primeros auxilios y se deberá disponer de asistencia médica, en caso de emergencia, para facilitarla a los clientes. El servicio de asistencia médica será con cargo a los clientes.

Art. 62.- Personal uniformado.- Todo el personal de servicio de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres en la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta presentación y se esmerarán en atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía.

De manera especial, el personal encargado de la preparación y elaboración de las comidas cuidará de la limpieza de su atuendo y deberá vestir el uniforme tradicional, debiendo además portar todos los documentos exigidos por las autoridades de salud y otros organismos competentes.

Art. 63.- Protección contra incendios.- Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad del alojamiento, mediante la instalación de los correspondientes dispositivos o extinguidores, en todas las dependencias generales y plantas del establecimiento, debiendo en todo caso observarse las normas establecidas por el Cuerpo de Bomberos.

El personal deberá estar instruido sobre el manejo de los citados dispositivos y de las demás medidas que han de adoptarse en caso de siniestro, debiendo realizarse periódicamente pruebas de eficiencia con dicho personal.

Art. 64.- Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes.

Los reservorios de agua estarán dotados de registros que faciliten su periódica limpieza, así como de filtros que garanticen su pureza, debiendo estar asegurada en todo caso la potabilidad del agua. En los lugares donde no hubiera el servicio público de agua potable, los alojamientos estarán obligados por lo menos a purificar el agua, advirtiendo a la clientela sobre este particular.

La eliminación de las aguas residuales se hará a través de la red de alcantarillado y, de no existir ésta, mediante un sistema eficaz y rigurosamente

ajustado a las normas sanitarias establecidas en la legislación vigente.

Art. 65.- Condiciones de presentación, funcionamiento y limpieza.- Los locales, instalaciones, mobiliario y enseres de los establecimientos de alojamiento se mantendrán en condiciones óptimas de presentación, funcionamiento y limpieza.

Art. 66.- Inspecciones.- El Ministerio de Turismo se encuentra facultado para realizar o disponer en cualquier tiempo inspecciones a los alojamientos, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones constantes en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y sus normas de aplicación y comprobar el buen funcionamiento de los mismos.

Las inspecciones se realizarán, necesariamente, con la concurrencia del administrador o administrador del alojamiento, o la persona que haga sus veces.

Art. 67.- Registro de clientes.- Todos los alojamientos tienen la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo a solicitud del representante o propietario de los mismos. Igualmente, deberán contar con un libro oficial de reclamaciones, a disposición de los clientes.

Será requisito indispensable que, los clientes antes de ocupar los alojamientos, se inscriban en la tarjeta de registro de entradas y salidas y exhiban para el efecto sus documentos de identidad.

Art. 68.- Avisos y listas de precios.- En todas las habitaciones de los alojamientos, así como en la recepción y en la Conserjería, se fijarán en lugar destacado las listas de los precios aprobados para los diferentes servicios que presta el alojamiento.

Igualmente, y en lo mismos lugares, deberán colocarse avisos sobre la existencia del libro oficial de reclamaciones y respecto de la responsabilidad del alojamiento sobre el dinero, documentos y objetos de valor que sean entregados a la administración.

Todo los avisos, listas de precios y demás información para los huéspedes, deberán estar redactados al menos en español e inglés.

Las listas de precios y los avisos a los que se refieren los dos primeros incisos, serán sellados por el Ministerio de Turismo.

Art. 69.- Precios.- Los precios de los diferentes servicios que presten los alojamientos deberán ser aprobados por el Ministerio de Turismo, para lo cual los establecimientos presentarán la correspondiente solicitud por duplicado hasta el mes de septiembre de cada año.

Los precios autorizados para cada año no podrán ser alterados durante el transcurso del mismo sino por razones de fuerza mayor o caso fortuito debidamente aceptadas por el Ministerio de Turismo.

El Ministerio de Turismo fijará un precio máximo para los distintos tipos de habitaciones en función de su capacidad y de los servicios de que estén dotadas.

Antes de la admisión de un cliente se le deberá notificar el precio de los diferentes servicios. La falta de esta notificación lleva aparejada la obligación del alojamiento de facturar por el precio mínimo para el tipo de habitación que ocupe el cliente.

El precio de la pensión alimenticia no podrá exceder de la suma de los precios fijados para el desayuno, almuerzo y cena.

El precio de la pensión completa se obtendrá de la suma de los precios correspondientes a la habitación y a la pensión alimenticia.

A excepción de las pensiones, ningún alojamiento podrá exigir a sus clientes que se sujeten al régimen de pensión alimenticia completa.

El cliente que solicite acogerse al régimen de pensión completa, queda obligado al pago de la tarifa convenida, aun cuando dejare de utilizar ocasionalmente alguno de los servicios que comprende dicho régimen, salvo convenio en contrario.

Se entenderá que el precio del hospedaje comprende el uso de la habitación y servicios complementarios comunes, no pudiendo percibir el alojamiento ningún valor adicional por la utilización de dichos servicios comunes.

Para efecto de lo dispuesto en el presente artículo se considerarán servicios comunes las piscinas, hamacas, toldos, sillas, columpios, mobiliario propio de piscinas, playas, jardines y parques particulares.

Art. 71.- Habitaciones para uso individual.- Los alojamientos deberán disponer de un diez por ciento del total de habitaciones para uso individual.

Si una vez anunciada su marcha o cumplido el plazo de estadía convenida, el cliente pretendiere prolongar su permanencia, el establecimiento podrá no aceptar la continuación del hospedaje si tuviera comprometida la habitación para otro cliente.

Art. 75.- Reservación de habitaciones.- Para la reservación de habitaciones, los alojamientos podrán exigir un anticipo de precio por cada habitación reservada, cuyo monto no podrá exceder del valor de un día de habitación cuando la reservación se haga por un tiempo de hasta diez días y, cuando se realice por un tiempo mayor, el valor correspondiente a un día de habitación por cada diez días o fracción de ese tiempo.

La anulación de las reservaciones efectuadas no dará lugar al pago de indemnización alguna siempre y cuando se la realice con diez días de anticipación a la fecha anunciada para la llegada; en caso contrario, quedará a disposición del alojamiento la cantidad recibida en concepto de anticipo.

Cuando se trate de viajes colectivos, las agencias de viajes, al efectuar la reservación, deberán indicar el lugar de procedencia de los clientes y tendrán que confirmar la reservación veinte días antes del señalado para la llegada del grupo, debiendo confirmar además el número definitivo de personas con diez días de anticipación a la llegada. Para los grupos procedentes de otros continentes, estos plazos se elevarán, respectivamente, a treinta y quince días.

Cuando los clientes hubieren reservado habitaciones determinadas con especificación de su número o situación, el alojamiento estará obligado a ponerlas a disposición de aquéllos en la fecha convenida.

Si la reservación fuere para habitaciones indeterminadas, el alojamiento deberá poner a disposición de los huéspedes aquellas que reúnan las características convenidas.

Los dueños y los administradores de los alojamientos clasificados en las categorías de cinco y cuatro estrellas, estarán obligados a contestar todas las peticiones de reservación de habitaciones en un plazo máximo de cinco días. Los alojamientos clasificados en las demás categorías estarán obligados a responder únicamente si la petición se hiciere en la forma "respuesta pagada".

El alojamiento está obligado a mantener la habitación reservada a disposición del cliente hasta las diecinueve horas del día fijado para su arribo, circunstancia que debe ser notificada al confirmar la reservación. Si el cliente no hubiere llegado al alojamiento hasta esa hora y no hubiere comunicado su retraso inesperado, el alojamiento podrá disponer de la habitación a su conveniencia.

Las habitaciones estarán a disposición de los clientes desde el día fijado para su ocupación, en condiciones de presentación, funcionamiento y limpieza que permita su inmediato uso.

Art. 76.- Obligaciones de los administradores de alojamientos.- Quienes administren los alojamientos tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cuidar del buen funcionamiento de las habitaciones o conjuntos de alojamiento y en especial de que el trato a los clientes por parte del personal sea amable y cortés;
- b) Comunicar a las autoridades competentes cualquier alteración del orden público, comisión de delitos o sospecha sobre la

identidad de los clientes; y,

c) Dar cuenta a la autoridad sanitaria más próxima de los casos de enfermedades infecto contagiosas de que tenga conocimiento en el alojamiento bajo su administración.”

El hostel se deberá atener a ciertas normas impuestas por el Reglamento General de Actividades Turísticas, que dicen lo siguiente:

“Art. 198.- Horarios de funcionamiento.- En coordinación con otros organismos públicos competentes, el Ministerio de Turismo se encargará de regular los horarios de funcionamiento y atención al público de las actividades y servicios turísticos.

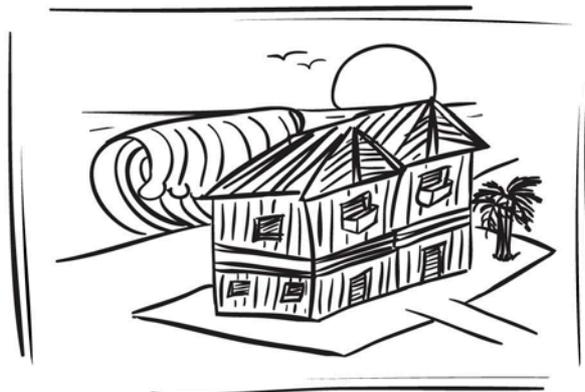
Art. 199.- Obligación de exhibir placa de identificación y tarifas.- Todo establecimiento dedicado a la realización de actividades o servicios turísticos, está obligado a exhibir la placa de identificación que, previo al pago correspondiente, le proporcionará el Ministerio de Turismo, de conformidad con la clasificación otorgada. Igualmente, tales establecimientos exhibirán en lugares visibles al público, las tarifas autorizadas por el Ministerio de Turismo, para cada uno de los servicios que presten.

Art. 200.- Facultad para solicitar información.- El Ministerio de Turismo podrá solicitar a las personas naturales o jurídicas, cualesquiera sea su actividad turística, y de conformidad con la ley, datos, estadísticas e información, mensual u ocasionalmente. El requerimiento mensual se lo hará en los formularios que al efecto entregará el Ministerio de Turismo. Los datos solicitados se entregarán dentro de los diez primeros días de cada mes.

Los requerimientos ocasionales se harán por pedido del Ministro o de los funcionarios expresamente delegados por éste para el efecto. Estos datos e información serán de carácter estrictamente reservado.

Art. 201.- Revocatoria de licencias.- El Ministro de Turismo revocará las licencia única anual de funcionamiento y de Ejercicio Profesional de Guías de Turismo, en los casos previstos en las leyes.” (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008)

Logotipo



La Guadua
Naturaleza y Aventura

Lo que el logotipo busca expresar al mercado, la sensación de libertad, naturaleza y aventura. El paisaje, da la libertad que la gente busca encontrar al salir a lugares como este. La naturaleza, ya que el hostel se ubicara en un ecosistema natural y lo mas importante para la empresa es conservarlo. Finalmente, la aventura se la transmite por medio de la ola, lo que se busca es que el lugar sea reconocido ante el mercado, como un destino para deportes de aventura.

Análisis administrativo

Descripción de el proyecto

Descripción del negocio:

A continuación se realizará una descripción detallada de el emprendimiento turístico que se pretende desarrollar en la costa ecuatoriana. Se toparan temas sobre la ubicación, tipo de construcción, sus servicios y normas a seguir, operadora turística, la operación y manejo administrativo de el hostel.

Cojimies esta entre los puntos mas cercanos a la costa ecuatoriana desde Quito, ubicado a solo 4 horas de la capital, esta zona posee playas hermosas, sin muchos habitantes, olas para surfear y realizar actividades acuáticas todo el año, así como caminatas, avistamiento de ballenas y un infinito numero de actividades y tours que los turistas pueden realizar durante sus vacaciones, razón por la cual consideramos este un lugar ideal para el establecimiento de el hostel.

La construcción será de tipo ecológico y acorde con el medio ambiente de la zona. El principal material de construcción utilizado será la caña guadua, hojas de palma, entre otros. El principal objetivo en la edificación de el proyecto es crear el menor impacto posible al ecosistema.

El hostel contara con los siguientes servicios: habitaciones, restaurant, bar, recepción, operadora turística, guardianía, limpieza. Contara con todos los servicios básicos y todas las normas impuestas por el Ministerio de Turismo para ser calificado como un hostel 3 estrellas.

La operadora turística funcionara desde el hostel, y se encargara de organizar tours y paquetes para nuestros turistas a lo largo de la costa ecuatoriana. En un principio se venderán paquetes para avistamiento de ballenas, pesca

deportiva, caminatas, clases de surf, paseos en kayak, entre otros. El objetivo principal de la operadora será expandir la venta de sus paquetes y tours a lo largo de la costa ecuatoriana. Crear alianzas y convenios con operadoras ubicadas estratégicamente a lo largo de la costa ecuatoriana, con el objetivo de brindar un mejor servicio a nuestros clientes, ganar mas publicidad y reconocimiento dentro de el mercado.

La operación y manejo administrativo de el proyecto será dividido en dos partes. Por un lado estará el hostel con todos sus departamentos funcionando en Cojimies, y por otro se abrirá una oficina en Quito, la cual servirá como punto de servicio al cliente sobre información acerca de el hostel y los distintos paquetes turísticos a ofrecerse. Así como también se encontraran las oficinas administrativas de el proyecto. Se dará el servicio de transporte Quito – Cojimies, para nuestros clientes, de manera que puedan viajar de una manera segura hasta nuestro destino.

El principal encargado y responsable de el correcto funcionamiento de el hostel será el Gerente/Administrador, con el respaldo de todo el resto de áreas y sus distintos grupos de trabajo, el establecimiento estará encargado de brindarle a los turistas un servicio de calidad.

Descripción del servicio:

A continuación se describirá la empresa turística a desarrollarse, el Hostel cumplirá con los requisitos estipulados por el Ministerio de Turismo, en el reglamento General de Actividades turísticas como un “Hostal de tres estrellas:

a) De recepción, permanente atendido por personal capacitado. El recepcionista, además de conocer el idioma español, tendrá conocimientos básicos de inglés. Los botones y mensajeros dependerán de la recepción;

- b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciséis habitaciones, debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones;
- c) De comedor, El menú deberá permitir al cliente la elección entre tres o más especialidades dentro de cada grupo de platos;
- d) Telefónico, a través de una central atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este servicio el personal de recepción;
- e) De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado; y, f) Botiquín de primeros auxilios.” (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2008, art19)

Se ubicara en Cojimies, en la provincia de Manabí. El hostel contara con los siguientes servicios: habitaciones, restaurante, bar, operadora de tours de aventura, recepción, guardianía.

Estará abierto al publico los 365 días de el año, y presentara dos tarifas distintas para las temporadas altas y bajas.

El hostel contara con cabañas grupales, familiares y matrimoniales. Tendrá capacidad para hospedar hasta 80 personas. Contara con todos los servicios básicos agua, luz, internet.

El área de limpieza se encargara de mantener las cabañas listas para los clientes a todo momento, así como también se encargaran de la limpieza de las de mas áreas comunales en el hotel. También se contara con el área de lavandería que los clientes también podrán hacer uso por un valor adicional.

La operadora, se encarga de crear tours de aventura a lo largo de la zona.

Como caminatas, pesca deportiva, avistamiento de ballenas. Así como también alquiler de kayaks, bicicletas, tablas de surf.

El restaurante de el hostel estará abierto a los clientes para las tres comidas desayuno, almuerzo y merienda. Contara con platos a la carta y menús infantiles. La cocina será local es decir platos típicos de la provincia de Manabí. La guardianía de el hostel estará disponible las 24h. para precautelar la seguridad de los clientes.

El Ecolodge brindara sus servicios todos los días del año, y tendrá varios servicios entre los que están:

Recepción:

Lugar destinado a recibir a los huéspedes de el hotel.

Horario de atención para todos los días de la semana:

8:00am – 10:00pm

Check in: 12pm

Check out: 11am

Funciones:

- Punto de información al cliente
- Check in / check out
- Organizar reservaciones
- Cerrar cuentas y cobrar a los turistas hospedados

Restaurante:

El servicio de restaurante atenderá en los siguientes horarios:

Desayuno (7:00 am – 11:am)

Almuerzo (12:30 pm – 4:00pm)

Merienda (7:00pm – 11:00pm)

Nuestros platos son realizados con alimentos naturales principalmente de el mar y acompañados de vegetales, granos y frutas cuidadosamente seleccionadas/os para su degustación.

Cabañas:

El hostel cuenta con capacidad para 80 personas.

Distribución:

Familiares (capacidad 6 personas)

Matrimoniales (2 personas)

Grupales (8 y 4 personas)

Operadora de turismo:

El servicio de operadora turística funciona los 365 días de el año, tenemos actividades desarrolladas para tus necesidades.

- Caminatas
- Pesca deportiva
- Avistamiento de ballenas
- Kayaks
- Alquiler de bicicletas
- Alquiler de tablas de surf

Mantenimiento y limpieza:

El hostel cuenta con un gran equipo de limpieza y mantenimiento. Nuestros trabajadores son personas en su mayoría de la zona, capacitados para brindarles la mejor atención y servicio posible.

Disponemos de servicio de limpieza de habitaciones diario si no lo requiere favor notifíquelo en recepción.

Actividades de expansión:

A futuro se piensa desarrollar:

- Incremento en el numero de cabañas
- Alianzas estratégicas con distintas operadoras y hostales a lo largo de la costa ecuatoriana
- Generar publicidad en medios de comunicación internacionales como revistas, blogs, entre otras.
- Abrir otro hostel en algún punto estratégico en la costa ecuatoriana.

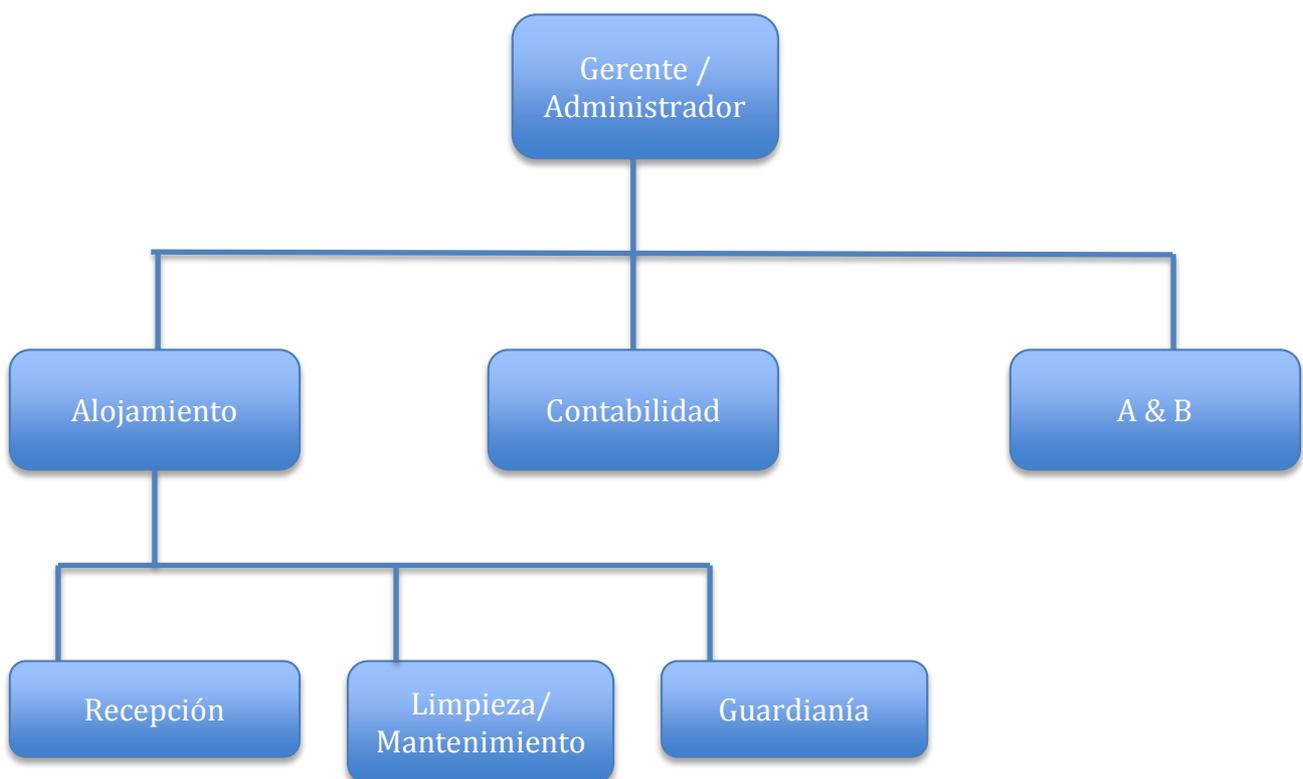
Cultura organizacional:

En cuanto a la cultura organizacional de la empresa, se busca desarrollar en el personal de trabajo un espíritu de amistad y compañerismo. Que se vea reflejado hacia los clientes, con un sentido de hospitalidad y confianza. De manera que los clientes al hospedarse en el hostel, puedan sentirse como en casa.

La administración de el hostel no pretenderá a ningún momento ejercer autoridad ante las otras áreas. Si bien es cierto funcionara como entidad de control sobre la calidad en los servicios de las otras áreas de el hostel, a

ningún momento se pretende crear un mal ambiente laboral. Creemos que debido a que es un proyecto turístico al cual la gente asiste de vacaciones, el espíritu y ambiente laboral de el lugar es el principal encargado de reflejar eso, desde los altos mandos en el hostel hasta las personas que ayudan con la limpieza y mantenimiento de el mismo. Los clientes percibirán un ambiente de paz, tranquilidad y buena energía en el hostel a todo momento.

Estructura organizacional:



Gerente / Administrador:**Cantidad de personal**

1

Horarios

Miércoles – Domingo (10 am – 6pm)

Funciones

- Funcionario mas alto de la empresa
- Es la cara de la empresa
- Encargado de negociar contratos grandes con clientes importantes
- Encargado de controlar el correcto funcionamiento de todos los departamentos de la hostería
- Entrevistar empleados (contrata y despide personal)
- Analiza la contabilidad de el hotel y se encarga de crear nuevos productos y promociones para el cliente

Alojamiento:**Recepción****Cantidad de personal**

2

Horarios

2 turnos (8:00am – 4:00pm) (4:00pm – 10:00pm)

Funciones

- Encargado de recibir al cliente, registrarlo y entregarle sus llaves de la habitación.

- Check in / Check out
- Cierre de cuentas
- Servicio al cliente
- Venta y organización de paquetes turísticos

Limpieza:**Cantidad de personal**

2

Horarios

Lunes a domingo (8am – 4:00pm)

Funciones

- Personal encargado de la limpieza diaria de el hotel
- Areas de limpieza: habitaciones, recepción, restaurante, bar, entre otras.

Mantenimiento:**Cantidad de personal**

2

Horarios

Lunes a domingo (8am – 4:00pm)

Funciones

- Personal encargado de mantener en buen estado las instalaciones de el hotel
- Encargados de el mantenimiento de las áreas verdes de el hotel
- Trabajan en colaboración con área de limpieza y para ayudar con cualquier tarea que se necesite.

- Correctamente uniformados

Guardianía:**Cantidad de personal**

2

Horarios

Lunes a domingo (8am – 4:00pm) (4:00pm – 12:00pm)

Funciones

- Encargados de la seguridad de el hotel
- Correctamente uniformados
- Controlan la entrada y salida de turistas a las instalaciones
- Puerta: deberá haber un guardia encargado de la puerta a todo momento
- Ayudan con el equipaje de los clientes de ser necesario a su llegada
- Controlan la entrada y salida de todo el personal que trabaja en el hotel

Contabilidad**Cantidad de personal**

1

Horarios

Lunes a domingo (8am – 4:00pm)

Funciones

- Se encargan de llevar la contabilidad de la empresa
- Cierran todos los meses, pasan informe al administrador/gerente

- Sacan sueldos y emiten cheques que son aprobados y formados por el administrador/gerente de el hotel.

Alimentos y bebidas:

Cocina

Cantidad de personal

3

Horarios

Lunes a domingo (7am – 3:00pm) (7:00pm – 10:00pm)

Funciones

- Personal con experiencia en la cocina tradicional de la costa ecuatoriana
- Durante sus horas de trabajo el personal deberá estar con el uniforme completo sin excepciones. (Malla para cabeza, pantalón y chaqueta blanca)
- La cocina e utensilios de cocina deberán estar limpios a todo momento
- Deberán llevar un control sobre los alimentos que se tiene en el inventario y deberán adquirir los alimentos que les haga falta para todos los días.
- El restaurante de el hotel estará abierto al publico para las tres comidas durante temporadas altas.

Meseros

Cantidad de personal

3

Horarios

Lunes a domingo (7am – 3:00pm) (7:00pm – 10:00pm)

Funciones

- Deberán estar correctamente uniformados para los turnos de trabajo
- Son los encargados de mantener toda el área de las mesas limpia a todo momento (pisos, mesas, vidrios)
- Deben ser serviciales con el cliente
- Deben estar actualizados a todo momento de los platos de la carta y sus acompañantes

Bar**Cantidad de personal**

1

Horarios

Lunes a domingo (7:00pm – 12:00am)

Funciones

- La persona encargada de el bar deberá mantener limpio a todo momento su área de trabajo
- Es el encargado de llevar el inventario de las bebidas para todo el hotel (restaurante y bar)
- Buena presencia
- Deberá estar correctamente uniformado a todo momento durante sus turnos de trabajo
- Tiene que poder hacer todos los cócteles de la carta, bajo una receta estandarizada de el hotel

Descripción de la infraestructura

La infraestructura de el hostel, comprende todo lo que a la construcción de el establecimiento respecta. Y será realizada principalmente con materiales naturales endémicos de la zona, el material utilizado en la construcción será principalmente caña guadua, material muy conocido por su alta durabilidad, resistencia a grandes cargas de construcción, aparte de darle al establecimiento una apariencia increíble para el turista.

“La guadua es un recurso natural, renovable, sostenible, de rápido crecimiento y cualidades ambientales y estéticas sobresalientes, que puede contribuir con eficacia a las economías rurales de los países de Latinoamérica. La guadua que conserva el suelo, controla la erosión, regula el caudal hídrico, aporta materia orgánica, contribuye a la biodiversidad y embellece el paisaje, capta además el CO₂ de la atmosfera y lo transforma en oxígeno.

Las propiedades estructurales de la guadua angustifolia, como la relación resistencia / peso, que es superior a la de la mayoría de las maderas, pueden compararse con las del acero o las de algunas fibras de alta tecnología. Esta cualidad la convierten en un material ideal para construcciones sismorresistentes” (Villegas, 2003, pg1)

El concepto sobre el que se basara la infraestructura de el hostel, será una mezcla entre un ambiente natural con la adrenalina de los deportes de aventura y actividades al aire libre, en las que el ser humano alcanza un contacto único con el medio ambiente.

La construcción de el hostel se dividirá en diferentes áreas como son la garita y cerramiento, cabañas, restaurante y recepción, oficinas administrativas, bodega, lavandería, bar, parqueadero.

La garita y el cerramiento será lo primero en construirse para delimitar los espacios para las distintas áreas de construcción. El cerramiento se lo realizara con caña guadua y alambre electrificado el cual será activado en las noches únicamente por seguridad de todos los huéspedes. La garita de el establecimiento será construida de la misma forma en caña guadua y techo de palma como se utiliza tradicionalmente en estos sectores desde hace años.

El hostel contara con cabañas de tipo rustico, construidas principalmente con caña guadua, elevadas a un metro de el piso, con todas las comodidades. El hostel tendrá una capacidad para hospedar hasta 80 personas. Se construirán 10 cabañas ecológicas, las cuales se las acomodara de acuerdo a la conveniencia de el cliente en, matrimoniales, familiares (6 personas) y grupales (8 y 4 personas).

El restaurante y la recepción estarán ubicados en la misma edificación. El tamaño total de la construcción será de 100m². Distribuidos en recepción y restaurante el cual será dividido en dos partes, mesas para clientes y cocina. La construcción se la realizara con caña y hoja de palma principalmente, siguiendo un estilo de armonía con la naturaleza.

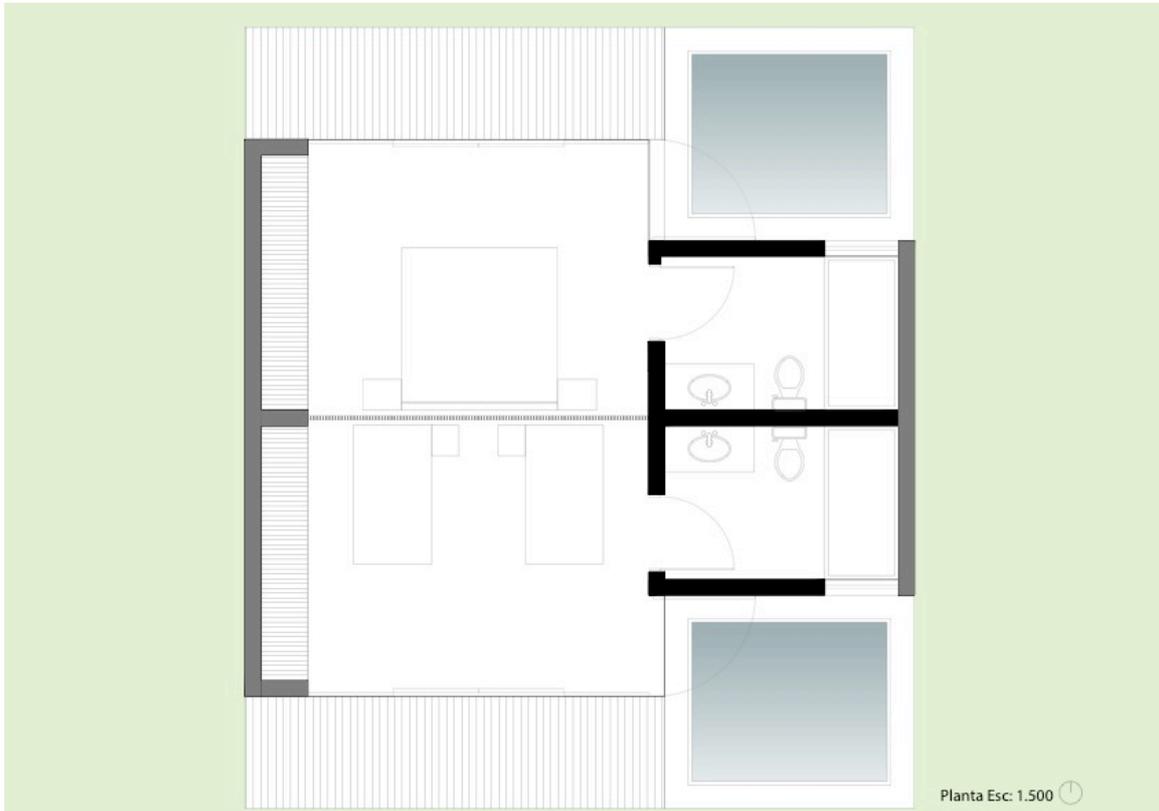
Las oficinas administrativas tendrán 60 m² de construcción. Los cuales se dividirán en el área administrativa y la oficina para la operadora de turismo.

La bodega contara con 30m² de construcción, se crearan repisas y lo que sea necesario para acomodar todos los materiales de jardinería, implementos deportivos, entre otros. De la misma manera su estilo de construcción seguirá la misma línea natural, utilizando la caña guadua y hoja de palma como los materiales principales de construcción.

La lavandería estará ubicada junto a la bodega, será un espacio pequeño de aproximadamente 15 mts² en el que se instalarán dos lavadoras y dos secadoras para uso de el hostal.

El bar estará ubicado estratégicamente alejado de las cabañas, de forma que no moleste la tranquilidad de los huéspedes que quieren descansar.

Plano modelo para las cabañas multifuncionales:



50mts²

Render:





Análisis del Mercado

Introducción

Para empezar con el análisis del mercado pertinente al hostel, se tendrán en cuenta ciertos conceptos básicos para el entendimiento del tema a tratar. Entre los puntos a analizarse están el mercado, oferta, demanda, marketing, investigación del mercado, el producto, servicio, el precio, canal de distribución. A continuación una explicación clara de los distintos temas.

El mercado es un termino relacionado directamente con la economía. Para que este se de se requiere de “tres condiciones necesarias y son: Que exista una necesidad, que exista un deseo de satisfacerla y que exista una capacidad adquisitiva.”(Aurelio, 1992,pg19) Esto nos lleva a hablar de la demanda y la oferta, partes indispensables para el funcionamiento del mercado. Demanda, “se refiere a la demanda del mercado, es decir, aquella que representa la suma de las demandas de todos los individuos es decir los consumidores.”(Aurelio, 1992, pg20) En economía también se habla de la tabla y la curva de demanda, “indican que existe una relación clara, en un momento determinado, entre el precio de mercado de un bien (producto o servicio) y la cantidad de demanda de el mismo”(Aurelio, 1992.pg20) Esto nos lleva a hablar sobre la ley de la demanda, que dice” cuando sube el precio de un bien y se mantiene todo lo demás constante los compradores tienden a comprar menos; y que cuando el precio baja y todo lo demás se mantiene constante la cantidad de demanda aumenta.” (Aurelio, 1992, pg21) Existen dos razones principales para que esto suceda, y son el efecto sustitución y el efecto renta. Se dice de el efecto de sustitución, “ cuando sube el precio de un bien tratamos d sustituirlo por otro” (Aurelio, 1992, pg21) así como también se habla del efecto renta, “ cuando

sube el precio de algo tenemos menos capacidad de compra que antes.”

(Aurelio, 1992, pg22)

La oferta por otra parte se refiere a la cantidad de productos que el mercado tiene para ofrecer a la demanda. Es decir, “cuando decimos oferta nos estamos refiriendo a la cantidad de bienes (productos o servicios) que los individuos y las empresas producen y desean vender.” (Aurelio, 1992, pg 22)

La oferta es representada por la tabla y la curva de oferta la misma que establece “ la relación entre el precio de mercado de un bien y la cantidad que los productores están dispuestos a vender a este precio, manteniéndose constante todo lo demás”(Aurelio, 1992, pg23) Así como en la demanda, la oferta también tiene factores que influyen directamente como es: “ los costos de producción, muy influenciados a su vez por la tecnología y el precio de los factores como la tierra, el trabajo, el dinero y la energía; los precios de los bienes sustitutos; la estructura del mercado y factores específicos inherentes a ofertas determinadas.” (Aurelio, 1992, pg24)

“El marketing es el encargado de medir y estudiar desde el punto de vista del consumidor, sus necesidades, deseos, preferencias y gustos; así el mercado entendido como conjunto de personas es el campo de trabajo de marketing” (Aurelio, 1992, pg25) El marketing es el encargado de estudiar al consumidor, para esto se requiere tener el conocimiento claro acerca de,” un producto, una clase de este producto, un espacio geográfico, un periodo de tiempo y la relación con las personas que consumen o pueden consumir la clase de producto de que se trate.” (Aurelio, 1992, pg26) Para definir un mercado se debe poder saber acerca de el volumen y las características de la clase de producto o servicio en análisis, durante un lapso de tiempo establecido, un

espacio geográfico definido y una clara descripción acerca de los consumidores actuales y potenciales consumidores de dicho mercado. Para esto se debe: “ definir claramente el producto o servicio y sus sustitutos, definir la unidad de medida (toneladas, kilos, noches, etc.) y definir un espacio geográfico” (Aurelio, 1992, pg26)

Para continuar con la descripción de conceptos ahora procederemos a hablar acerca de la investigación de mercados. Este concepto nace justamente de la necesidad de conocer acerca de las características, localización, necesidades y deseos de los consumidores frente a los distintos productos o servicios que buscan. El mercado consta de distintos elementos que se deben tomar en cuenta a la hora de realizar un investigación y son la producción, el consumo, la capacidad de absorción y las formas de distribución. La producción, trata justamente de obtener información acerca de quienes producen, los usos de los productos, itinerarios mas convenientes, diferentes destinos. El consumo consiste en analizar, las necesidades, deseos, hábitos, preferencias, gustos de el consumidor con relación a los distintos productos y servicios de el mercado a analizar. La capacidad de absorción de los mercados, consiste en, “situaciones de la economía y sus condicionantes, área de venta, poder adquisitivo, posiciones de la competencia, etc.” (Aurelio, 1992, pg32) La información acerca de las formas de distribución consiste en analizar, la fuente de el cual la competencia obtiene su materia prima para la elaboración de sus productos o servicios, es decir si provienen de mayoristas, detallistas, franquicias, almacenes, transportes, etc. Es importante también tener en cuenta que existen distintos métodos de investigación y se dividen en dos grupos, los cuantitativos y cualitativos. En general los métodos cuantitativos son datos o

preguntas que le permiten al investigador obtener datos estadísticos y cuantificables de la información recogida. Los métodos cualitativos son aquellos que buscan información o buscan encontrar las motivaciones que encuentran los consumidores respecto de los productos a disposición. “como su nombre indica, pretenden averiguar el porque los individuos se comportan de una determinada manera y no de otra frente a un problema específico como, por ejemplo pueden ser una decisión de compra o un estímulo publicitario.”

(Aurelio, 1992, pg33)

El producto vendría a ser el siguiente concepto a tratar, pues sin este ninguno de los conceptos ya analizados tendrían algún sentido. Los productos se dividen en dos categorías, estos pueden ser un bien es decir algo material o un servicio. Los productos también tienen un ciclo de vida, “ En los años veinte se introdujo el concepto de ciclo de vida del producto según el cual los productos están sometidos a una regla general que consiste en que todo producto es concebido, nace, crece, madura y declina.”(Aurelio, 1992, pg48) Un concepto que va muy de la mano de el producto es la calidad de el mismo y es sumamente importante al momento de la toma de decisiones de el consumidor final. Por medio de la calidad es que los consumidores diferencian los productos y servicios de otros. En general se dice, “que un producto construido con materiales mejores que la media de los mercados y por tanto generalmente mas caros, realizado en forma artesanal o con criterios artesanales y detalles cuidadosamente acabados, es un producto de calidad.”(Aurelio, 1992, pg55) Generalmente el consumidor asume que ciertos productos por tener un precio mayor a los de su competencia, estos son de mejor calidad por ende esta bien pagar un valor superior por el mismo, ya que se entiende que la materia prima

utilizada o el trabajo en si para llegar al producto final del que se habla tuvo que ser mas costoso comparado con los de su competencia.

Los servicios son manejados de diferente forma a los productos ya que son dos grupos diferentes en ciertos puntos. El servicio es también conocido como bien económico intangible. “Los servicios están conformados por un conjunto de servicios y debe ser concebido como un sistema” (Aurelio, 1992, pg155) Los servicios complementarios, se los utiliza para complementar un servicio base, pero no son esenciales para el funcionamiento de el servicio al que se esta queriendo complementar. Si bien es cierto parecen no tan indispensables a la hora de vender un servicio, pero al contrario todo se reduce a que servicios complementarios acompañaran al servicio que base que estoy buscando obtener para la toma de decisión final. “La elección se decide en función de los servicios complementarios que son los que establecen las diferencias en las que se basa, generalmente, la elección del cliente usuario”(Aurelio, 1992, pg157) La calidad en lo que a servicio respecta es sumamente importante, “la calidad de un servicio no es otra cosa que la calidad del resultado, y en los servicios para que el resultado se produzca es imprescindible la participación de el cliente, que en consecuencia se convierte en juez y parte, que juzgara el resultado no solo en función de la concepción, estructura y organización del servicio, sino también de aquello que el esperaba del servicio, de las expectativas que despertó la comunicación de quien lo ofreció y de lo bien que el mismo lo haga al usar el servicio.” (Aurelio, 1992, pg159)

El precio es crucial a la toma de decisiones del consumidor. “el precio es un elemento básico de el marketing mix. La fijación de el precio para un producto o servicio nuevo a colocar en el mercado o la modificación del precio de los ya

situados, es una decisión crítica.” (Aurelio, 1992, pg57) Esto quiere decir que el precio no es algo estático sino que varía en función de la oferta y la demanda de los productos o servicios. La oferta y la demanda juegan un papel muy importante dentro de este campo, pues existen dos tipos de demandas la elástica y la inelástica. En el caso de la demanda elástica, se da generalmente con productos que no son de primera necesidad, es decir que si el precio sube lo más seguro es que la demanda de él mismo disminuya. Por otro lado la demanda inelástica, se da generalmente con productos de primera necesidad como alimentos y transporte por ejemplo. Los cuales por más que el precio aumente, la demanda difícilmente se va a ver afectada debido a la necesidad de los consumidores por adquirir estos productos. Se debe tener muy en cuenta antes de fijar un precio, los costos que implican la elaboración de cierto producto o servicio, se debe tener en cuenta imprevistos que se puedan dar durante la elaboración de él mismo que puedan afectar al costo final del producto. De manera que estas variables puedan ser amortizadas y el margen de ganancia por producto vendido no se vea afectado. Se deberá analizar también los precios que maneja nuestra competencia dentro del mercado que nos queremos manejar.

Existen ciertos puntos claves que se deben tomar en cuenta antes de tomar una decisión sobre el precio que estableceremos a nuestro producto o servicio, como son: precios de la competencia, reacciones del segmento a los precios actuales, costos de producción y distribución de la empresa, margen de ganancia que se espera, precios, costos y márgenes de productos sustitutos, precio del intermediario por el producto, fluctuaciones de las ventas, tendencias. (Aurelio, 1992, pg69)

El canal de distribución, es el medio por el cual el producto va a ser distribuido al mercado. Consiste en descubrir que métodos y estrategias se van a utilizar para llegar a los consumidores de la mejor forma. "Todo producto sigue un camino, un itinerario, un recorrido para llegar desde el cultivador, fabricante o productor al consumidor final. A este camino se le llama canal de distribución" (Aurelio, 1992, pg71) Existen dos métodos de distribución de los mismo, la cadena corta y larga. La cadena corta como su nombre lo dice es un intercambio directo entre el productor y el consumidor. En el caso de la cadena larga, existen intermediarios o mayoristas que adquieren los productos y se encargan de distribuirlos en distintos puntos estratégicos.

El turismo en las costas ecuatorianas se encuentra en constante crecimiento, sus playas cada vez son mas apetecidas por turistas nacionales como extranjeros. Gracias al desarrollo positivo que han recibido muchas de las carreteras principales de el Ecuador, las personas viajan de manera segura y confiable. Hecho que ha beneficiado aun mas al desarrollo del turismo en el Ecuador. La nueva vía a pedernales carretera que se toma para llegar a Cojimies, lugar donde estará ubicado el hostel, se encuentra en excelentes condiciones y es la vía mas rápida de Quito a la costa. A tan solo 4 horas de Quito se encuentra Pedernales, ubicado en la provincia de Manabí. Es bastante conocido por muchos viajantes, recibe un alto numero de turistas todos los feriados, se puede decir que el lugar es un poco caótico y no muy apetecido por turistas que viajan a la costa en busca paz, tranquilidad, naturaleza y mucho deporte. Cojimies, se encuentra a 30 kilómetros de Pedernales. En este tramo es cuando el turista podrá apreciar la belleza de las

playas ecuatorianas, el paisaje es hermoso. Playas infinitas, llenas de naturaleza, olas rompiendo en todo el largo de sus playas y atardeceres para recordar es parte de lo que las personas que viajan por este sector se pueden llevar durante su viaje.

El hostel se ubicara 15 kilómetros antes de llegar a Cojimies, en una de las playas mas paradisiacas que se hayan visto.

El turismo en esta zona aun no a sido muy desarrollado existen pocos hostales en funcionamiento como Coco Solo, Cañaverl, La Playa lodge, La Perla Suiza, La Mapara, los cuales están ubicados a lo largo de la carretera entre Pedernales y Cojimies. En base a los análisis realizados estos hostales pueden llegar a cobrar en promedio \$25 por persona la noche en feriados y temporadas altas. Cabe mencionar que todos cuentan con servicio de restaurante, ninguno de ellos opera tours de aventura lo cual hemos visto como una gran oportunidad de mercado.

Tomando en cuenta las conocidas “Fuerzas de Porter”, que tratan los siguientes puntos: rivalidad entre competidores, amenaza de entrada de nuevos competidores, amenaza de ingreso de productos sustitutos, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los consumidores. Analizaremos el mercado de manera que podamos tener un mayor conocimiento de el entorno de el hostel y por ende una clara identificación de las oportunidades y amenazas a las cuales se enfrentara el proyecto.

En cuanto a la rivalidad en los competidores respecto con la ubicación de el hostel, se puede decir que no existe mucha competencia. Pues como pudimos ver no existen muchos hostales u hoteles ubicados en la zona. Lo cual nos abre una gran oportunidad de mercado ya que generalmente al existir un alto

índice de competitividad en el mercado, las ganancias de los distintos hostales tienden a bajar. Analizar los productos y servicios que ofrece la competencia es decir el resto de hostales situados por la zona, nos permite realizar una comparación competitiva entre las distintas empresas, lo cual nos permite formular distintas estrategias para atacar el mercado meta. Entre las estrategias más comunes analizadas estarían: aumentar la calidad de los servicios, reducir precios, hacer remodelaciones en el hostel, aumentar los servicios brindados, incrementar la publicidad en los distintos medios y crear promociones atractivas al consumidor.

En cuanto a la amenaza existente de ingresar nuevos competidores al mercado. Definitivamente es un punto muy importante el cual se lo debe tomar muy en cuenta a todo momento. Sin embargo siempre existen ciertas barreras de entrada para empresas que buscan ingresar en nuevos mercados. Entre las dificultades más comunes con las que se encuentran están: la falta de experiencia, falta de conocimiento y tecnología, lealtad del consumidor hacia marcas ya existentes, falta de capital, falta de canales adecuados de distribución, políticas reguladoras gubernamentales, saturación del mercado, entre otras. La clave para que empresas nuevas en el mercado tengan éxito, radica en la estrategia que utilizan para ingresar en el mismo. Una forma de hacerlo es ingresando con productos y servicios de mejor calidad a los existentes, mejor publicidad y precios más bajos. Se debe mantener una alerta constante a la entrada de nuevos competidores a nuestro mercado, de manera que se puedan generar estrategias, que hagan frente a la nueva competencia. Entre las herramientas que se pueden utilizar están: reducir precios, aumentar

canales de venta, invertir en mas publicidad, ofrecer mejores condiciones de ventas, promociones, entre otras.

El tercer punto clave a tomarse en cuenta de acuerdo a las Fuerzas de Porter, trata acerca de el ingreso al mercado de productos o servicio sustitutos a los que brindamos como empresa. Dentro de el mercado de hotelería y turismo, siempre existirán nuevas empresas proveedoras de servicios similares, la diferencia radicara en la calidad de los mismo y el beneficio que los clientes puedan percibir de un servicio con relación a otro similar de la competencia.

Este tipo de productos sustitutos. Se debe tener muy en cuenta los precios que se manejan en los servicio que se brindan frente a los de la competencia. Esta berrera es muy sensible, los consumidores fácilmente pueden optar por un servicio sustituto de la competencia si perciben que el precio es muy caro. Los productos y servicios sustitutos, suelen ingresar fácilmente en el mercado cuando, sus precios son mas bajos que los existentes, poca publicidad en productos existentes, poca lealtad en los consumidores, entre otras.

Mantenerse alerta y analizando constantemente el ingreso de productos sustitutos al mercado, es lo que nos permitirá establecer estrategias para competir con los mismos. Entre las estrategias que podríamos utilizar estarían, mejorar la calidad de nuestro servicios, reducir los precios, aumentar los canales de ventas, incremento de publicidad, aumento de promociones.

Según Porter, la cuarta fortaleza a tomarse en cuenta en el mercado trata acerca de el poder de negociación de los proveedores. Es decir el poder que tienen para aumentar sus precios, dejando a la empresa con un menor marguen de utilidad o obligándole a subir sus precios de venta. En los mercados con los proveedores generalmente funcionan de la siguiente forma,

mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será el poder de negociación, debido a la falta de oferta en cuanto a la materia prima que las empresas necesitan para producir, estos tienen el poder de aumentar sus precios fácilmente. Las empresas deben analizar constantemente la situación frente a sus proveedores, de manera que puedan formular estrategias destinadas a reducir el poder de negociación de las mismas. De manera que puedan generar un mayor control sobre ellos. Entre las estrategias más comunes están, la búsqueda constante de nuevos proveedores, buscar cada vez ser más autosuficiente como empresa y producir la materia prima necesaria, realizar alianzas estratégicas con los proveedores.

El poder de negociación de los consumidores, también es otro punto clave y es la quinta Fuerza de Porter. La cual hace referencia al poder con el que cuentan los consumidores para obtener buenos precios. Por lo general mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será la capacidad de negociación de los mismos frente a la empresa. Como empresa se debe tener muy en cuenta ciertos aspectos que pueden influir en el incremento del poder de negociación de los consumidores, como: cuando existe una falta de diferenciación en los productos o servicios, cuando los consumidores compran en volumen, los consumidores pueden cambiarse fácilmente a marcas competidoras o productos sustitutos que les ofrecen mayores beneficios, cuando las empresas enfrentan una reducción en la demanda. Como empresa se debe formular estrategias destinadas a reducir el poder de negociación de los consumidores y generar mayor lealtad de consumo en los mismos. Entre las estrategias que podríamos utilizar estarían, ofrecer mejores servicios, aumentar las promociones, generar mayor comunicación con los clientes, entre otras.

Metodología de investigación de mercado

Existen diversos métodos de investigación de mercados, la información recolectada es utilizada por las empresas para analizar los distintos mercados a los cuales desean ingresar o que ya se encuentran pero necesitan descubrir nuevas formas y estrategias para aumentar sus ventas. Entre las técnicas para investigación de mercados mas comunes, están las encuestas, entrevista, técnicas de observación, prueba de mercadeo, focus group, entre otras.

En la investigación de mercado realizada para el hostel, se utilizó el método de la encuesta. Esta consistió en la formulación de 10 preguntas claves para el análisis de el mercado meta que se busca obtener información. Una de las principales razones por la que se opto por este método, es por que se pueden obtener datos muy precisos para el análisis.

Encuesta:

Fecha de Nacimiento:

1) Genero:

a) M

b) F

2) Poder adquisitivo, en dólares.

a) 0 – 500

b) 500 – 1000

c) 1000 – 1500

d) 1500 – en adelante

3) Cuantas veces dirías que viajas en el año a la playa.

a) 12

b) 8

c) 6

d) 5 o menos

4) Cuantos días generalmente te quedas en la playa

a) 1 – 5

b) 6 – 10

c) 11 – 15

d) 15 o mas

5) Cuando viajas prefieres.

a) Hospedarte en el mismo lugar

b) Viajas y te hospedas en diferentes playas

6) Eres una persona activa, te gusta el deporte y las aventuras.

a) Si

b) No

7) Cuales son las actividades que mas te gusta hacer cuando vienes a la playa.

(marca todas las de tu interés)

a) Relajarte y no hacer nada

b) Surf

c) Montar bicicleta

d) Trotar

c) Kayak

d) Pesca deportiva

8) Si haces un viaje a la costa generalmente te hospedas en:

a) Casa propia

b) Hotel 5 estrellas

c) Hostal

d) Camping

9) Que provincias de la costa son las que mas visitas, en tus viajes.

a) Esmeraldas

b) Manabí

c) Guayas

d) El oro

10) Cuanto dinero en dólares en promedio dirías que gastas en un día en la playa, incluyendo noches de hotel, comidas, etc.

a) 0 – 30

b) 31 – 60

c) 61 – 90

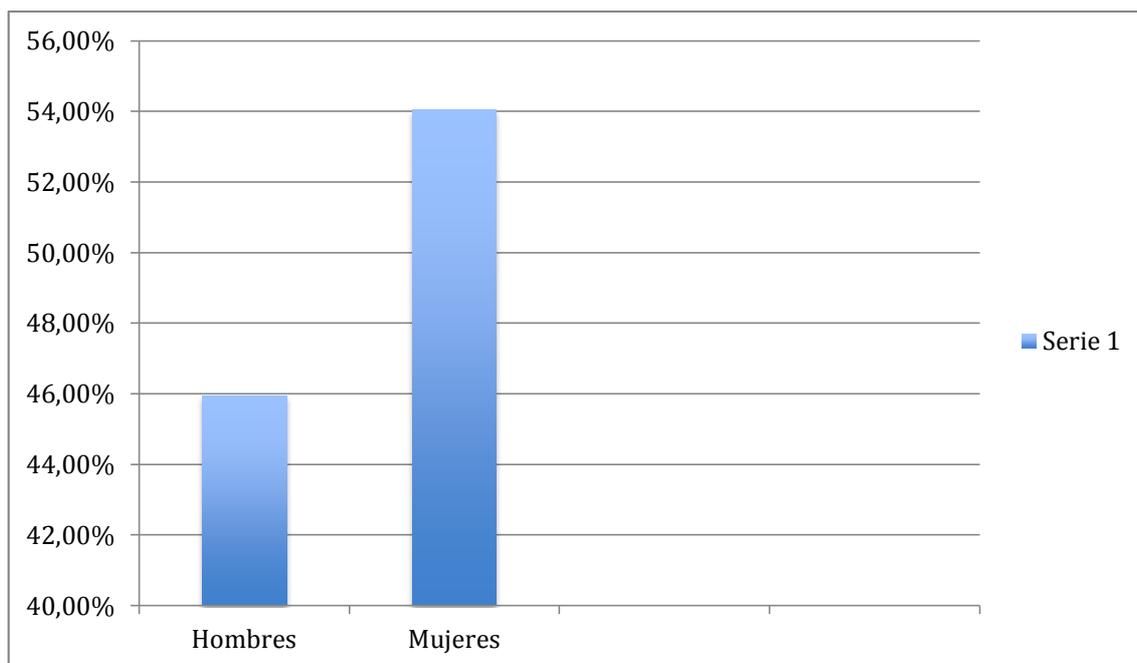
d) 91 – 120

El hostel esta dirigido a personas de todas las edades, familias, tanto nacionales como extranjeras. Se considera que el mercado meta de el hostel será de adultos – jóvenes, que están entre los 18 y 35 años de edad. Personas a las que les gusta la naturaleza, el deporte, la tranquilidad y compartir con familia y amigos. El nivel socio económico varia entre personas de clase social media alta y alta. Por esta razón las encuestas realizadas fueron repartidas principalmente a personas con estas características, con el objetivo de lograr un obtención de información efectiva, que nos de información clara sobre el mercado en análisis.

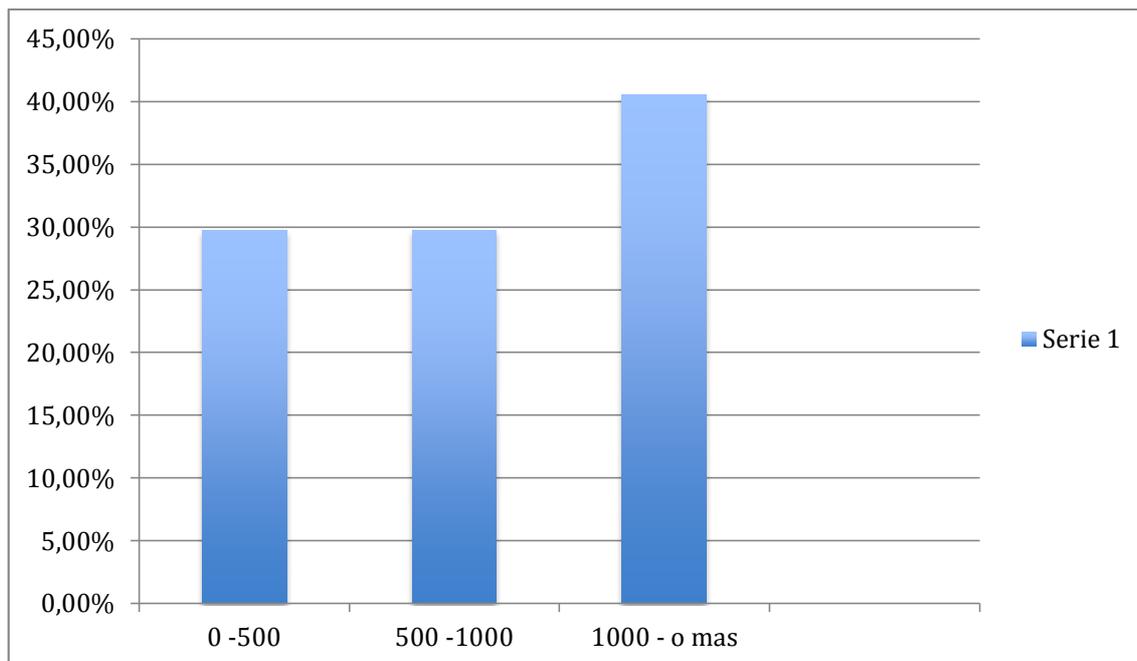
Resultados obtenidos de las encuestas:

Personas encuestadas: 100

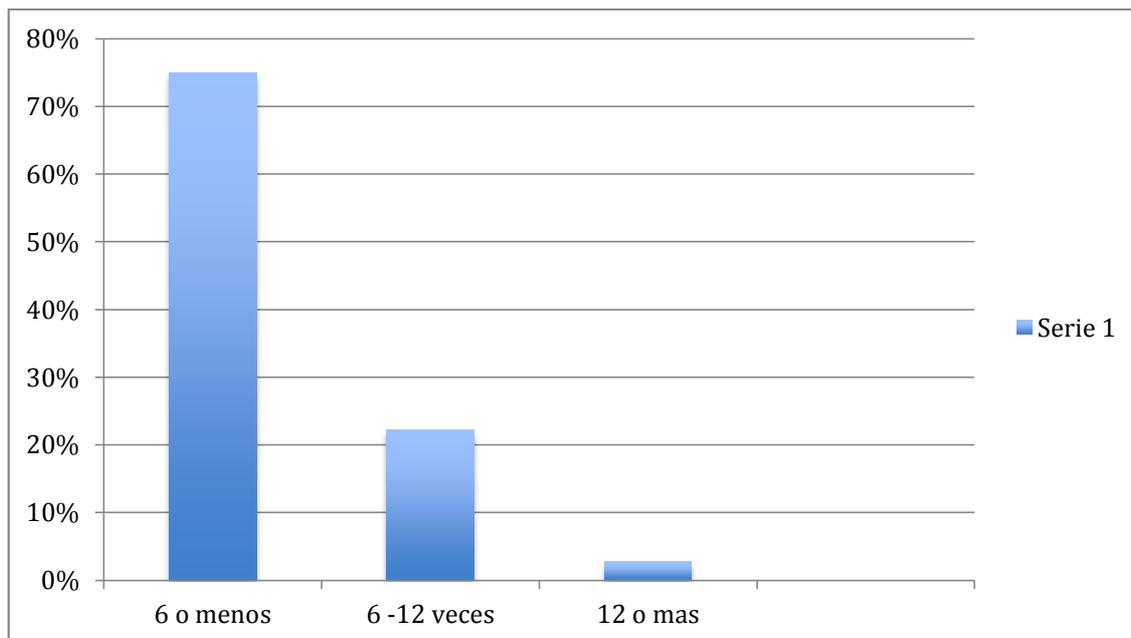
- 1) De el total de personas encuestas el 45.95% fueron hombres y el 54.05% fueron mujeres.



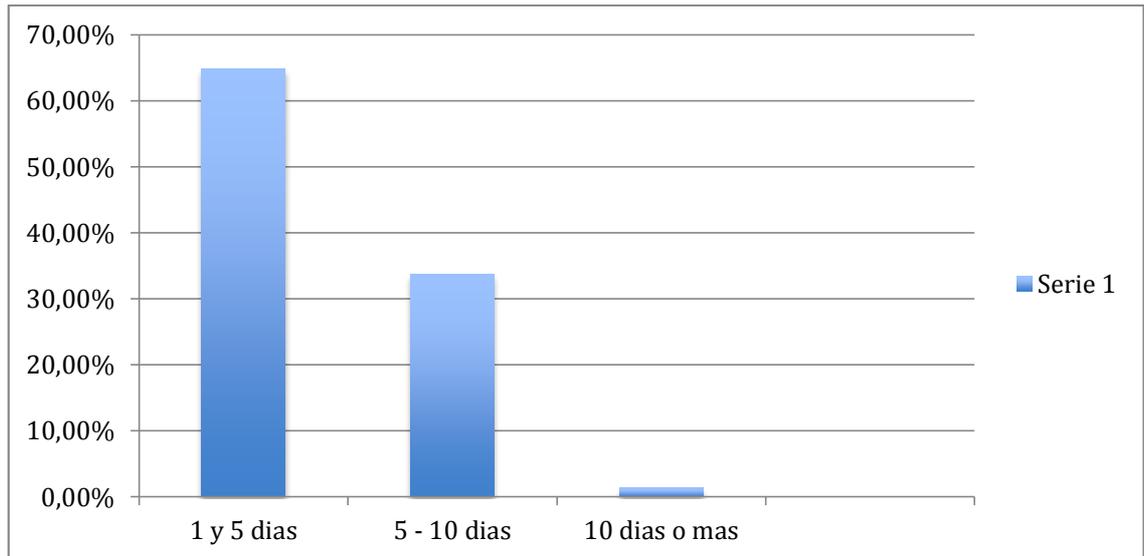
- 2) En cuanto al ingreso mensual percibido por cada uno de los encuestados el 29,73% tiene un ingreso mensual de hasta \$500, de la misma forma el 29,73% tiene un ingreso mensual de entre \$500 y \$1000 mensuales y finalmente el grupo mayoritario con el 40.54% tiene un ingreso mensual mayor a los \$1000. Lo que quiere decir que el porcentaje mas alto de las personas encuestadas están en el grupo de los que mayor ingreso mensual reciben.



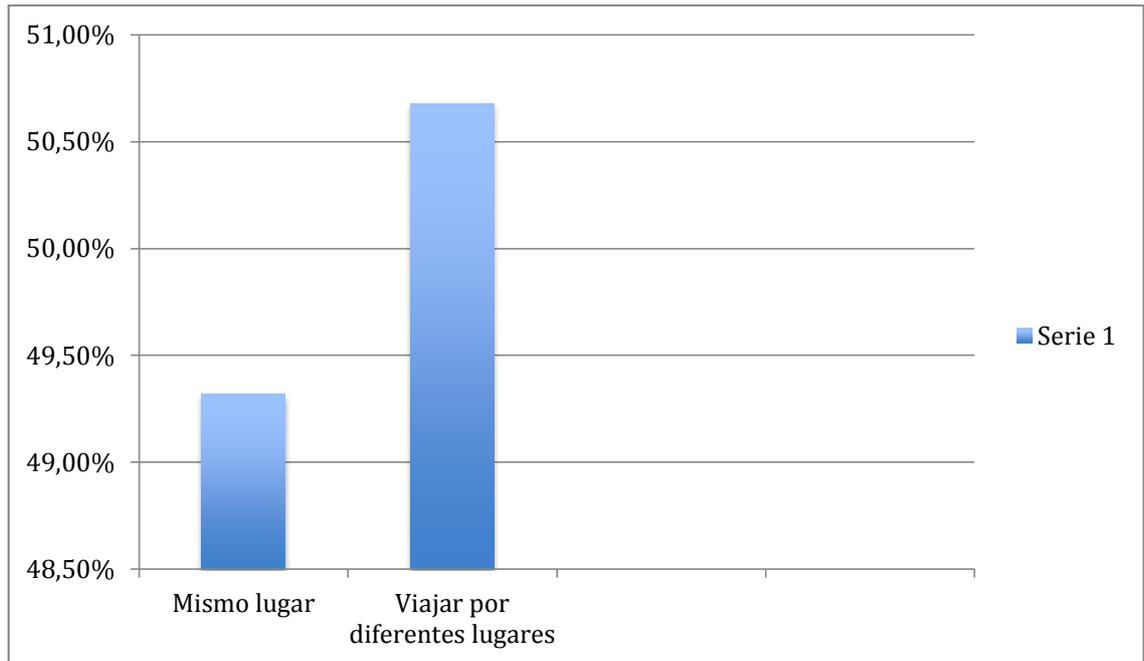
- 3) En base a la pregunta sobre con que frecuencia viajan a la costa ecuatoriana en el año, la mayoría de las personas encuestadas es decir el 75% respondió que entre 6 veces o menos, el 22.22% viajan entre 6 y 12 veces al año y finalmente el 2,78% de las personas encuestadas viajan a la costa mas d 12 veces en el año. Es positivo darse cuenta de que el 75% de los encuestados viajan máximo 6 veces al año a la playa, lo cual significa que se deben desarrollar actividades que motiven al turista a viajar con mayor frecuencia a la costa.



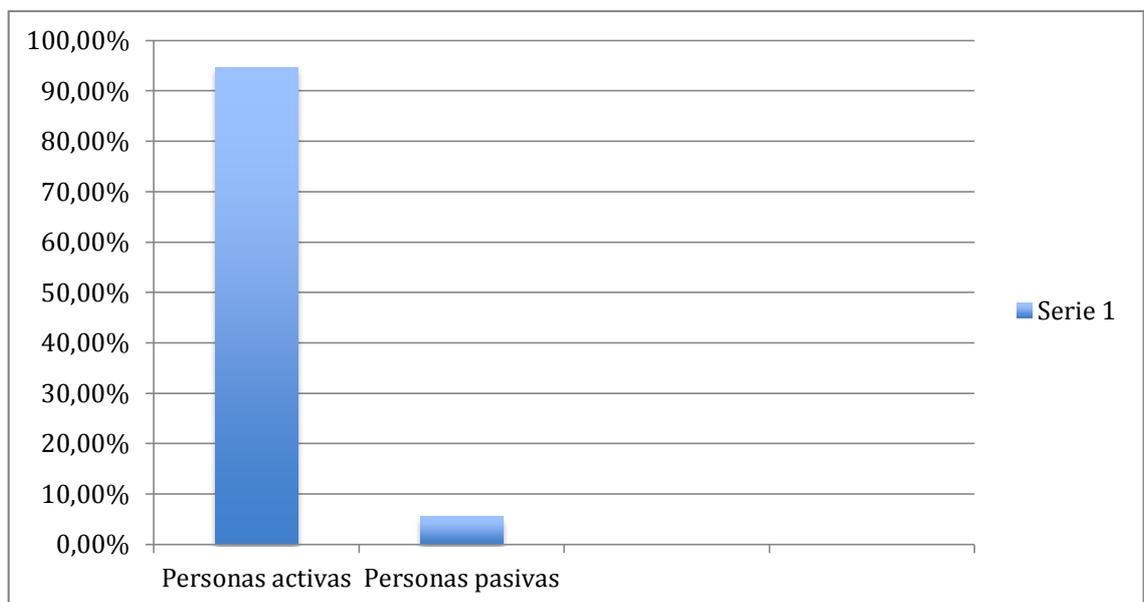
- 4) La permanencia de las personas encuestadas en la costa fue otra de las preguntas realizadas a los encuestados. El 64,86% dice que generalmente permanecen entre 1 y 5 días, el 33,78% permanecen entre 5 y 10 días y finalmente el 1,35% de las personas permanecen 10 o mas días en la playa. En este caso, darse cuenta de el 1.35% de las personas permanecen mas d 10 días en la playa nos hace dar cuenta que el grupo encuestado son en su mayoría personas jóvenes que trabajan y no pueden salir de la ciudad y dejar de lado sus obligaciones, por un periodo mayor a 5 días como la mimas tabla nos lo confirma, siendo el 64,8% de las personas que no se quedan por mas de 5 días en la playa.



- 5) El 49,32% de las personas encuestadas prefieren hospedarse en el mismo lugar durante sus vacaciones y el 50,68% prefieren viajar y hospedarse en distintos lugares. Como podemos ver es casi el mismo numero de personas que les gusta permanecer en el mismo lugar que las que les gusta viajar por diferentes playas. Es bastante positivo tener este dato, pues es importante desarrollar estrategias que atraigan a estos dos grupos de personas.



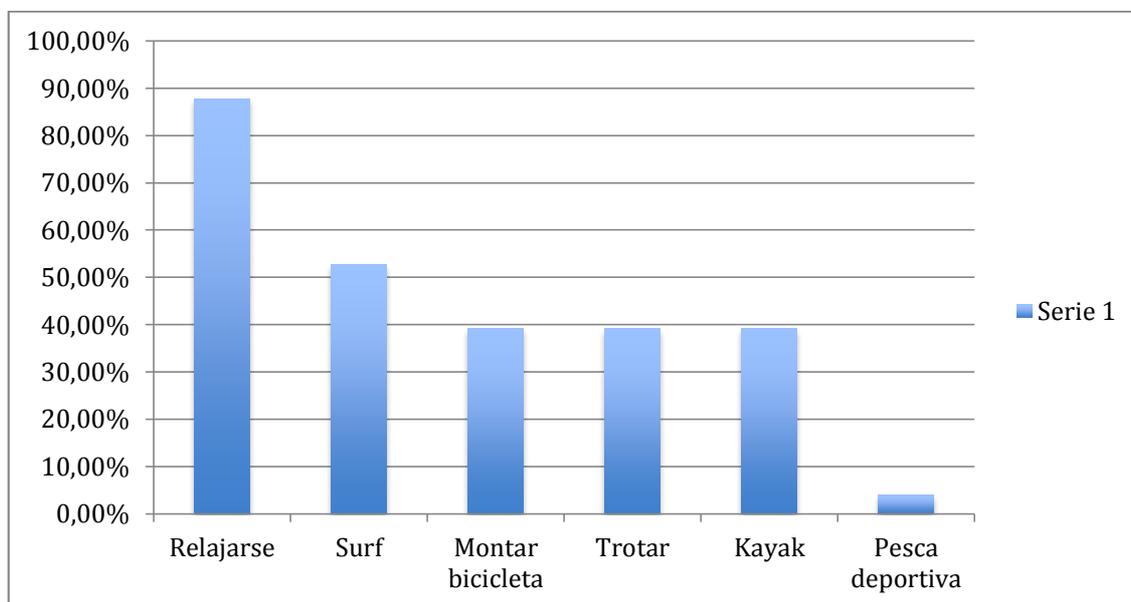
- 6) El 94,52% de los encuestados aseguran ser personas activas que les gusta el deporte y las aventuras. El 5,48% no le interesa nada de este tipo de actividades. Definitivamente casi la mayoría de las personas encuestadas se consideran activas, lo cual es bastante positivo para el tipo de actividades que se promocionarán en el hostel.



7) En base a la pregunta sobre las actividades que mas les gusta hacer a las personas durante sus viajes a la costa, los resultados fueron los siguientes:

- Relajarse y descansar: 87,84%
- Surf: 52,70%
- Montar bicicleta: 39,19%
- Trotar: 39,19%
- Kayak: 39,19%
- Pesca deportiva: 4,05%

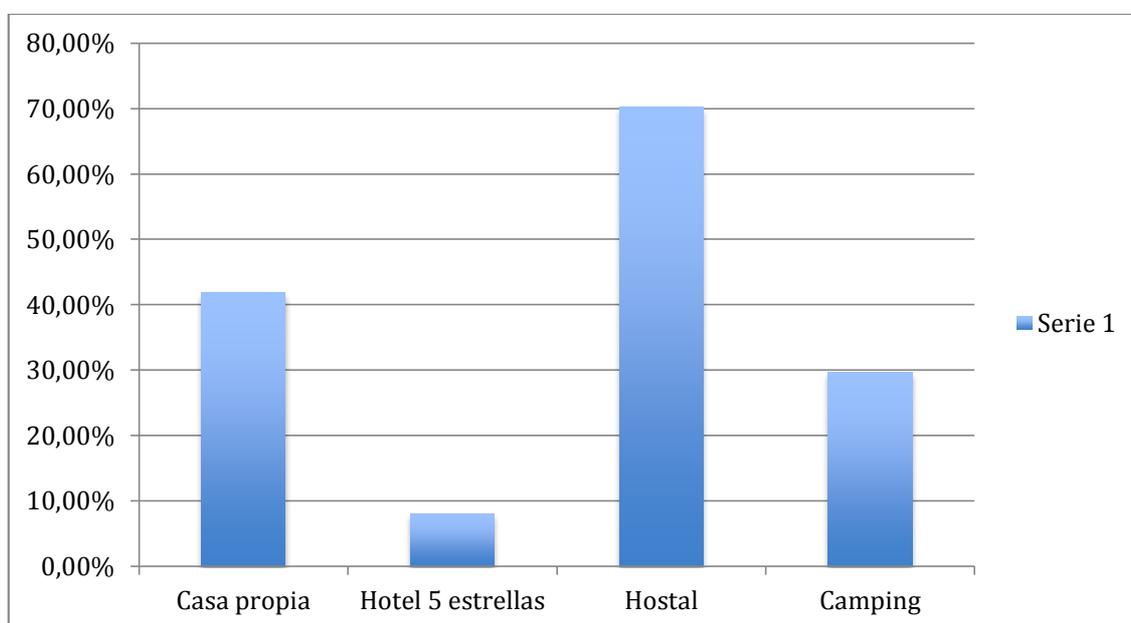
Es bastante bueno para desarrollar estrategias par el mercado saber que actividades les gusta hacer a nuestros potenciales clientes, de manera que se les pueda ofrecer lo que están buscando.



8) En cuanto al lugar donde se hospedan las personas encuestadas durante sus viajes:

- Casa propia: 41,89%
- Hotel 5 estrellas: 8,11%
- Hostal: 70,27%
- Camping: 29,73%

Como podemos ver las personas cuando viajan, en su mayoría se hospedan en hostales. Lo cual significa una buena oportunidad de mercado para el hostal.



9) En cuanto a las provincias mas visitadas por los encuestados los resultados fueron los siguientes:

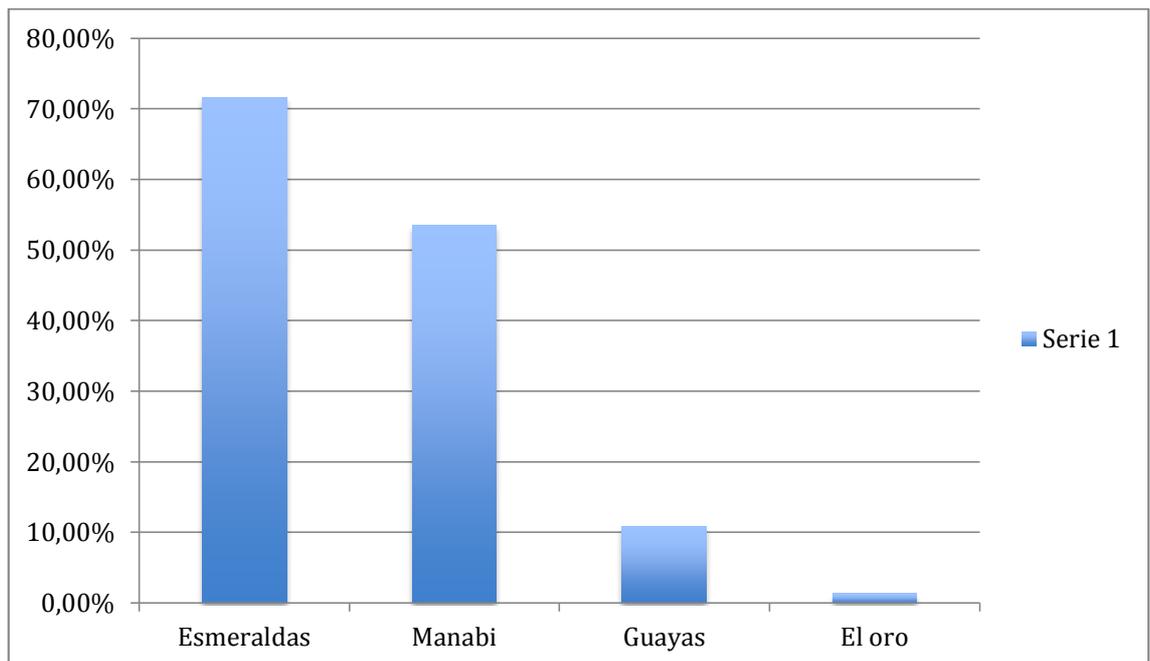
Esmeraldas: 71,62%

Manabí: 63,51%

Guayas: 10,81%

El oro: 1,35%

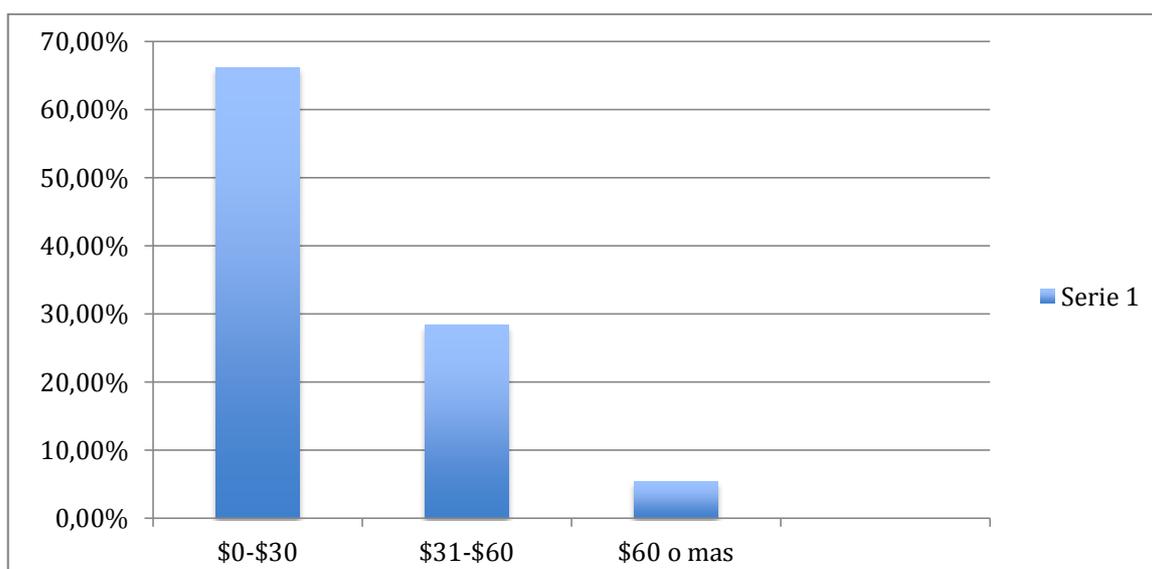
Esto nos muestra que las provincias de la costa mas visitadas son justamente las mas cercanas a Quito, ciudad donde habitan la mayoría de las personas encuestadas. Lo cual significa que a las personas les gusta viajar poco tiempo para sus vacaciones. Lo cual es una gran ventaja de mercado gracias a la ubicación de el hostel.



10) En cuanto a la cantidad de dinero que los encuestados gastan durante un día en la playa, los resultados fueron los siguientes:

- \$0 a \$30: 66,22%
- \$31 - \$60: 28,38%
- \$60 – o mas: 5,41%

Las personas encuestadas, la gran mayoría gastan en promedio \$30 dólares diarios durante su permanencia en la playa, lo cual es positivo para el hostel ya que atraerá a la mayoría de personas, por sus precios.



Plan de mercadeo

Misión:

Nos comprometemos a brindarle a nuestros turistas, un servicio de excelencia, le garantizamos a nuestros clientes momentos gratos para recordar en familia y amigos. Nuestro personal a sido capacitado para garantizar la calidad en nuestros servicios a todo momento. Somos un establecimiento comprometido con la conservación de el medio ambiente por esta razón es que nuestras instalaciones han sido construidas con materiales naturales, principalmente de caña guadua, planta endémica de la zona y muy conocida por su alta durabilidad en las construcciones.

Visión:

A futuro buscamos ser uno de los establecimientos con mayor porcentaje de ocupación anual en la costa ecuatoriana y abrir una cadena de hostales en diferentes puntos estratégicos dentro de la costa ecuatoriana.

Objetivos:

- Ser el hostel mas visitado por turistas extranjeros y nacionales en la zona.
- Ser reconocidos por la excelencia en nuestros servicios y trato con el cliente
- Contamos con personal bilingüe
- Ser una empresa amigable con el medio ambiente
- Ofrecer distintos tipos de tours a lo largo de toda la costa ecuatoriana
- Tener actividades recreativas acorde a la edad de nuestros clientes

- Ser un establecimiento que cumple con todos los requerimientos para personas minusválidas.
- **FODA**

Fortalezas:

- Ubicado en una de las playas mas hermosas y cercanas a Quito

Oportunidades:

- En el área existen lugares que tienen la suerte de recibir olas todo el año lo que significa gran afluencia de turismo extranjero para surfear.
- Las carreteras a la costa en general esta en excelente estado lo cual facilita la llegada de turistas.
- Relativamente poca competencia turística en el sector
- La mayoría de las personas encuestadas prefieren realizar viajes por periodos no tan largos de tiempo, por lo que la ubicación de el hostel es perfecta para este segmento de personas.

Debilidades:

- Falta de servicios médicos de calidad

Amenazas:

- Lluvias fuertes
- Inundaciones

Campaña de expectativa y medio de difusión:

La campaña de expectativa como se la conoce, es aquella encargada de promocionar el proyecto a desarrollase estratégicamente durante el periodo previo a la apertura de el negocio a inaugurarse.

Esta campaña de acuerdo con el cronograma de apertura de el hostel se la llevara acabo a partir de el mes de Septiembre 2015, de la siguiente forma.

Página web:

Se creará la página web de el hostel, la cual será publicada en Septiembre 2015. En la misma se encontrará toda la información necesaria para que los clientes puedan observar nuestras promociones post apertura, reservaciones, ubicación, contactos, entre otras.

Página de Facebook:

Se creará la página de Facebook de el hostel la cual servirá para promocionar el hostel en nuestro mercado objetivo.

Por este medio compartiremos la dirección de página web, distintas promociones previas a la apertura, imágenes con el estado de construcción de el proyecto, se promocionará también los distintos tours que se ofrecerán, videos, entre otras.

Publicidad en medios:

Revistas: Se ofrecerán canjes publicitarios con revistas importantes en la ciudad, dirigidas a nuestro mercado meta.

Radio: Se realizarán pautas en distintos radios, promocionando el hostel.

Trip Advisor y alianzas con operadoras: Se creará una cuenta en Trip Advisor para el hostel, así como también con distintas operadoras de turismo en el país.

Fun Trip:

El fun trip a realizarse previo a la apertura será para invitar a potenciales clientes y personas estratégicamente invitadas de otras empresas, con las que se podrían crear alianzas estratégicas en un futuro.

Operadora de turismo

Nuestro servicio de operadora turística funciona los 365 días de el año, tenemos actividades desarrolladas para tus necesidades.

Caminatas:

Reserva Mache Chindul:

Reserva ecológica, ubicada a 40 min de el hostel. En este lugar podremos apreciar al bosque húmedo tropical de la Costa ecuatoriana, caracterizado por su altísima biodiversidad y sorprendentes niveles de endemismo.

El territorio donde esta ubicada la reserva, era antiguamente habitado por las etnias Chachis, El Gallo, Tigrillo, Agua Clara y Tigua.

Precio: \$50 por persona

Incluye:

- Guía de la zona
- Refrigerio
- Transporte

Itinerario:

8:30 Encuentro en la recepción

8:45 Salida de el Ecolodge

9:30 Llegada a la reserva

10:00 Empezamos caminata por la reserva, con guía de la zona.

12:00 Refrigerio

14:00 Regreso de la caminata

14:30 Salida de la reserva

15:15 De vuelta en el Ecolodge

Pesca deportiva:

La costa ecuatoriana tiene una gran diversidad de especies marinas de todo tipo, razón por la cual es muy apetecida por turistas de todas partes de el mundo. Entre las especies mas populares estan el pomparo, marlin azul, marlin rayado, algunas clases de pargos, pez espada, wahoo y mas.

Dia completo:

Precio: \$190 por persona

Incluye:

- Bote
- Guia especializado
- Equipo de pesca
- Refrigerio

Itinerario:

6:00 Encuentro en la recepcion

6:15 Movilizacion hacia lugar de embarcacion

7:00 Salida del barco hacia altamar

8:00 Inicia la pesca deportiva

14:00 Regreso de la embarcacion hacia la costa

15:00 Ya en la costa y de regreso al Ecolodge

Medio día:

Precio: \$130 por persona

Incluye:

- Bote
- Guía especializado
- Equipo de pesca
- Refrigerio

Itinerario:

6:00 Encuentro en la recepción

6:15 Movilización hacia lugar de embarcación

7:00 Salida del barco hacia altamar

8:00 Inicia la pesca deportiva

12:00 Regreso de la embarcación hacia la costa

13:00 Ya en la costa y de regreso al Ecolodge

Paseo en Kayak

El tour de kayak consiste en un increíble viaje por los manglares de Cojimies, en el que el turista tendrá la oportunidad de apreciar la biodiversidad que almacenan estos hermosos bosques y ríos de Ecuador. Se podrán apreciar desde muchas especies de aves entre las más importantes el Gallo de la Peña y delfines rosados si se tiene suerte.

Precio: \$90 por persona

Incluye:

- Refriguero
- Guía especializado
- Kayak, chaleco salvavidas, remo
- Transporte (Hostal – Bajo de Cojimies)

Itinerario:

- 7:00 Encuentro en la recepción
- 7:15 Movilización hacia lugar de embarcación
- 8:30 Salida en los kayaks por la bocana de Cojimies
- 12:30 Parada en una de las islas para tomar refrigerio
- 14:00 Turistas se embarcan en sus kayaks para iniciar regreso a la bocana de Cojimies.
- 15:30 Aproximadamente en la bocana y de regreso al hostal.
- 16:00 Arribo al hostal

Avistamiento de ballenas:

Por las costas ecuatorianas pasan cientos de ballenas jorobadas todos los años en el transcurso de los meses de Junio a Septiembre. Esto atrae a cientos de turistas tanto nacionales como extranjeros que todos los años acuden a las costas del país para verlas.

Precio: por persona \$60

Incluye:

- Bote
- Guia especializado
- Refrigerio

Itinerario

6:00 Encuentro en la recepcion

6:15 Movilizacion hacia lugar de embarcacion

7:00 Salida del barco hacia altamar

8:00 Avistamiento de ballenas

14:00 Regreso de la embarcacion hacia la costa

15:00 Ya en la costa y de regreso al Ecolodge

Análisis de rentabilidad operadora**Caminatas:**

Gastos Fijos	
Transporte	40 / 80
Guía	60
Total	100 / 140

Gastos Variables	
Refrigerio	2.5
Entrada Reserva	2

	Cantidad mínima	Valor/U	Valor/T
Ingreso	3	50	150
Gasto total			113.5
Utilidad			36.5

Pesca deportiva:

(día completo)

Rentabilidad						
# turistas	Ingreso	Gastos F por persona	Gasto F total	Gastos Variables	Gastos Totales	Utilidad
1	50	100	100	4.5	104.5	-54.5
2	100	50	100	9	109	-9
3	150	33.33333333	100	13.5	113.5	36.5
4	200	35	140	18	158	42
5	250	28	140	22.5	162.5	87.5
6	300	23.33333333	140	27	167	133
7	350	20	140	31.5	171.5	178.5
8	400	17.5	140	36	176	224

Gastos fijos	
Bote	300
Guía	60
Total	360

Gastos Variables	
Equipo de pesca	20
Refrigerio	2.5
Total	22.5

Rentabilidad						
# turistas	Ingreso	Gastos F por persona	Gasto F Total	Gastos Variables	Gastos Totales	Utilidad
1	190	360	360	22.5	382.5	-192.5
2	380	180	360	45	405	-25
3	570	120	360	67.5	427.5	142.5
4	760	90	360	90	450	310
5	950	72	360	112.5	472.5	477.5

	Cantidad mínima	Valor/U	Valor/T
Ingreso	3	190	570

Gasto total			427.5
Utilidad			142.5

Pesca deportiva:

(medio día)

Gastos fijos			Cantidad			
Rentabilidad	Guía	50	mínima	Valor/U	Valor/T	
		Bote	150			
	Total	200	Ingreso	2	130	260
			Gasto total			245
			Utilidad			15

Gastos Variables		
	Equipo de pesca	20
	Refrigerio	2.5
	Total	22.5

# turistas	Ingreso	Gastos F por persona	Gasto F Total	Gastos Variables	Gastos Totales	Utilidad
1	130	200	200	22.5	222.5	-92.5
2	260	100	200	45	245	15
3	390	66.66666667	200	67.5	267.5	122.5
4	520	50	200	90	290	230
5	650	40	200	112.5	312.5	337.5

Paseo kayak:

Gastos fijos	
Transporte	200
Guía	60
Total	260

Gastos Variables	
Refrigerio	5
Kayak	40
Total	45

Rentabilidad						
# turistas	Ingreso	Gastos F por persona	Gasto F Total	Gastos Variables	Gastos Totales	Utilidad
1	90	260	260	45	305	-215
2	180	130	260	90	350	-170

Rentabilidad	270	86.66666667	260	135	395	-125
4	360	65	260	180	440	-80
5	450	52	260	225	485	-35
6	540	43.33333333	260	270	530	10
7	630	37.14285714	260	315	575	55
8	720	32.5	260	360	620	100
9	810	28.88888889	260	405	665	145
10	900	26	260	450	710	190

	Cantidad		
	mínima	Valor/U	Valor/T
Ingreso	6	90	540
Gasto total			530
Utilidad			10

Avistamiento de ballenas

Gastos fijos	
Bote	200
Guía	60
Total	260

Gastos Variables	
Refrigerio	2.5
Total	2.5

# turistas	Ingreso	Gastos F por persona	Gasto F Total	Gastos Variables	Gastos Totales	Utilidad
1	60	260	260	2.5	262.5	-202.5
2	120	130	260	5	265	-145
3	180	86.66666667	260	7.5	267.5	-87.5
4	240	65	260	10	270	-30
5	300	52	260	12.5	272.5	27.5
6	360	43.33333333	260	15	275	85
7	420	37.14285714	260	17.5	277.5	142.5
8	480	32.5	260	20	280	200

	Cantidad minima	Valor/U	Valor/T
Ingreso	5	60	300
Gasto total			272.5
Utilidad			27.5

Utilidad mensual mínima percibida, suponiendo que se vende un tour de cada tipo al mes:

Utilidad mensual	
Caminata	36.5
Pesca deportiva día completo	142.5
Pesca deportiva medio día	15
Avistamiento de ballenas	27.5
Paseo en kayak	10
Total	231.5
IVA	27.78
Utilidad	203.72

Análisis Financiero

Costos de construcción

	C/U	C/T
Terreno		60000
Infraestructura por departamentos		
Alimentos y bebidas		
Restaurante		30000
Bar		3000
Implementos: refrigeradoras, cocina, etc.		5000
Alojamiento		
Cabañas (10)	8000	80000
Camas, veladores y muebles		8000
Recepción		
Escritorio	150	150
Computadora, impresora e implementos		800
Mantenimiento/limpieza		
Bodega		4000
Lavandería		2000
Lavadora y secadora		1000
Moto guadaña, tijeras, palas, etc.		800
Implementos de limpieza		250

Uniformes personal		250
Guardianía		
Cerramiento, portón		10000
Iluminación exterior		5000
Herramientas de seguridad		1000
Oficina Administrativa		
Oficina		8000
Computadora, impresora e implementos		1500
Publicidad		
Pagina web		1000
Camisetas		500
Publicidad de lanzamiento		2000
Implementos deportivos		
Kayak, tablas de surf, etc		3000
TOTAL INVERSION		227250

Análisis de rentabilidad

Gastos fijos	Cantidad	Valor/U	Valor/T
Gerente administrativo	1	800	800
Contador	1	200	200
Recepción	1	354	354
Guardianía	2	354	708
Servicio de limpieza	2	354	708
Mantenimiento / Jardinería	1	354	354
Servicios básicos	1	1200	1200
Dominio pagina web	1	15	15
Publicaciones en Facebook	5	20	100
TOTAL			4439

Gastos Variables	Cantidad	Valor/U	Valor/T
Implementos limpieza	1	200	200
Reposición de focos, mosqueteros, etc	1	100	100
TOTAL			300

Capital Invertido	Financiamiento	Taza de interés	Interés a pagar
227250	3 años	5%	11362.5
Total deuda			238612.5
Cuotas mensuales			36
Valor mensual a pagar deuda			6628.125

Utilidad Mensual	Valor/T
Ingresos	27923.72
Gastos fijos	4439
Gastos Variables	300
Cuota mensual préstamo	6628.12
TOTAL	16556.6

PUNTO DE EQUILIBRIO	11367.12
----------------------------	----------

Proyección a 5 años:

Utilidad Mensual	Valor mensual al	1 año	2 años	3 años	4 años	5 años
Ingresos	27923.7 2	335084.64	335084.64	335084.64	335084.64	335084.64
Gastos fijos	4439	53268	53268	53268	53268	53268
Gastos Variables	300	3600	3600	3600	3600	3600
Cuota mensual préstamo	6628.12	79537.44	79537.44	79537.44		
Utilidad	16556.6	198679.2	198679.2	198679.2	278216.64	278216.64
Utilidad Total						1152470.88

Calculo de el VAN y TIR:

Años	Ingresos totales	Gastos totales	Utilidad
1	335084.64	136405.44	198679.2
2	335084.64	136405.44	198679.2
3	335084.64	136405.44	198679.2
4	335084.64	56868	278216.64
5	335084.64	56868	278216.64
VAN	\$818,354.83		
TIR	87%		
TIR	0.87		

CRONOGRAMA DE APERTURA 2015	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Firma de contrato (compra - venta terreno)								
Compra de materiales para construccion								
Implementacion de oficina Quito								
Limpieza de terreno y preparacion para la construccion								
Inico de la contruccion:								
Garita, cerramiento								
Restaurante, recepcion								
Cabañas								
Oficina administracion / Operadora								
Bodega implementos deportivos								
Bar								
Parqueadero								
Recursos humanos								
Contratacion								
Capacitacion								
Marketing / Publicidad								
Campaña de expectativa								
Pagina web / Redes sociales								
Convenios con revistas / Canjes publicitarios								
Fun Trip								FERIADO 5 DE DICIEMBRE
INICIO DE OPERACIONES								FERIADO DE FIN DE AÑO

Conclusiones

- Después de una investigación y reconocimiento de las costas ecuatorianas, se puede decir que poseemos playas paradisíacas y es sumamente importante saberlas conservar.
- Luego de realizar un trabajo de investigación se concluye que el proyecto “La Guadua” es rentable manteniendo un 50% de su ocupación, pagando la totalidad de la inversión inicial en un lapso de 3 años.
- El TIR obtenido después de realizar el análisis financiero para el hostel fue de el 87% lo cual demuestra la rentabilidad de el proyecto.
- El mayor numero de los encuestados perciben un ingreso mensual mayor a \$1000 mensuales.
- El 94.52% de las personas encuestadas se consideran activos. Este dato confirma la importancia de ofrecer distintos tours de aventura alrededor de la zona.
- Las costas ecuatorianas son reconocidas por surfistas, nacionales como extranjeros como un gran destino para viajar. Tenemos el privilegio de estar ubicados en la línea ecuatorial lo que nos permite tener olas los 365 días del año, gracias a las corrientes marinas de el norte y sur.
- La biodiversidad que se puede apreciar en el sector de Cojimies y sus alrededores es bastante extensa. Dentro de la misma zona se pueden apreciar desde manglares de agua dulce, reservas naturales de bosque húmedo, bosque seco y una cantidad innumerable de playas vírgenes.
- El buen estado de las carreteras a la costa en el Ecuador, contribuyen significativamente con el crecimiento de el turismo en el país.

Bibliografía

- Organización y administración de empresas. Antonio Manuel de Beas Ferrero. Editorial MacGraw-hill/interamericana de España S.A. 1993.
- Pérez de las Heras Mónica (2004), Manual del Turismo Sostenible. Editorial Mundi – Prensa, Madrid.
- Jenkins y Lickorish (1997), Una introducción al turismo. Editorial Síntesis S.A. Madrid.
- Aurelio Lopez (1992), Manual de marketing general y de servicios turísticos. Editorial Síntesis, S.A. Madrid.
- Marcelo Villegas (2003). Guadua arquitectura y diseño. Villegas Editores Asociados S.A.
- Néstor Jaramillo (2007). La otra P Fundamentos de la Publicidad. Editorial EDIGARALDE.
- Michael E. Porter, Ser competitivo. Editorial Deusto.
- Carmen Altes Machin (1993). Marketing y Turismo. Editorial Sintesis S.A.
- Reglamento general de actividades de turísticas (2008). Ministerio de Turismo del Ecuador. Decreto ejecutivo 3400.
- Reglamento general de la ley de turismo (2008). Ministerio de Turismo del Ecuador. Decreto ejecutivo 1186.
- Ley de turismo (2008). Ministerio de Turismo del Ecuador. Ley 97.

