

**UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO**

**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**PLAN DE TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL  
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD DEL ESTUDIO DE  
MERCADO Y PLAN COMERCIAL DEL RESORT COSTA  
MAR”**

**AUTOR**

**CARMEN TAFUR SANDOVAL**

**DAVID CABRERA ZUNINO**

**DIRECTOR**

**ING. GABRIEL MENDOZA**

**Guayaquil**

**-**

**Ecuador**

**2006**

# **PLAN ANALÍTICO**

## **1. RESUMEN EJECUTIVO**

### **1.1 Objetivo propósito del proyecto**

- Reactivar el Resort, se le va a dar el mantenimiento adecuado, ya que ha estado abandonado por un lapso de 6 años.
- Determinar la inversión y analizar alternativas de financiamiento y viabilidad del proyecto.
- Elaborar un Plan Comercial para su implementación.

### **1.2 Macroentorno**

Constantemente en nuestra vida personal y empresarial nos enfrentamos con problemas, y uno de ellos lo vivimos mediante la visión dominante actual del Ecuador considerando la situación de libre competencia como un objetivo que debe ser perseguido por los gobiernos. Su virtud principal es el estímulo hacia la búsqueda, por los empresarios individuales de una mayor eficiencia, la mejora de los productos y el abaratamiento de costes. La mejor forma de eliminar los monopolios consiste en abrir los mercados a la competencia exterior.

No debe confundirse la libre competencia con la ausencia de regulación o intervención gubernamental. El fomento de la competitividad entre empresas requiere frecuentemente una normativa reguladora muy minuciosa.

Las dificultades que atravesamos desaparecen o disminuyen por considerarlo como el macroentorno; el nuevo responsable, la crisis. La reacción del empresario común ante esto, se lo ve en una forma de fatalismo, que considera que la crisis es un problema del país y

que la sobre vivencia de su empresa no es responsabilidad suya sino de quienes nos metieron en esto, quedándose inmóvil y perdido de antemano. Deberíamos reflexionar que lo que no hagamos por nosotros mismos para salir de la crisis personal o de la empresa, nadie lo va a hacer.

Los cambios del entorno social y económico, serán una amenaza u oportunidad, en la medida en que se tenga la capacidad de entenderlos, anticiparlos e identificar las posibilidades de negocio que los mismos siempre significan; la historia está llena de ejemplos de quienes se vieron obligados a salir del mercado y de aquellos que crecieron dando respuesta a los nuevos requerimientos y necesidades de sus mercados.

La dolarización provocó un gran impacto, generalizado para el resto de la economía nacional, dándose la reducción de la demanda en los negocios. Es decir, mientras el país se recupera de la crisis, la población tendrá una menor capacidad de pago. Por lo que se han visto obligados a optar por otros medios como son los servicios gratuitos que ofrece el Municipio de la ciudad. Por ello, sostienen los analistas, muchos deberán buscar sectores en los que existan mejores posibilidades de venta. La dolarización exige tanto a pequeñas como a medianas empresas una mayor capacidad de competir.

Con la dolarización, el Ecuador adoptó una política que asegura a los agentes económicos que no volverá a usar la emisión monetaria como política de fomento de la actividad productiva ni la devaluación como arma de competencia. Esta decisión se basa en casi mil años de experiencia internacional y alrededor de un siglo de experiencia propia. La devaluación nunca puede otorgar una competitividad

sostenible y siempre ha significado que el beneficio de unos pocos lo pague la mayoría de la gente.

### **1.3 Problemática del sector, nuestra ventaja competitiva**

El problema en nuestro sector es que nos encontramos con un pequeño número de hoteles cerca de nosotros, nuestra ventaja competitiva es que el **Resort Costa Mar** cuenta con una gran infraestructura la cual ofrece varios servicios al huésped y esto nos diferencia de la competencia.

Otro problema con el que contamos es la falta de iluminación en la carretera, esto puede ser un peligro para nuestros huéspedes que lleguen a altas horas de la noche.

### **1.4 Mercado objetivo**

Nuestro proyecto está enfocado a los siguientes mercados objetivos:

- Niveles socioeconómicos: medio, medio alto.
- Familias
- Empresas, corporativas, agencias, aerolíneas.

### **1.5 Información macroeconómica del mercado estudiado**

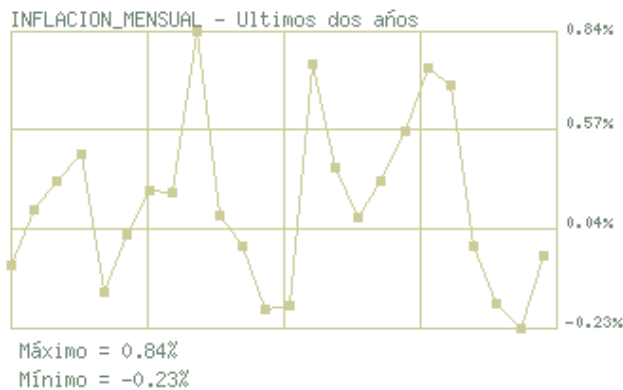
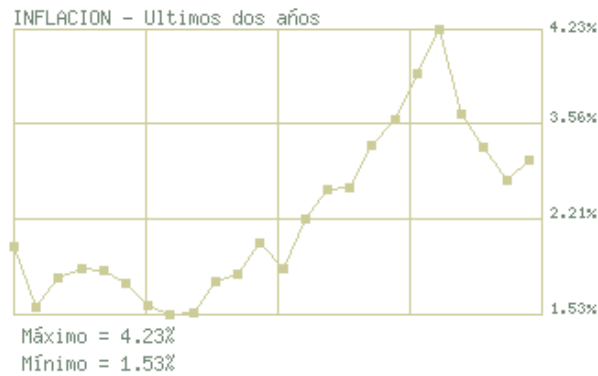
El Ministerio de Turismo del Ecuador es el ente encargado de fijar la categoría de los establecimientos por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

## Factores económicos

Con los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (BCE), podemos dar una breve reseña de los factores económicos que más influyen en nuestro país.

### ▪ Inflación anual y mensual del ecuador

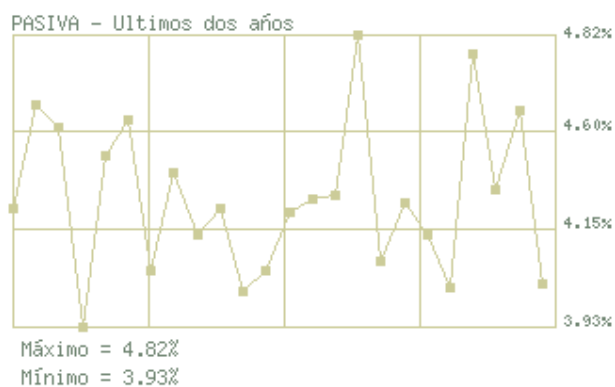
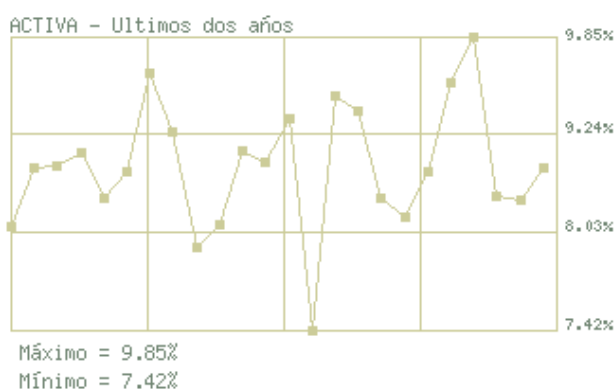


**Fuente:** Banco Central del Ecuador

Luego de haber dolarizado la economía, muchos pensaron, que el actual régimen monetario eliminaría a la inflación. Al momento de realizar los análisis los economistas desglosan a la inflación en agrupaciones de dos tipos, de bienes y servicios. Los bienes están

expuestos a la inflación internacional, según el Banco Central, hasta julio del 2005, la inflación de los bienes había sido cercana a cero o negativa por dos años. La inflación en el mundo aumentó mucho en el 2005 lo que está presionando a la inflación ecuatoriana. El proceso de ajuste contribuye a que la inflación de los últimos meses suba. En lo referente a las cifras de inflación, las promociones de electrodomésticos por el mundial de fútbol, las ofertas por el día del padre, etc. contribuyen a que en junio se haya dado una deflación.

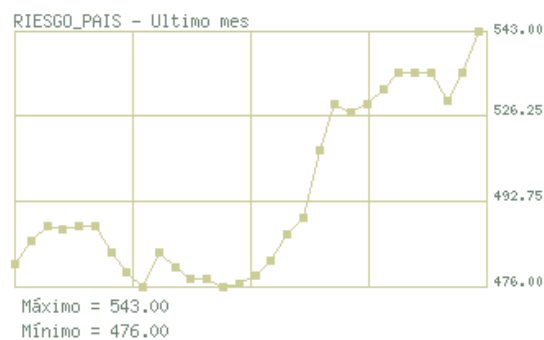
▪ **Tasa de interés activa y pasiva**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

El otro efecto positivo que se creía tendría la dolarización, era el descenso de las tasas de interés locales a los niveles de las tasas de interés vigente a nivel internacional. Se puede resaltar la caída de las tasas referenciales de interés activas y pasivas.

### ▪ Riesgo País



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

El riesgo de la insolvencia de la deuda soberana (riesgo país) de Ecuador comenzó en septiembre con una subida que al día 7 de ese mes lo situó en 543 puntos, una de las cifras más altas en lo que va del año, informó en Banco Central.

El riesgo país, que comenzó septiembre en 532 puntos, había cerrado agosto a ese nivel, y tras una caída de 525 puntos el pasado día 5, volvió a los 532 el 6 y repunto el 7. El indicador permite a los inversores extranjeros medir el riesgo de las economías nacionales y calcular los niveles de seguridad financiera de sus posibles operaciones en cada país. El Banco Central, recalcó que el índice más elevado de riesgo país se registró el 5 de junio del 2000, cuando ascendió a 4712 puntos.

## 1.6 Tamaño y potencial crecimiento de la empresa

**Resort Costa del Pacífico**, se inaugurará en el mes de Junio del 2007 y tomando en consideración su reciente apertura aún no inaugurada es lógico que no se vean reflejados los ingresos en cuanto a la inversión realizada, pero en las proyecciones hemos considerado que obtendremos un potencial crecimiento a partir del segundo año de apertura.

El proyecto esta ubicado en Santa Elena -Manglar Alto, lugar de visita de muchos extranjeros, es el lugar ideal para establecerse como resort ya que por la cercanía de sus playas es muy visitada por extranjeros que realizan deportes como el surf, ecoturismo, arqueología, etc..

## 2. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

### 2.1 Marco Legal

#### Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento

<b>PERMISOS</b>	<b>A QUIEN SE DEBE PAGAR</b>	<b>FRECUENCIA DE PAGO</b>	<b>QUIEN DEBE PAGAR</b>
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Única de Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo ó Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

**FUENTE: WWW.HOTELESECUADOR.COM**



## OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Declaración de Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente – Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado – IVA	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Consumos Especiales - ICE	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas

## OBLIGACIONES PATRONALES

Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14vo. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13vo. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de Reserva	IESS	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15 % utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 15 % utilidades	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Remuneraciones a empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados	IESS	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Repartir 10 % por Servicio	Empleados	Quincenal	Hoteles y Restaurantes. 5 y 4 estrellas

**FUENTE: WWW.HOTELESECUADOR.COM**

## OTRAS CONTRIBUCIONES Y OBLIGACIONES

Contribución 1 x mil a los activos fijos (FMPTE)	Ministerio de Turismo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contribución 1 x mil activos reales	Superintendencia Compañías	Anual	P. jurídicas
Presentar balances	Superintendencia Compañías	Anual	P. jurídicas
Impuesto a los Activos Totales (1,5 x mil)	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Predial	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Matriculación de vehículos	Jefaturas de Tránsito	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos autores y compositores (SAYCE)	SAYCE	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos productores Fonogramas ( SOPROFON)	SOPROFON	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Afiliación Cámaras de Turismo	Cámara de Turismo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Teléfono	Empresa Telefónica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Agua Potable	Empresa Agua Potable	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Energía Eléctrica	Empresa Eléctrica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes estadísticos	Ministerio Turismo	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes de Huéspedes	Varias Instituciones	Diario	P. Naturales y Jurídicas

**FUENTE: WWW.HOTELESECUADOR.COM**

### 2.2 Características de la sociedad y Propiedad accionaria

La propiedad accionaria del bien inmueble le pertenece a la Corporación Financiera Nacional (CFN), la propuesta es realizar un convenio de comodato (es un contrato civil por el que una persona entrega a otra a título gratuito una cosa no fungible mueble o inmueble para que lo use por cierto tiempo o para un determinado servicio con la obligación de restituirla una vez cumplida esta), con un plazo mínimo de 5 años para después crear una sociedad con la UPAC .

### **3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

#### **3.1 Historia del Negocio**

El Resort Costa Mar ubicado en el Km. seis y medio carretera Santa Elena-Manglaralto inició sus labores en el año 1990 bajo el nombre de Vistana (cadena de Resorts conocida mundialmente), John Klein fue el dueño, el cual lo mantiene con estilo Resort, cambiándole el nombre a Resort Costa Mar, en el año 1998 la CFN embarga el Resort y lo deja funcionar hasta el 2000 siendo en este año cuando se paraliza las funciones del mismo.

El día Viernes 25 de Agosto del presente año nos dirigimos, David Cabrera y Carmen Tafur, a las instalaciones del Resort Costa Mar, junto con una autoridad de la CFN, Lcdo. Carlos Donoso, para así poder entrar a revisar el estado del inmueble a continuación mencionaremos las partes que necesitan arreglo y las que están en buen estado.

En dichas instalaciones pudimos constatar que en el Resort había que hacer varios arreglos ya que en algunas áreas se encontraban ciertas partes de las habitaciones oxidadas tales como: chapas de puertas, rieles de closet, hornillas de cocinas, refrigeradoras, pasamanos, balcones, escaleras.

Las habitaciones (**36**) están completamente amobladas: camas, veladores, espejos (baño y habitación), closets (apolillados), sofás camas y mesas de comedor, en esta parte habría que hacer una limpieza ya que en las habitaciones hay bastante polvo.

Las cocinas también están completas: refrigeradoras, cocinetas, calentadores de agua, en algunos los anaqueles de cocina dañados. Cuadros en perfecto estado.

Otra parte que hay que arreglar es la parte del sistema eléctrico.

Arreglar puertas de aluminio en el balcón (darles mantenimiento).

Algunos ventiladores de techos dañados.

Falta Televisores y aires acondicionados en las habitaciones.

La pintura en el interior está en buen estado.

Arreglar el cableado telefónico en los cuartos y en el resort.

Baños de las habitaciones en buen estado.

Área social (salones) arreglar techo de los baños y estructura de hierro, mesa de billar arreglar paño, máquinas del gimnasio (dañadas), puertas de plástico están sueltas.

En la parte exterior del resort hay que arreglar la entrada ya que no es la adecuada, hay que hacerla más privada y segura para que así la gente se de cuenta de que es un Resort.

En la parte de las áreas verdes hay mucha maleza y plantas muertas hay que arreglar regar ciertas plantas y otras hay que cambiarlas.

En la parte exterior de los bloques la pintura está bien, solamente habría que limpiar.



En esta foto podemos observar el deterioro de las persianas de la habitación.



Deterioro de molduras y batientes en las puertas de  
Las habitaciones



Corrosión en los rieles del closets



Corrosión de las hornillas en cocinas



Interiores de los baños



Ciertas paredes necesitan corrección de pintura



Piscina llena de sal



Chapas de puertas oxidadas



Balcones oxidados





Ventiladores doblados



Césped hay que podarlo

### **3.2 Misión, Visión y objetivos de la empresa**

**Misión:** Ofrecer servicios turísticos de calidad encaminados a proporcionar a nuestros clientes, salud, recreación, aventura y descanso, conjugando el desarrollo eficiente y equilibrado de las actividades productivas con las políticas ambientales y sociales del proyecto a través de las soluciones innovadoras y creativas, combinadas con cuidado personalizado para ganar lealtad.

**Visión:** Ser reconocidos como uno de los tres mejores Resorts a nivel nacional y estar entre las principales opciones a nivel internacional en el 2010.

**Objetivo General:** Nuestro objetivo primordial es la reactivación y posicionamiento del Resort en el mercado, esto lo haremos por medio de un nuevo nombre(Costa del Pacífico) e imagen, logrando un nivel de ventas por medio del cual alcancemos la rentabilidad deseada.

### **3.3 Descripción del Servicio**

El bien avaluado esta conformado por 5 edificaciones tipo bloques de 3 plantas, 4 bloques están destinados a departamentos y uno esta destinado a Administración, Servicio y Área Social-Recreación , además de las obras adicionales que forman parte del Hotel Complejo, dichas instalaciones actualmente no están funcionando, observando su estado de abandono durante varios años.

Todas las edificaciones y demás obras adicionales están asentadas sobre 8 solares fusionados que hacen un solo cuerpo, además el complejo presenta sus áreas de parqueo, recreación y deportiva.

Parte de sus linderos dan hacia la playa del mar( Océano Pacífico), y esta situado en sector turístico - vacacional, conocido como la Ruta del Sol.

Además se observa una piscina que tiene un bar incorporado, Solarium u Glorieta, cancha de tennis, área de juegos infantiles, bar, bodega, área de parqueo (abierta), cisternas, cuartos de transformadores y de bombas.

Los departamentos están conformados por: Sala - comedor-cocineta, dos y tres dormitorios con sus respectivos vestidores y baños.



Vista del Bloque principal que vamos a reactivar



Cocina de las habitaciones



Habitaciones del Resort

### **3.4 Análisis FODA**

#### **Fortalezas**

- El resort cuenta con playa privada.
- Ubicación en zona residencial, vacacional – turística.
- El complejo en si consta de una gran infraestructura.
- Contamos con salones para eventos y conferencias nacionales e internacionales.

#### **Oportunidades**

- La creación de convenios con La Universidad del Pacífico, para que los estudiantes hagan sus pasantías en el mismo.
- La demanda de mercado en el área turística se está incrementando cada día mas.
- La creación de convenios con cadenas hoteleras, agencias de viajes, empresas.
- Gobierno incentivando el turismo a nivel internacional.

#### **Debilidades**

- Relación o comparación con el antiguo Resort que funcionaba en el mismo lugar.
- Parte Legal
- Imagen y marca afectada por embargo.
- No hay posicionamiento del resort en el mercado.

#### **Amenazas**

- Creciente competencia.
- Resort mejor posicionados en el mercado.
- Inestabilidad política por nuevo Gobierno.
- Políticas económicas y sociales todavía inciertas.

### **3.5 Factores Claves para el Éxito del Proyecto**

Entre los mas importantes podemos destacar los siguientes:

- Imagen de Marca: El posicionamiento del Resort en el mercado es sumamente importante, mediante este proceso podremos distinguirnos de los demás, esto lo llegaremos a lograr por medio de una buena imagen la cual se verá reflejada por el personal del resort.
- Sistemas de Información: Contar con los medios publicitarios apropiados que den a conocer el Resort , estos deben ser de una manera clara, especifica y de fácil acceso lo cual ayude a nuestros futuros huéspedes nacionales e internacionales a conocer los servicios que brinda el mismo.
- Control de calidad: Este factor es muy importante puesto que hay que estar pendientes con las demandas y exigencias que el turista presente para así satisfacer las mismas.

### **3.6 Cinco fuerzas de Porter**

#### **El Modelo de las “Cinco Fuerzas” de Porter.**

Es muy popular el enfoque para la planificación de la estrategia corporativa, propuesto en 1980 por Michael Porter, en su libro **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. Según Porter existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado de algún segmento de este. La corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a estas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

#### **1.- Amenaza de entrada de nuevos competidores**

El atractivo de mercado o el segmento depende de que tan fáciles de franquear son las barreras para los nuevos participantes

que pueden llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

## **2.- Rivalidad entre competidores**

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en unos de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

## **3.- Poder de negociación de los proveedores**

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación se complica aún más si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.

## **4.- Poder de negociación de los compradores**

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, porque permite que hacer sustituciones por igual o menor costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

## **5.- Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Un mercado o segmento no es tractivo si existen si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

## **FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER**

### **Amenaza por nuevos competidores**

Siempre nos veremos amenazados por nuevos competidores, ya que el turismo esta aumentando, surgen nuevos Hoteles, Resorts, etc., lo principal es no concentrarnos en ellos, si no mas bien preocuparnos por estar en el mente de nuestros clientes, brindándoles un excelente servicio el cual satisfaga sus necesidades y haga que siempre prefieran llegar a nuestro Resort, obviamente hay que tener en cuenta a la competencia, ya que hay que estar pendientes de las ideas y proyectos que van a presentar lo cual nos ayudara a implementar e innovar cosas nuevas para brindarles a nuestros huéspedes. (BENCHMARKING).

### **Rivalidad entre los competidores**

La afluencia turística en el Ecuador ha aumentado tanto gracias a los concursos de belleza realizados en el País (Miss Universo), y otros eventos los cuales han promocionado al País para que así extranjeros nos visiten, por lo cual los proyectos turísticos se han



incrementado ya que estos generan una gran rentabilidad y por lo tanto los competidores van incrementándose.

### **Amenazas por productos sustitutos**

Nuestro País es rico en atractivos turísticos y esto hace que el índice de los productos sustitutos sean muy altos, puesto que hay una gran diversidad de recursos disponibles en el País y esto hace que los clientes tengan la facilidad de elegir de acuerdo a sus gustos, preferencias y posibilidades económicas, irse por la opción de arrendar los tres meses un departamento o casa.

### **Poder de negociación de los compradores**

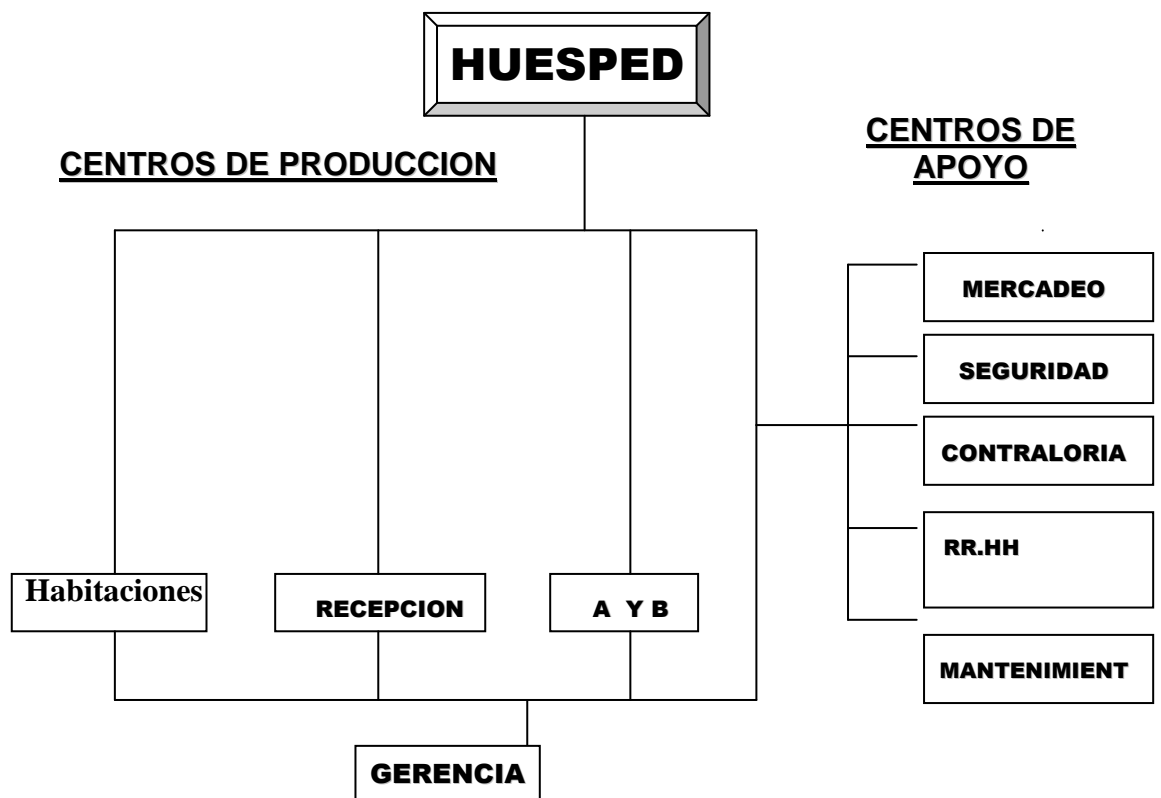
Como el turismo en el Ecuador ha aumentado esto ha permitido que el número de clientes también aumente así como también la competencia, lo cual facilita al cliente la búsqueda de lugares que le ofrezcan el mejor nivel de satisfacción, lo que da a los clientes como resultado un alto poder de negociación, ya que cuentan con varias fuentes de información y la principal de estas es el **Internet**.

### **Poder de negociación de los proveedores**

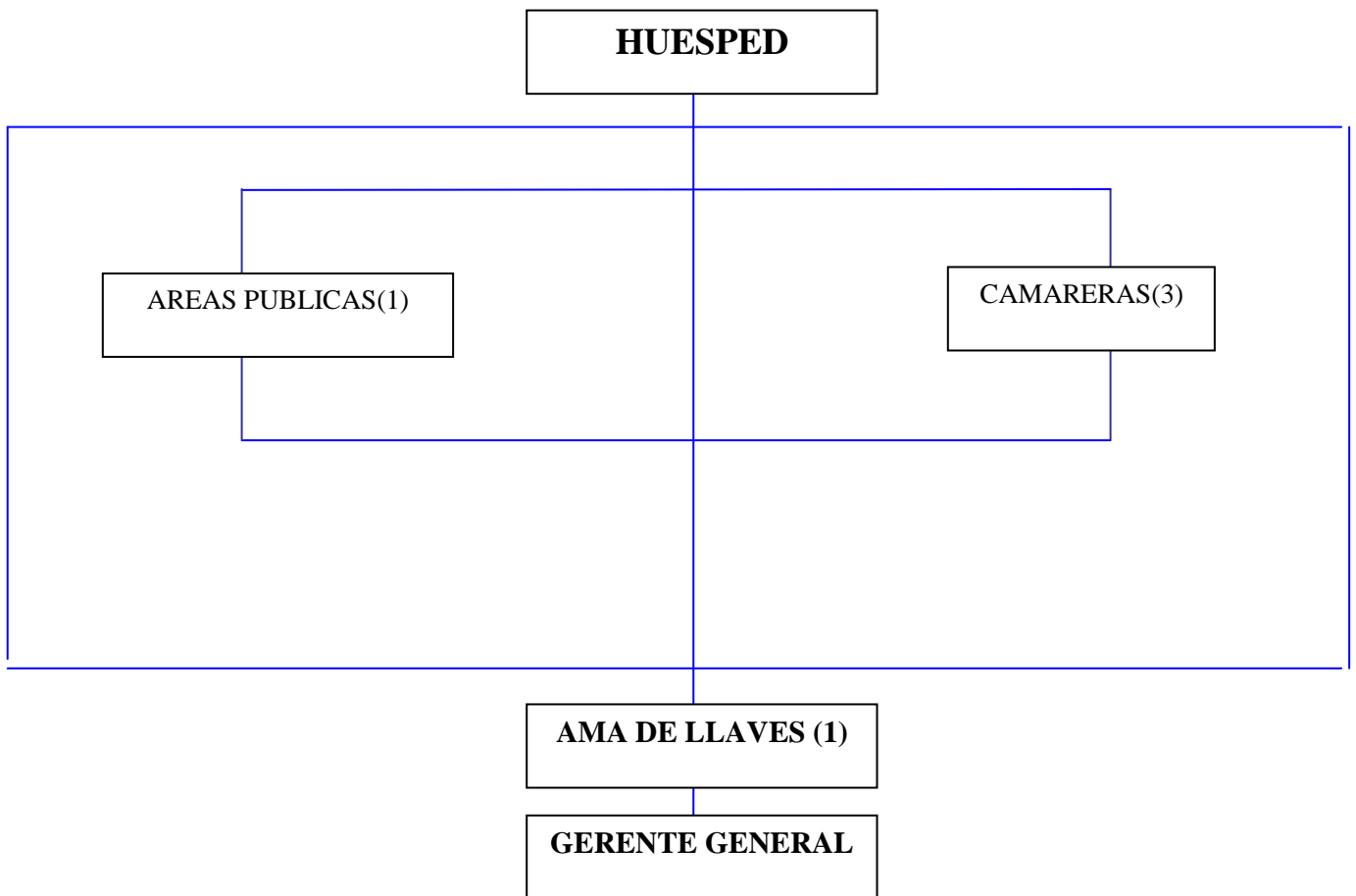
El poder de los proveedores en este negocio es bajo, ya que los productos necesarios para el funcionamiento del Resort se los puede conseguir en varios lugares buscando siempre los mejores costos en este caso los menores, los cuales generen el mayor beneficio económico para el Resort

## 4. EQUIPO GERENCIAL

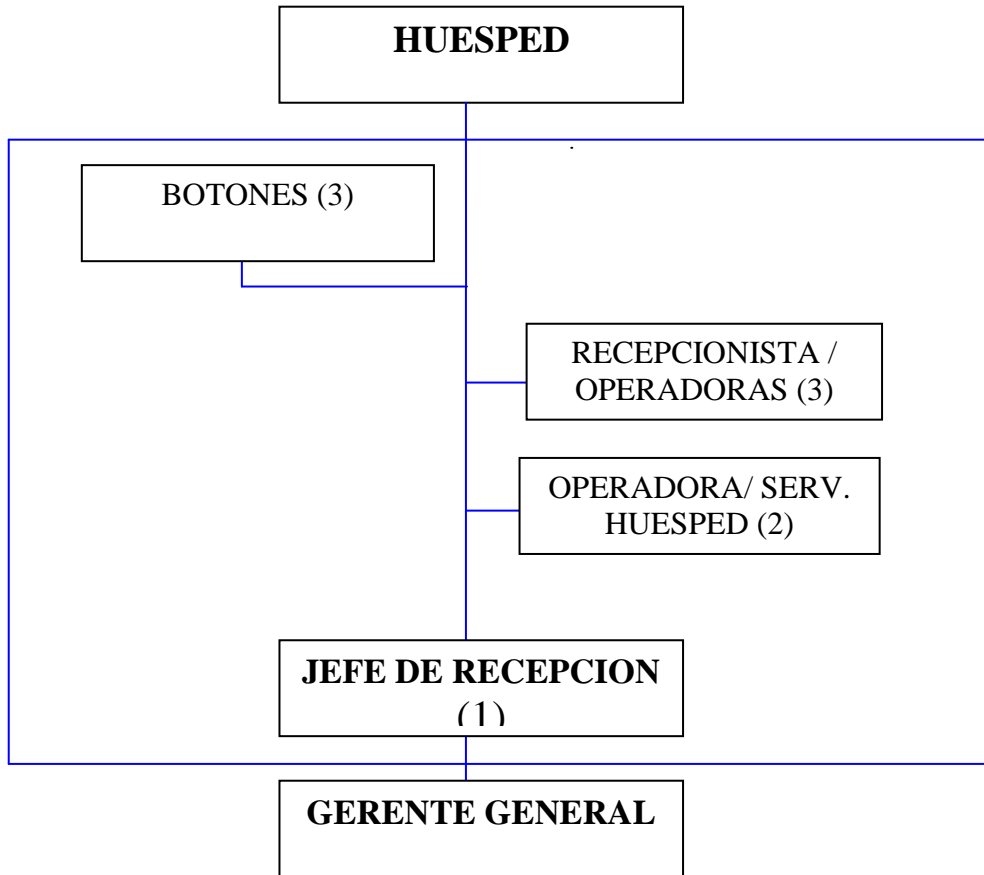
### 4.1 Estructura Organizacional



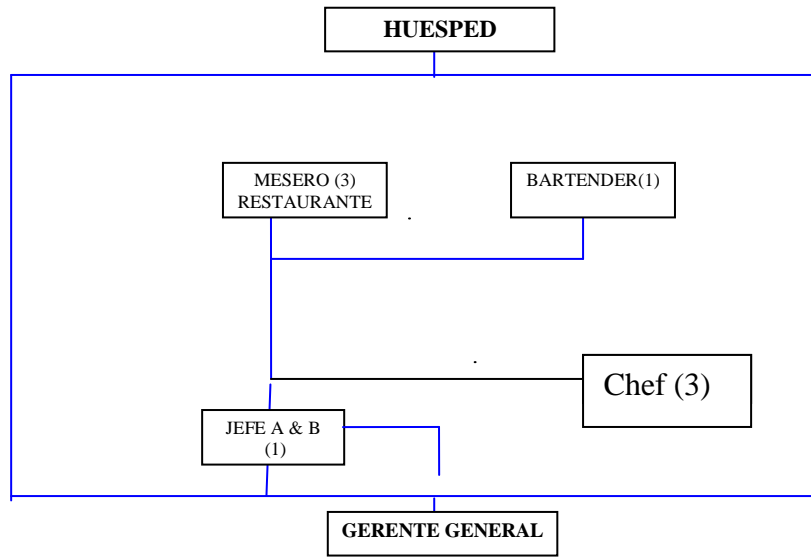
**ALOJAMIENTO**



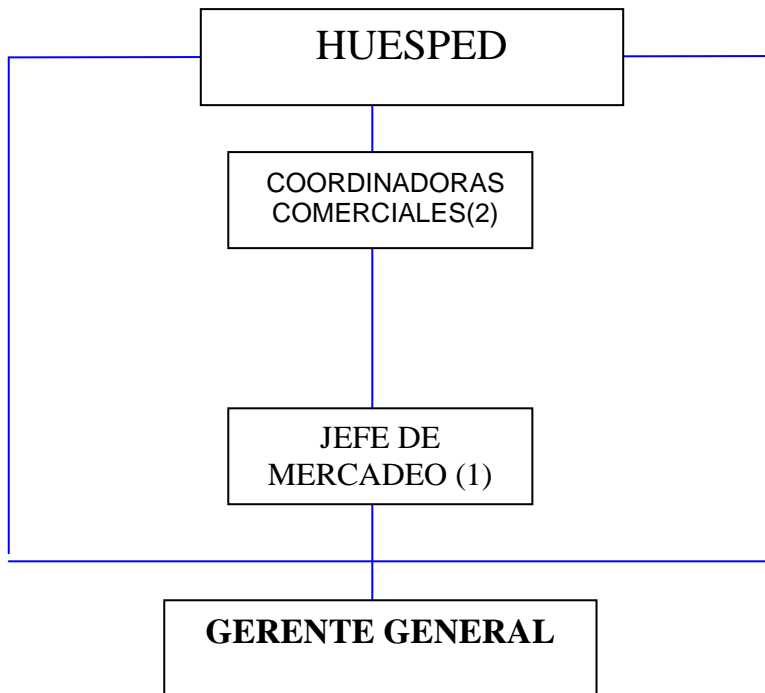
**RECEPCION**



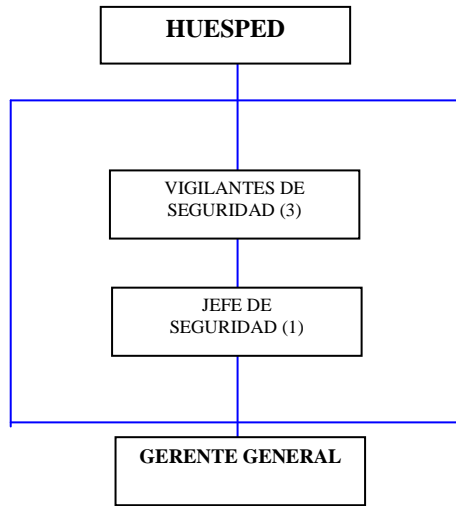
**ALIMENTOS Y BEBIDAS**



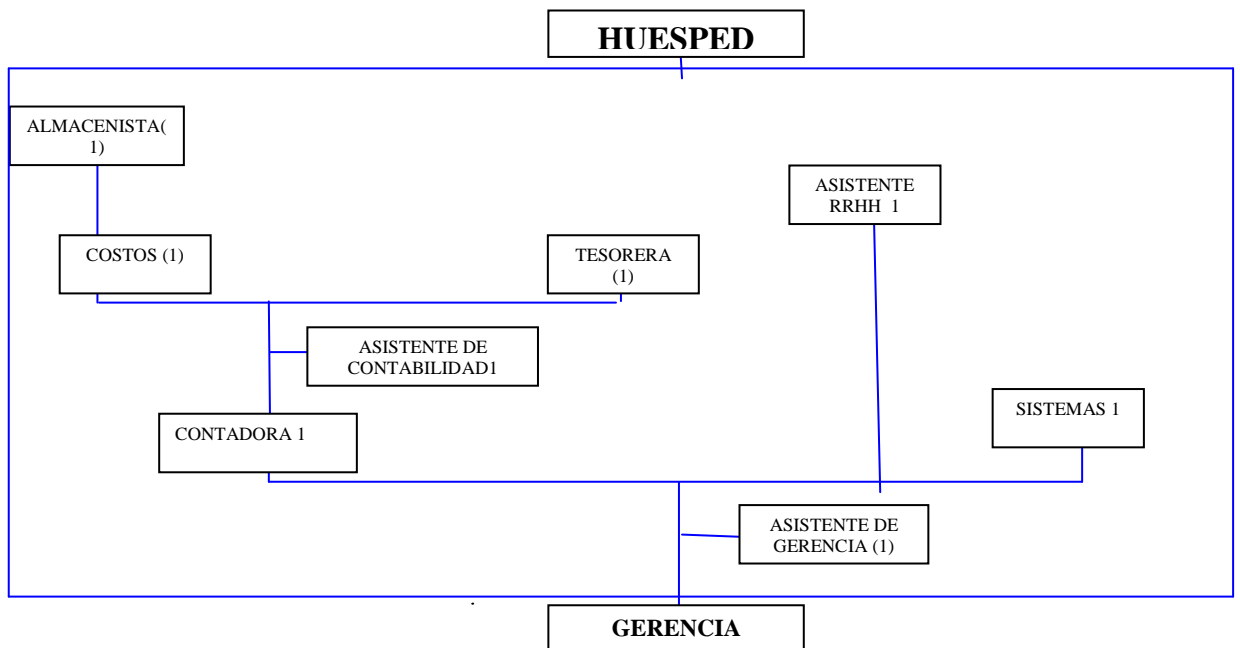
**MERCADEO**



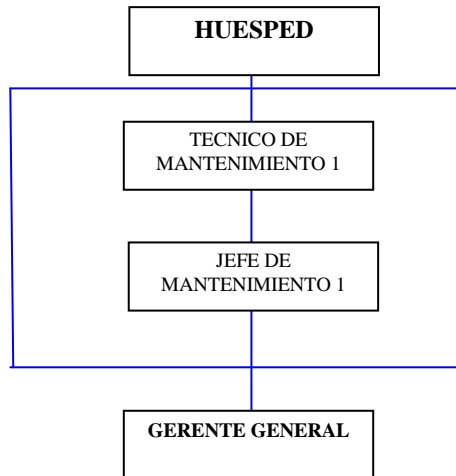
## SEGURIDAD



## CONTRALORÍA Y RR.HH



## **MANTENIMIENTO**



### **4.2 Funciones de los Jefes**

#### **CARGO:**

GERENTE GENERAL

#### **NIVEL:**

GERENCIA

#### **REPORTA A:**

PRESIDENTE EJECUTIVO PROCOMTUR

#### **FUNCION BASICA:**

Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades del Hotel, mediante la innovación y búsqueda de servicios e implementación de estrategias comerciales y de marketing que aseguren la rentabilidad, calidad y excelente posicionamiento dentro del país.

**CARGO:**

AMA DE LLAVES

**NIVEL:**

ASISTENTE

**REPORTA A:**

GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

**FUNCION BASICA:**

Asegurar óptimas condiciones de higiene, orden y equipamiento las instalaciones internas y externas del Hotel, a fin de mantener un estándar de calidad y servicio.

**CARGO:**

JEFE DE RECEPCION

**NIVEL:**

JEFATURA

**REPORTA A:**

GERENTE GENERAL

**FUNCION BASICA:**

Coordinar las funciones del área, mediante el registro y control de las actividades a fin de asegurar excelencia en el servicio y recurrencia de clientes y huéspedes.



**CARGO:**

JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

**NIVEL:**

JEFATURA

**REPORTA A:**

GERENTE GENERAL

**FUNCION BASICA:**

Coordinar y Supervisar las actividades que se realizan en el área, mediante la práctica y mejora de las normas que se hayan establecido.

**CARGO:**

CHEF

**NIVEL:**

JEFATURA

**REPORTA A:**

GERENTE FINANCIERO

**FUNCION BASICA:**

Organizar y coordinar las tareas que se desarrollan dentro del área, mediante la óptima utilización de los recursos asignados, con el fin de destacar y mantener los estándares de comida nacional e internacional que la empresa brinda a sus clientes.

**CARGO:**

JEFE DE MERCADEO

**NIVEL:**

GERENCIA

**REPORTA A:**

GERENTE GENERAL

**FUNCION BASICA:**

Planificar, dirigir y coordinar las actividades del área, mediante el establecimiento de objetivos y definición de estrategias que aseguren la rentabilidad comercial que a la vez redunde en la calidad de servicio que el Hotel ofrece.

**CARGO:**

JEFE DE SEGURIDAD

**NIVEL:**

JEFATURA

**REPORTA A:**

GERENTE GENERAL

**FUNCION BASICA:**

Establecer procedimientos y normas de seguridad, que garanticen la integridad física de clientes y empleados.

**CARGO:**

CONTADOR GENERAL

**NIVEL:**

JEFATURA

**REPORTA A:**

GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

**FUNCION BASICA:**

Manejar los procesos contables de la empresa, mediante la implementación de controles internos y regulaciones exigidas por las entidades de control, a fin de garantizar el adecuado manejo de la contabilidad.

**CARGO:**

ASISTENTE DE GERENCIA

**NIVEL:**

ASISTENTE

**REPORTA A:**

GERENTE GENERAL

**FUNCION BASICA:**

Asistir en las gestiones del departamento, mediante una adecuada organización y ejecución de las tareas que le sean encomendadas

**CARGO:**

JEFE DE RECURSOS HUMANOS

**NIVEL:**

JEFATURA

**REPORTA A:**

GERENTE FINANCIERO ADMINISTRATIVO

**FUNCION BASICA:**

Organizar y ejecutar tareas y actividades inherentes al departamento de Recursos Humanos, en coordinación con la Gerencia del Hotel con el objetivo de procurar un agradable clima laboral que redunde en beneficio del personal y de la empresa.

**CARGO:**

JEFE DE MANTENIMIENTO

**NIVEL:**

JEFATURA

**REPORTA A:**

GERENTE ADMINISTRATIVO FINANCIERO

**FUNCION BASICA:**

Definir, coordinar y controlar las actividades relacionadas al mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones y equipos de la empresa, a fin de asegurar un óptimo funcionamiento de los mismos.

### **4.3 Experiencia previa de los miembros del equipo gerencial**

**Gerente General:** Título Universitario Ingeniería Comercial, Economía o carreras afines, con Post Grado en Administración de Empresas.

Inglés: 90%

Mínimo 5 años en posiciones similares.

**Ama de Llaves:** Mínimo Bachiller

Mínimo 2 años en posiciones similares.

**Jefe de Recepción:** Estudios Universitarios en Ingeniería Comercial, Economía, Administración de Empresas.

Inglés: 90%

Mínimo 2 años en posiciones similares

**Jefe de Alimentos y Bebidas:** Estudios Universitarios en Administración de Negocios o carreras afines.

Mínimo 2 años en posiciones similares

**Chef:** Estudios Internacionales

Inglés avanzado

Mínimo 5 años en posiciones similares.

**Jefe de Mercadeo:** Título Universitario en Marketing, Ingeniería Comercial, Economía o carreras afines.

Inglés: 90%

Mínimo 5 años en posiciones similares.

**Jefe de Seguridad:** Estudios Superiores

Mínimo 5 años en posiciones similares.

**Jefe de Recursos Humanos:** Título Profesional en Psicología

Organizacional o Industrial .

Mínimo 3 años en posiciones similares.

**Contador General:** Título Universitario como Contador Público

Autorizado.

Mínimo 3 años en posiciones similares.

**Asistente de Gerencia:** Estudios Universitarios

Inglés: 80%

Mínimo 2 años en posiciones similares.

**Jefe de Mantenimiento:** Título Universitario en Ingeniería

Mecánica o carreras afines.

Mínimo 3 años en posiciones similares.

#### **4.4 Cultura empresarial**

##### **Principios y Valores**

- Espíritu, carácter y manera de seguir un procedimiento con integridad, dedicación, actitud y aptitud incluyendo las acciones que demuestran ese espíritu. Son la esencia del profesionalismo.
- Estar obligados a corregir toda norma, procedimiento o actitud que genere un mal servicio. Las opiniones, sugerencias o reclamos son información valiosa para el mejoramiento del servicio y serán atendidos con prontitud y eficiencia.

- Alcanzar las metas en la organización mediante la identificación de todos sus integrantes con sus objetivos y valores, interactuando coordinadamente en un ambiente de apoyo, compañerismo y respeto para lograr así la óptima prestación de nuestros servicios.
- Valorar, reconocer y potencializar las competencias personales y profesionales de nuestros colaboradores a través de aprendizaje continuo y la creación de condiciones de trabajo que mejoren su calidad de vida. Estimular las acciones tendientes a mejorar continuamente el clima laboral de nuestra organización.

**Valores:**

**La Integridad:** Mantener una conducta permanente acorde a la verdad sustentada en la honradez, lealtad, ética y transparencia.

**El Respeto:** Buscar la protección a las personas y a su dignidad sin distinciones, teniendo presente su condición, edad y mérito con las mejores manifestaciones de cortesía y urbanidad.

**Compromiso y Pasión:** Estar motivados y comprometidos a que nuestras acciones y actitudes se dirijan al cumplimiento del servicio con calidad.

## 5. ANÁLISIS DEL MERCADO

### 5.1 Estudio Específico del Mercado

La península de Santa Elena se encuentra a 120 Km. al este de la ciudad de Guayaquil y a 540 Km. sur-oeste de la ciudad de Quito.

La península de Santa Elena surgió por la necesidad de encontrar un lugar de descanso y tranquilidad, proyectándose hoy en día como un completo corredor turístico que cuenta con infraestructura vacacional y una rica variedad de atractivos naturales y culturales.

**La Ruta del Sol** es la denominación particular de un recorrido por la costa ecuatoriana, bordeando las tranquilas aguas del Océano Pacífico. La ruta comienza desde la Península de Santa Elena hasta la costa de Manabí y es rica en atractivos turísticos de toda índole, tales como arqueológicos, históricos, naturales, culturales y pintorescos poblados de pescadores.

El punto de partida es La Libertad, centro comercial y bancario de gran importancia en la península. Seguimos en Santa Elena donde existen los famosos museos arqueológicos de **"Los Amantes de Sumpa" y de Real Alto, el Parque Ecológico y los conocidos baños de San Vicente (fuentes de aguas termales y lodo volcánico, excelentes para la salud).**

A pocos minutos de la ciudad de Santa Elena, encontramos **el museo de Real Alto**, que muestra la tradición cultural del valle de Chanduy.



Otro lugar para visitar son los **Baños de San Vicente**, con sus piscinas de aguas termales y masajes con lodo volcánico, conocido por su importancia medicinal.

En Santa Elena tenemos **el museo de Los Amantes de Sumpa**, con su exposición arqueológica que data de los 9 mil a.c., siendo uno de los más completos y autodidácticos que existe.

Siguiendo en dirección norte, a partir de la ciudad de Santa Elena, se llega a **La Libertad**, ciudad con una vida comercial muy activa, llena de bancos y negocios. Camino a Salinas se encuentra el centro comercial La Península, lugar ideal para ir de compras.

Llegando a Salinas, balneario de mayor impulso comercial y urbanístico, podemos tomar un paseo por su hermoso malecón y sus playas, ver el mercado de artesanías junto a la diversión nocturna y diurna que esta zona ofrece; de igual forma tenemos **Mar Bravo y Punta Carnero**, donde se puede observar aves y practicar surf.

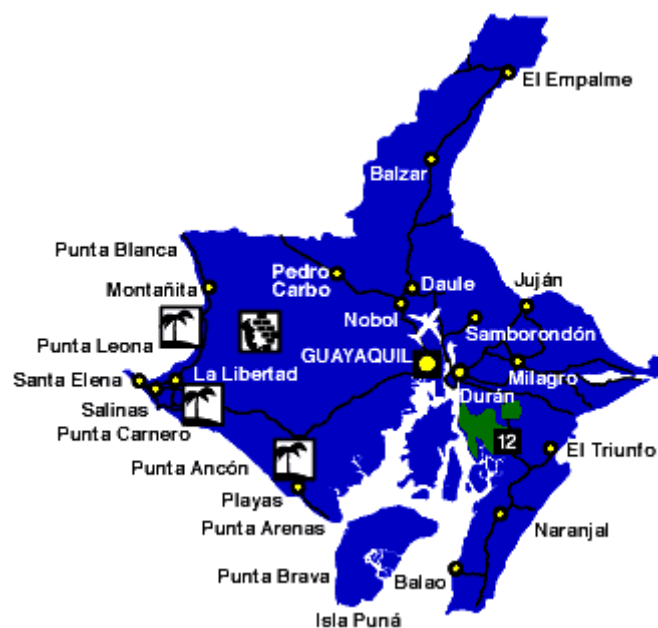
Otro lugar de interés único ubicado en **Ballenita** es la **Galería Náutica y Mirador** de la hostería **Farallón Dillon**, que muestra piezas de colección.

Continuando hacia el norte, a través de hermosos paisajes, extensas playas y pintorescos pueblos de pescadores, en el Km. 42 se encuentra **Valdivia**, la cual cuenta con un museo arqueológico-artesanal y un interesante acuario.

El bohemio pueblo de **Montañita** sigue en nuestra ruta, lugar ideal para la práctica del surfing y sitios de camping. Más allá de Montañita empezamos a ascender la majestuosa cordillera Chongón-Colonche, conocida como "**Los cinco cerros**"; a mitad de la cordillera encontramos **Atamari**, sitio ideal para la observación de aves.

Bajando la cordillera, a 15 Km, está el **Parque Nacional Machalilla**, en el cual puedes disfrutar de caminatas, observación de aves, visitar sitios arqueológicos y playas vírgenes, como Playa Los Frailes.

Una vez en **Puerto López**, se puede tomar botes para realizar observación de ballenas y/o tours a la **Isla de la Plata**, donde podrán encontrar flora y fauna similares a las de Galápagos.



Santa Elena se distingue ante todo por las bellezas naturales que brindan sus costas. Situadas sobre la margen izquierda del imponente río Paraná, tienen un papel predominante las abruptas barrancas que se alcanzan en una continuidad.

También a sus pies, la costa misma se convierte en el lugar favorito para los amantes de las playas y aguas, sumándose la posibilidad de practicar deportes náuticos.

El poblado de Manglar Alto está a 5 minutos de Montañita. Tiene un clima seco y unas playas muy hermosas, la tranquilidad del poblado crea un ambiente propicio para el descanso y la tranquilidad. Los recursos económicos provienen de la pesca, la agricultura y el turismo. Todos los servicios públicos están a disposición del turista.

En conjunto con otros pueblos cercanos tienen proyectos de salud, reciclaje de basura, agua entubada y drenaje. Hay varios hoteles y hospederías comunitarias, restaurantes al alcance de todos, bares y centros de buceo submarino.

Las hermosas playas de **Manglaralto**, desde donde podrá iniciar algunas excursiones a los bosques de Dos Mangas y Loma Alta e introducirse en este escenario, cruzando algunos riachuelos de agua fresca, para descansar y comulgar con la naturaleza que lo rodea

## **5.2 Identificación del Mercado Potencial y Empresarial**

El mercado potencial del Resort Costa del Pacífico serán todos los mencionados anteriormente es decir, familias, empresas etc.. y obviamente turistas extranjeros y nacionales de todas las edades, los cuales nos visiten con una gran expectativa para encontrarse

con un excelente servicio personalizado y donde podrá iniciar algunas excursiones a los bosques de Dos Mangas y Loma Alta e introducirse en este escenario de particular contraste. Durante su caminata encontrará algunos riachuelos de agua fresca, deténgase, descanse y comulgue con la naturaleza que lo rodea.

### **5.3 Descripción Turística del Sector**

Dentro de nuestro Resort nuestros clientes se van a sentir como en casa puesto que se encontraran con un servicio de primera en el cual podrán disfrutar del área social de recreación del resort.

Como nuestro resort está ubicado en un sector turístico-vacacional, nuestros huéspedes podrán disfrutar de la Ruta del Sol el cual hace los siguientes recorridos:

La famosa ruta empieza en la **Península de Santa Elena** (Provincia de Guayas) y se extiende hacia el norte hasta **Puerto Cayo** (Provincia de Manabí). En su recorrido encontrara increíbles playas, coloridos pueblos de ancestrales costumbres, un fabuloso Parque Nacional, una cordillera que se detiene casi frente al mar y muchas otras sorpresas que hacen de este, un lugar para no olvidar.



Santa Elena, es la puerta de entrada a esta aventura, desde el malecón podrá tener un vista estupenda de las playas mientras la suave brisa marina le da la bienvenida. En este balneario encontrará todo lo necesario para hacer agradable su estadía ya que Santa Elena cuenta con buenos, hoteles, restaurantes y centros de diversión.

A pocos minutos se llega a **Salinas**, nombre que se debe a la antigua costumbre de extraer sal de sus costas con playas de arena blanca, aguas tibias y cristalinas, donde encontrará una infraestructura hotelera muy buena y múltiples discotecas a lo largo del malecón que le garantizan toda la diversión y relax que necesita.

Salinas está cerca de Guayaquil, balneario favorito de la gente de la capital del país, quienes acuden durante las vacaciones de verano entre enero y abril. En el malecón encontrará también una gran variedad de restaurantes que le ofrecerán lo mejor de la comida regional, incluyendo deliciosos platos de mariscos de las más diversas variedades.

En Salinas, puede visitar el Museo Naval Arqueológico, con una importante colección de piezas de las Culturas Las Vegas de 8000 a.C., Valdivia de 4200 a.C., Chorrera, Machalilla de 4200 a.C., Guangala-Jambelí de 500 a.C. y Manteña-Huancavilca del 532 d.C., entre las principales piezas, gran variedad de "Venus de Valdivia", esculturas que representan la fertilidad de la mujer y de la tierra.

Asimismo podrá apreciar una muestra de las famosas "balsas", hechas con la madera del mismo nombre "Ochroma piscatori" y enormes cuerdas de algodón. Se dice que los españoles, a su llegada a Sudamérica, quedaron impresionados con estas balsas ya que con ellas los lugareños viajaban largas distancias hasta México sin mayor dificultad, según estudios realizados se conoce que fue medio de transporte utilizado para el intercambio comercial con las Culturas de Mesoamérica.



Además, el museo exhibe una colección de antiguas monedas de oro denominadas "doblonés", de cobre "maravedíes", y de plata "pesos y patacones" usadas durante el periodo colonial. Entre ellas se encuentran algunas piezas halladas en el galeón español "La Capitana", que naufragó frente a las costas ecuatorianas a mediados del siglo XV.

Recorriendo hacia el norte, visita el Hotel-Museo Dillon, donde disfrutará de una deliciosa comida típica y transitar por la galería de famosas antiguas piezas náuticas, colección que perteneció a un ex marino ecuatoriano quien fue reuniéndolas durante sus 30 años de viajes alrededor del mundo, entre ellas un traje de buceo del año 1900, así como algunas piezas rescatadas del galeón La Española.



Las playas de **Ballenita**, es bastante alegre, los amantes del surf bailan sobre las olas y durante la noche continúan la alegría en alguno de los múltiples centros de diversión. La Ruta del Sol continúa, cruza pequeños comunas de pescadores. Pero, si lo que busca es una solitaria comunión con la naturaleza.

**Ayangué**, otra playa de aguas serenas donde poder encontrar paz y tranquilidad; desde aquí puede tomar un bote que lo traslada hasta el islote El Pelado y disfrutar de un buen día de sol en alta mar.

Las hermosas playas de **Manglaralto**, desde donde podrá iniciar algunas excursiones a los bosques de Dos Mangas y Loma Alta e introducirse en este escenario, cruzando algunos riachuelos de agua fresca, para descansar y comulgar con la naturaleza que lo rodea.

**Montañita**, el siguiente punto de visita, este balneario se ha convertido en el sitio favorito de surfistas de todas partes del mundo lo que ha convertido a Montañita en un oasis intercultural. Por la calidad de olas esta playa es elegida frecuente sede de campeonatos internacionales de surf.

**El Santuario de Olón**, está ubicado al norte de Montañita, cada 11 de noviembre es el aniversario del milagro de la virgen lloró en ese sitio, cientos de peregrinos acuden a esta iglesia a rendirle honores a la venerada imagen. En el santuario, construido en la cima de un peñasco, podrá sentir el fervor y la devoción de este pueblo y admirar uno de los más hermosos escenarios costeros, factores que juntos, crean un ambiente de gran espiritualidad.

**Ayampe**, Una buena oportunidad para probar la deliciosa gastronomía regional, pasear por hermosas playas cruzando espacio verdes y montañosos observando la flora y fauna (aves) propia de la zona, para luego relajarse con más baños de sol. Desde ahí puede seguir hasta Puerto Rico, Alándaluz o Piqueros donde, si lo prefiere, puede armar un campamento y disfrutar de una noche al aire libre junto al mar.

#### **5.4 Mercado objetivo, nichos de mercados, y bloques de compradores**

Nuestro mercado objetivo esta comprendido entre personas de 18 años en adelante de clase media, media alta, entre dicho mercado se encuentran las familias, empresas/corporativas, agencias, aerolíneas, estos últimos nos ayudaran también a captar el mercado extranjero(mercado potencial), que están dispuestas a pagar un precio por un servicio diferenciador, ya optan por algo diferente con un servicio que los haga sentir como en su casa, puesto que estaremos preocupados de estar al día con sus exigencias las cuales satisfagan las necesidades del cliente y nos haga mejorar día a día para que así, ellos, estén dispuesto a regresar al Resort y disfrutar de sus instalaciones.

#### **5.5 Investigación de mercado, encuestas y resultados**

Turismo - 1/19/2006

### ***MAS DE 860 MIL EXTRANJEROS INGRESARON AL ECUADOR EN 2005***

*Ministerio de Turismo del Ecuador*

**Un total de 860 mil 784 visitantes extranjeros ingresaron al Ecuador durante el año 2005, según información proporcionada por el Departamento de Estadísticas del Ministerio de Turismo.**

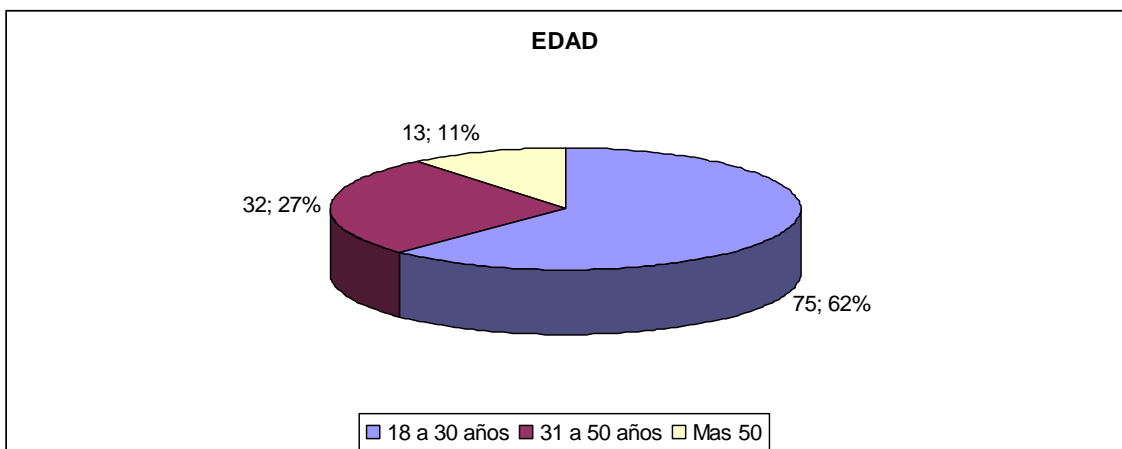
Esta cifra representa un incremento de alrededor del 6 por ciento con relación al 2004, que registró un ingreso de 818.927 visitantes. Los meses de mayor flujo según las estadísticas, fueron marzo que registró un ingreso de 86.21, seguido por los meses de junio, julio y

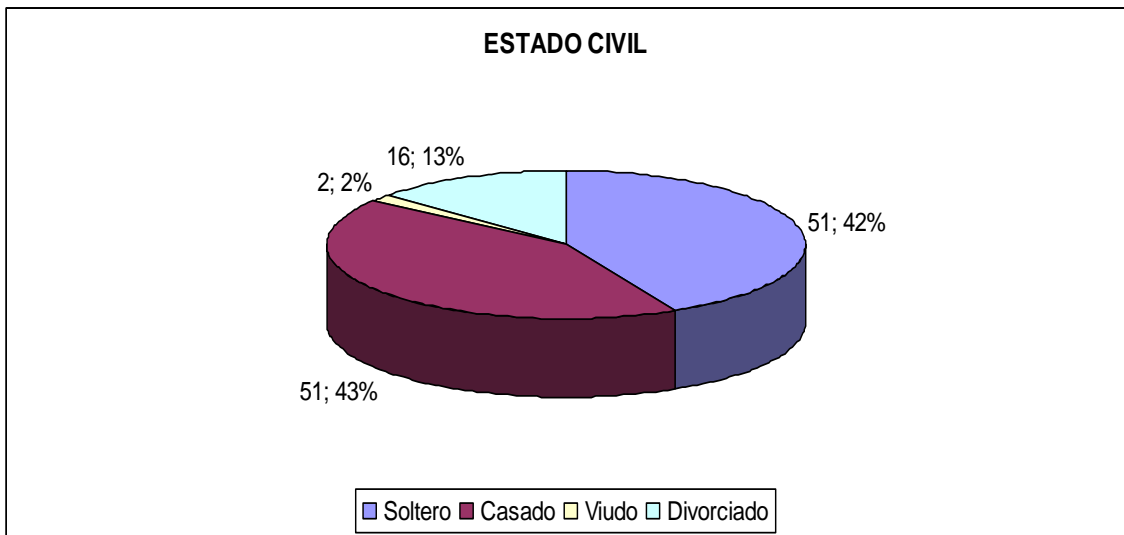
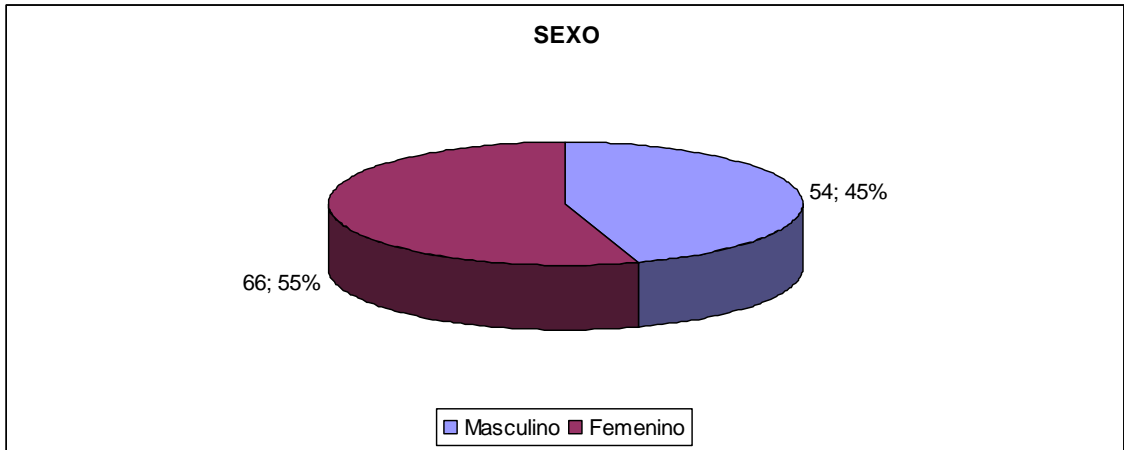


agosto, que muestran un ingreso de 82.671; 84.986 y 82.010 respectivamente.

Según la información preliminar proporcionada a esta Secretaría de Estado por la Dirección Nacional de Migración, por los aeropuertos de Quito y Guayaquil ingresaron 345.400 y 187.270 extranjeros respectivamente, constituyéndose en las principales jefaturas de entrada al país, seguidas por El Oro con 171.406 y el Carchi con 120.680. (**FUENTE//www.ecuadorvirtual.com/**)

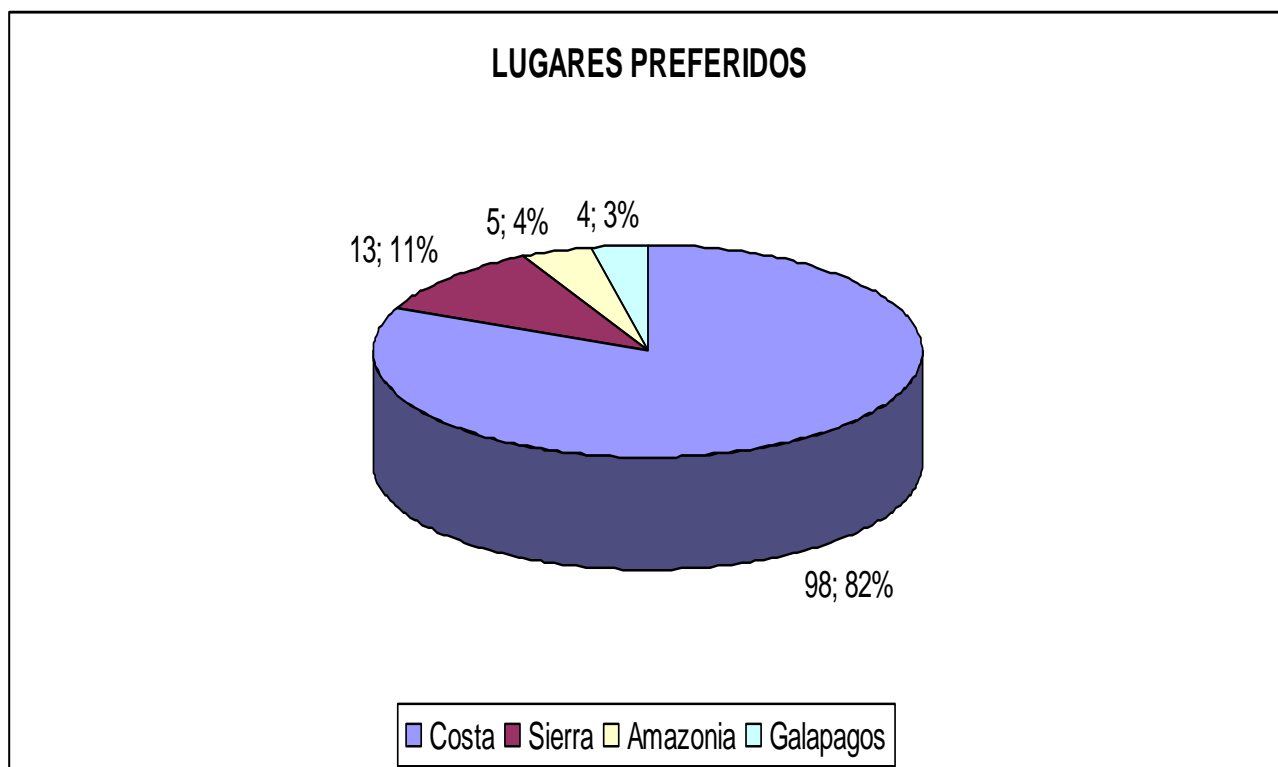
### **SONDEO REALIZADO SOBRE LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS (Ver Anexo I)**





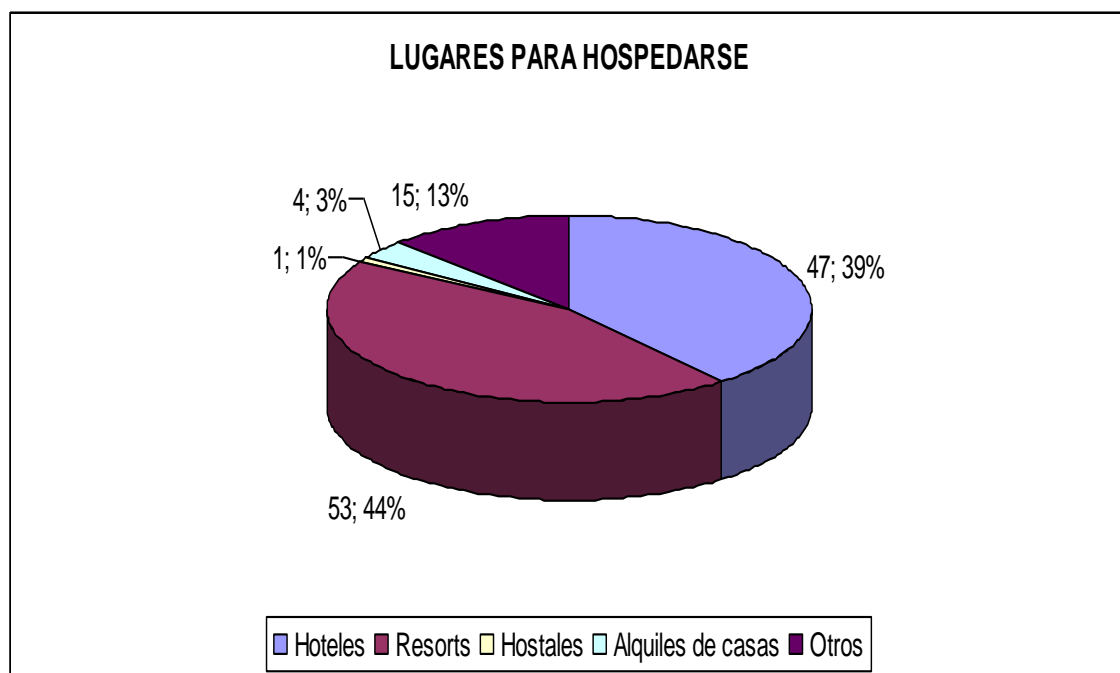
**1.- ¿Cuáles son sus lugares preferidos para vacacionar en orden de importancia del uno al cuatro ?**

- a.** Costa
- b.** Sierra
- c.** Amazonía
- d.** Galápagos



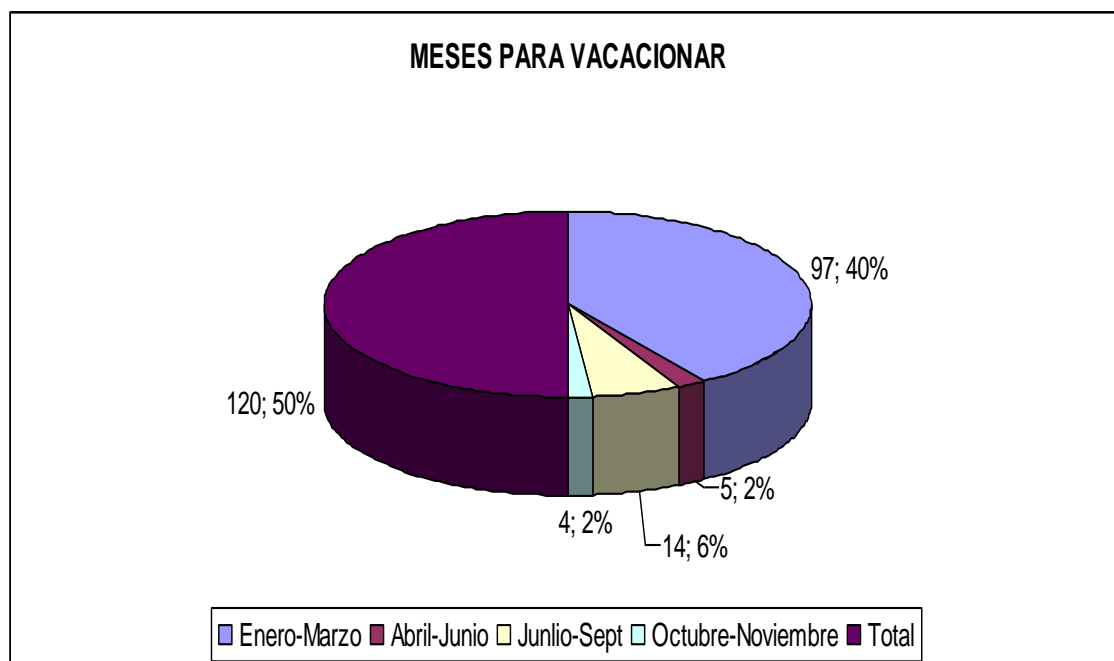
**2.- Si Ud. va a la playa ¿Qué lugar prefiere para hospedarse?**

- a.** Hoteles
- b.** Resorts
- c.** Hostales
- d.** Alquiler de casas
- e.** Otros, especificar: \_\_\_\_\_



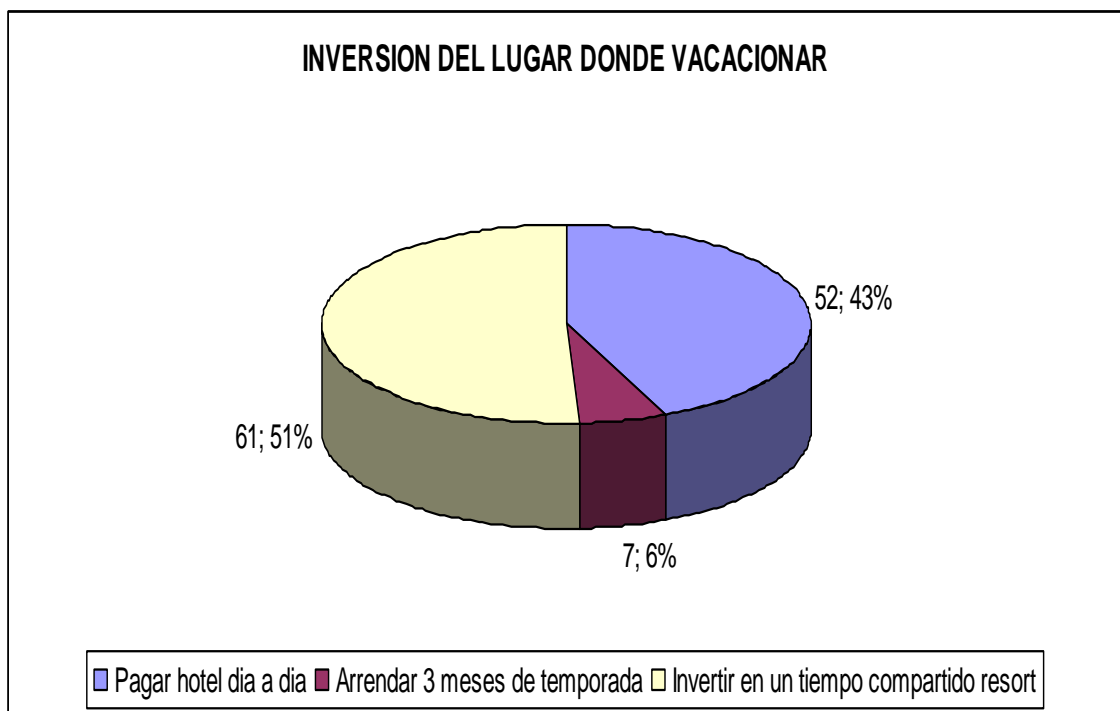
**3.- ¿Cuáles son los meses en el año en qué suele usted ir de vacaciones?**

- a.** Enero-Marzo
- b.** Abril-Junio
- c.** Julio- Sept.
- d.** Octubre-Diciembre



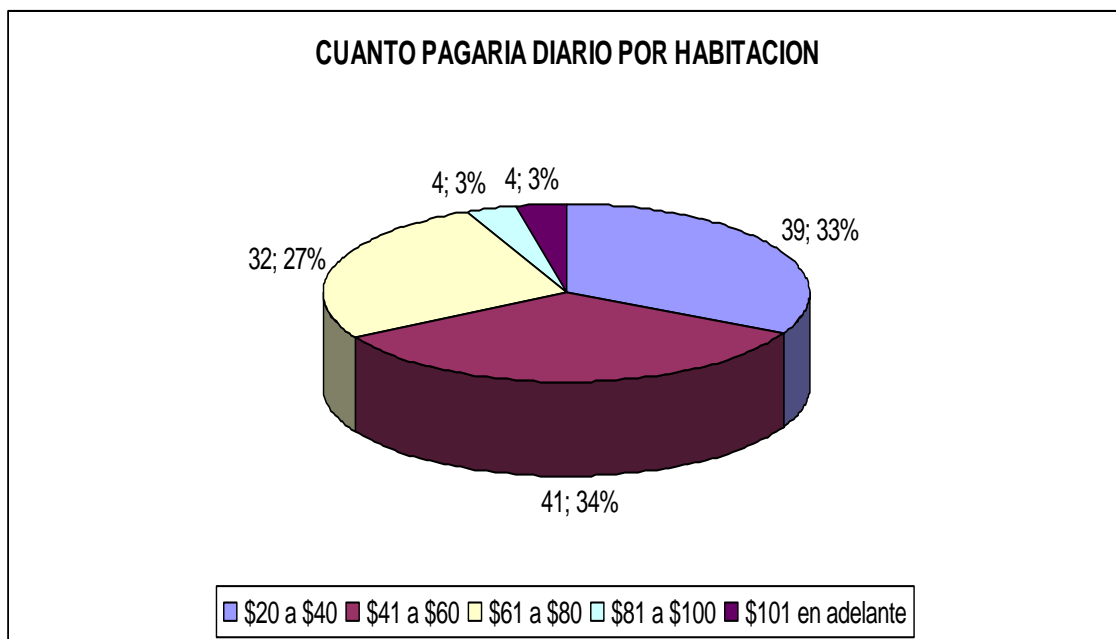
**4.- Ud. al ir de vacaciones ¿ En qué prefiere invertir su dinero?**

- a.** Pagar hotel día a día
- b.** Arrendar los tres meses de temporada
- c.** Invertir en un tiempo compartido en un resort



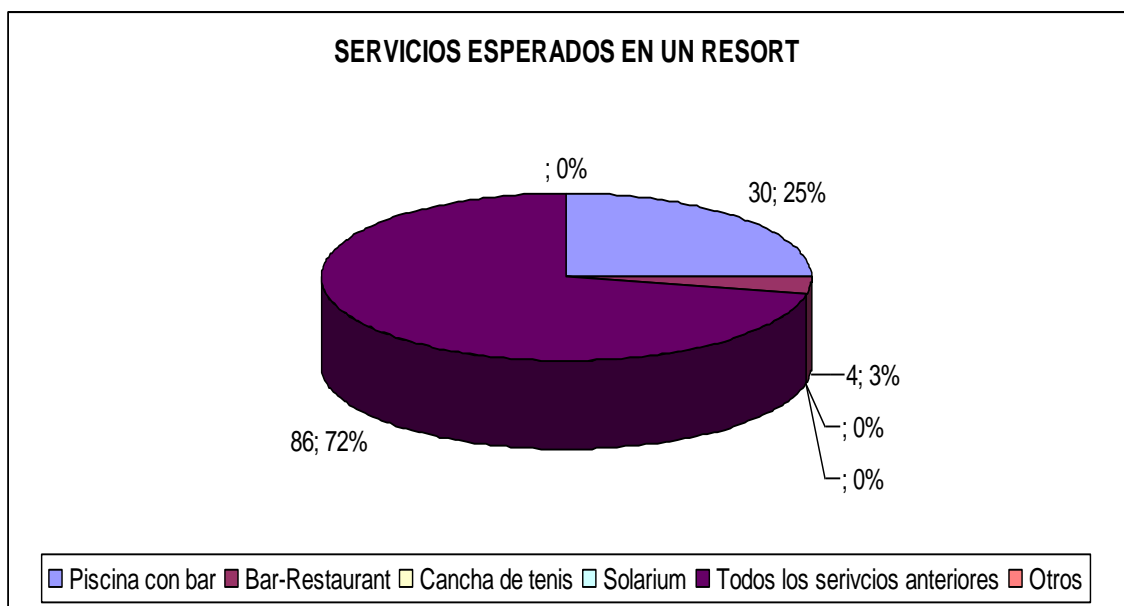
**5.- Cuánto usted está dispuesto a pagar diariamente por una habitación?**

- a.** \$20-\$40
- b.** \$41-\$60
- c.** \$61-\$80
- d.** \$81-\$100
- e.** \$101 en adelante



## 6.- ¿Qué servicios espera encontrar en un resort?

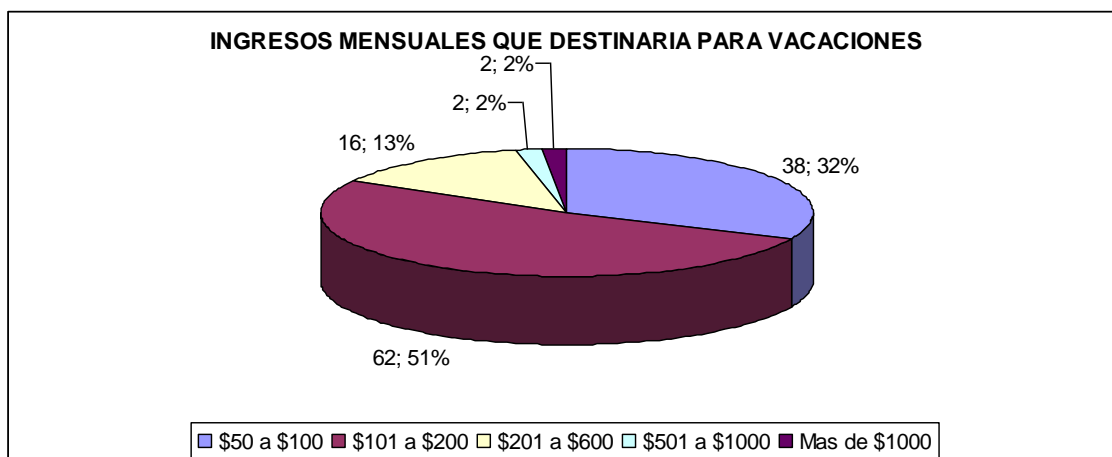
- a. Piscina con bar
- b. Bar-Restaurante
- c. Cancha de tenis
- d. Solarium
- e. Todas los servicios anteriores
- f. Otros, especificar: \_\_\_\_\_ -





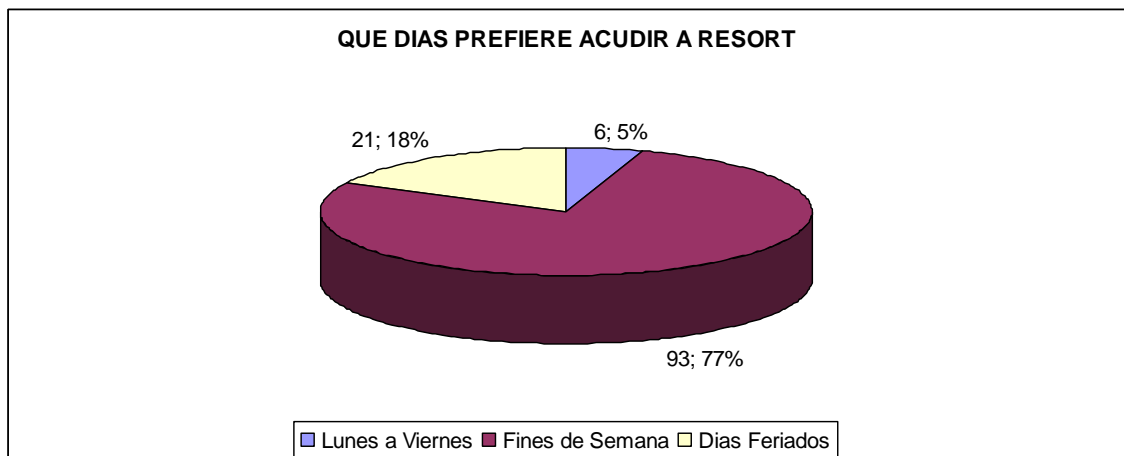
**7.- ¿Qué cantidad de sus ingresos mensuales destinaría para sus vacaciones?**

- a.** \$50-\$100
- b.** \$101-\$200
- c.** \$201-\$500
- d.** 5001 a 1000
- e.** mas de 1000



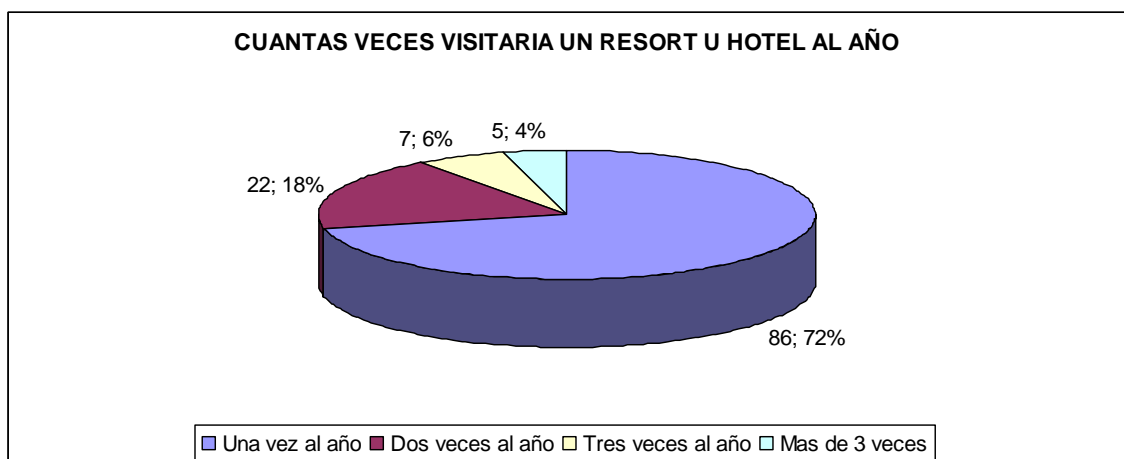
## 8.- ¿Qué días prefiere acudir a un Resort?

- a. Lunes a Viernes
- b. Fines de Semana
- c. Días feriados



**9. - ¿Cuántas veces visitaría un Resort o un Hotel al año?**

- a.** Una vez al año
- b.** Dos veces al año
- c.** Tres veces al año
- d.** Más de tres veces



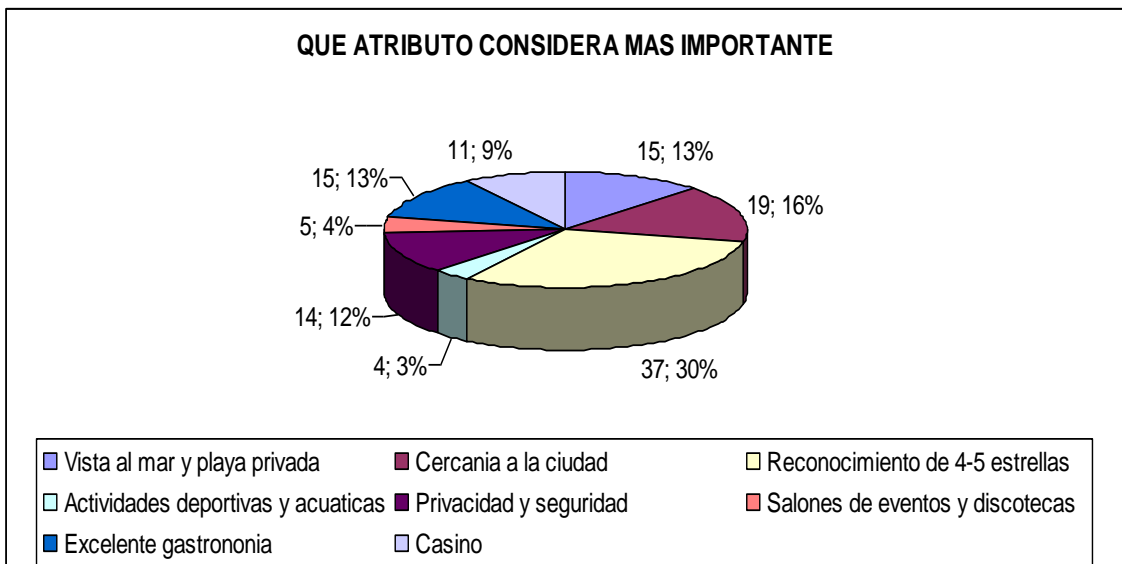
**10.-¿ Cuanto tiempo de permanencia estaría en un hotel o en un resort en sus vacaciones**

- a.** 1 a 5 días
- b.** de 6 a 15 días
- c.** mas de 15 días

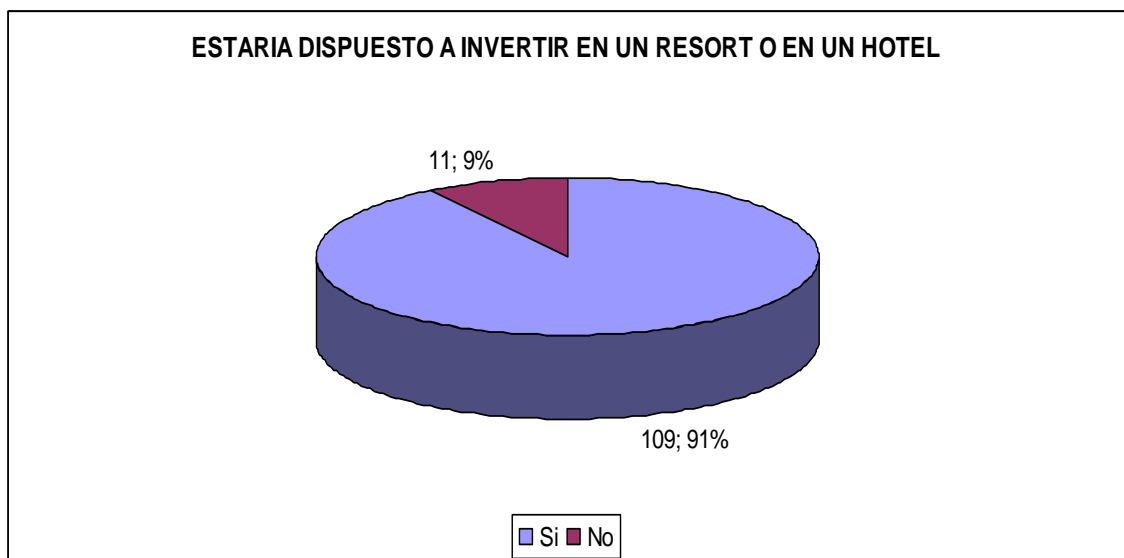


**11.- De los siguientes atributos cuáles son los mas importantes enumerando de uno a ocho en momento de escoger un hotel o un resort**

- a.** vista al mar y playa privada
- b.** cercanía a la ciudad
- c.** reconocimiento de 4-5 estrellas
- d.** actividades deportivas y acuáticas
- e.** privacidad y seguridad
- f.** salones de eventos y discotecas
- g.** excelente gastronomía
- h.** casino



## 12. Estaría dispuesto Ud. a invertir en un resort o en un hotel?



## 5.6 Análisis de la competencia

Dentro de nuestra competencia tenemos a los siguientes los cuales nosotros consideramos los mas importantes:



### **HOTEL RESORT SPA PUNTA CENTINELA**

Situado en una de las playas más paradisíacas de la costa ecuatoriana, siguiendo la "Ruta del Sol" antes de llegar a Punta Blanca, dueños de un clima excepcional e inolvidables atardeceres.

Punta Centinela es un lugar donde su cuerpo y alma pueden experimentar una renovación como nunca antes usted se hubiera imaginado. Desde el momento que usted llegue, se sentirá completamente en otro mundo, la comodidad, la elegancia y la diversión se mezclarán en perfecta armonía con la naturaleza, en un ambiente totalmente seguro y exclusivo para su familia, dando inicio a una inigualable aventura...



## SERVICIOS

- Playa privada.  
Jardines y zonas de esparcimiento.
- Jacuzzi.  
Baño de vapor.  
Spa.
- Servicio a la habitación.  
Lavandería.  
Discoteca "Blue Beach".  
Restaurante "La Cabaña".  
Cafetería "Iris".  
Bar "Barba Roja"  
Llamadas nacionales e internacionales.  
Caja de seguridad.  
Acceso a Internet





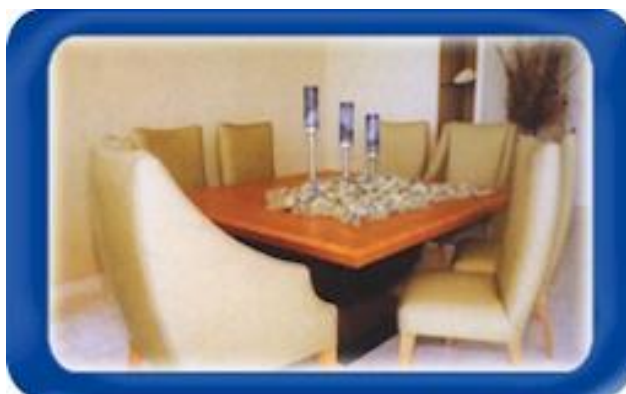
## **HABITACIONES**

78 habitaciones de lujo:

- 30 suites.
- 48 habitaciones dobles y / o triples.

SUITES con amplios dormitorios, capacidad hasta 6 personas, vista panorámica a la playa, sala/comedor, aire acondicionado central, baños privados, teléfono, televisor, refrigerador, microondas, cafetería y vajilla.

HABITACIONES con vista panorámica a la playa, aire acondicionado central, baño privado, teléfono, televisor, refrigerador.



## **ACTIVIDADES**

- Playa privada.  
Piscinas, para adultos y niños.  
Jardines y zonas de esparcimiento.
- Jacuzzi.  
Baño de vapor.  
Gimnasio.  
Spa
- Golfito.  
Canchas de Tenis.  
Canchas de Fútbol.  
Volley playero.  
Juegos de mesa.  
Juegos infantiles.  
Discoteca "Blue Beach".



## **SPA**

Un Spa es un espacio dedicado a la belleza y la salud, para rejuvenecer y renovarse completamente, aclarar la mente y maximizar sus fuerzas

Piscina.

Jacuzzi.

Gimnasio.

Baño de vapor.

Sala de masajes.



## TARIFAS 2005 - 2006

GRAND SUITE	RACK	S.T.I.
Vista al mar	240	85
Vista al jardín	220	75
DOBLE (Matrimonial)		
Vista al mar	130	85
Vista al jardín	120	75
TWIN		
Vista al jardín	120	75
SENCILLA		
Vista al jardín	100	100
Vista al mar	120	120

**RACK:** Tarifas de habitaciones más IVA y servicios, niños de 2 a 10 años no pagan, acompañadas por dos adultos en la misma habitación.

**S.T.I.:** Sistema todo incluido por persona, incluye impuestos, niños de 2 años \$25 la noche, acompañados por dos adultos en la misma habitación.

- Cortesía para menores de 10 años compartiendo la habitación con sus padres

**INCLUYE:** Cóctel de bienvenida y desayunos

**Estas tarifas no aplican para Año Nuevo, Carnaval y Semana Santa.**

### Adicionales:

Desayuno americano	\$ 7,00
Almuerzo menú ejecutivo	\$ 14,00
Cena menú	\$ 14,00

**A estos precios agregar el 22% de impuestos y servicios**





Salinas, el mejor balneario de la costa ecuatoriana, cuenta ahora con un hotel exclusivo frente al mar.

En el Hotel Casino Calypso no han descuidado ningún detalle para que usted disfrute de una incomparable estadía con la mejor atención y un servicio de primera.

Modernas instalaciones para quienes buscan diversión, intensa vida nocturna, deportes náuticos, de aventura y un reencuentro con la naturaleza a lo largo de sus cientos de kilómetros de playa, por la ruta del Sol.

Salinas es el territorio más productivo para la pesca deportiva y observación de ballenas, además cuenta con kilómetros de playas y un clima muy agradable todo el año.

**ELEGANTES Y FUNCIONALES SUITES CON  
VISTA AL MAR  
TOTALMENTE EQUIPADAS**

32 MASTER SUITES de 2 dormitorios con total vista al mar.

16 JUNIOR SUITES de 1 dormitorio.

Que incluyen:

- Baño privado
- A/A
- Sofá cama
- T.V. Cable
- Teléfono
- Servibar
- Espléndida vista nocturna del Malecón de Salinas, desde las suites del Hotel Casino Calypso.

## **CAFETERIA DEL SOL**

Para degustar las especialidades del mar y deliciosos platillos.  
El Restaurant atiende desde 7am - 2am, y se encuentra ubicado en la terraza junto al hotel, frente al mar.



## **SERVICIOS**

### **SERVICIOS EN LA HABITACION**

Tv Cable, Baño privado, Caja de seguridad, Teléfono directo, habitaciones para no fumadores.



## **FACILIDADES DEL HOTEL**

Restaurante, bar, Minibar, sala de conferencias, Internet, Fax, salones para eventos, estacionamiento privado, Guardianía 24 horas, piscina, Discoteca Club 21, Casino Calypsso, Boutique, Cafetería del Sol, Grill La Taberna, Room Service, Renta de Vehículos (previa reserva), Transporte desde y hacia el Aeropuerto (Opcional), Turismo Receptivo y confirmación de pasajes.

## **JACUZZI**

Nada más placentero que un reconfortante lugar para terminar con la fatiga de un intenso día.

## **PISCINA AL AIRE LIBRE**

El sitio de esparcimiento ideal para pasar vivificantes momentos tomando baños de sol.

## **FASHION CUT**

Salón de belleza, masajes, tratamientos corporales.

## **CASINO - CALYPSSO**

### **GRAN VARIEDAD DE JUEGOS**

Punto y Banca, Black Jack, Pocker Caribeño, Ruleta, Maqinas de Video Poker, y Slot.

Un autentico ambiente al estilo de las Vegas, usted lo disfrutará con su familia al hospedarse en el Hotel Casino Calypsso.

## **SERVICIOS ADICIONALES**

Traslados Guayaquil - Salinas o viceversa en carro privado con chofer.

US\$ 80,00 Capacidad máxima 4 paxs.

Traslados Guayaquil - Salinas o viceversa en furgoneta privado con chofer.

US\$ 235,00, capacidad máxima 15 paxs.

Traslados Guayaquil - Salinas o viceversa en bus privado con chofer.

US\$ 365,00. Capacidad máxima 40 paxs.

\* Favor agregar el 12% de IVA y 10% de Servicios a los traslados.

## **PAQUETES TURISTICOS**

### **Salinas City Tour (Mínimo 4 paxs)**

Incluye.- Visita a la chocolatera, Museo Náutico en Salinas y Los Amantes de Sumpa.

Precio neto por persona.- **US\$ 25,00**

### **Crucero de Observación de Ballenas**

Incluye.- Yate, guía naturalista y refrigerio a bordo (fecha de operación de Julio a Septiembre).

Precio neto por persona.- **US\$ 30,00**



### **Observación de Delfines en Posorja**

Incluye.- Transporte, bote, guía naturalista y refrigerio (Mínimo 5 paxs).

Precio neto por persona.- **US\$ 49,00**

### **Observación de Aves Marinas en Mar Bravo**

Incluye.- Transporte, guía naturalista y refrigerio (Mínimo 4 paxs).

Precio neto por persona.- **US\$ 35,00**

### **Pesca Deportiva de Altura (charter)**

Incluye.- Marineros, carnada, cañas de pesca profesionales, hielo, combustible y maestro de playa. Capacidad máxima 6 paxs.

Precio neto por embarcación para 6 paxs.- **US\$ 490,00**

### **Tour a Olón y Montañita**

Incluye.- Transporte y almuerzo en la playa. Visita al santuario de Olón.

Precio neto por persona.- **US\$ 35,00**

### **Baños Termales de San Vicente**

Incluye.- Transporte desde Salinas, entrada a los baños, retorno.

Precio neto por persona.- **US\$ 28,00**

### **Buceo Deportivo**

Incluye.- Transporte desde Salinas a Ayangué, embarcación, equipo de buceo, guía y 2 tanques por persona. (Mínimo 2 paxs).

## BARCELO COLON MIRAMAR



El hotel **Barceló Colón Miramar** se encuentra en primera línea de playa **Salinas**, en **Ecuador**.

Dispone de servicios e instalaciones de primera categoría, siendo uno de los mejores hoteles vacacionales de Sudamérica. Por su variedad de salones, también es muy utilizado para Grupos y Eventos de todo tipo.

*El hotel ha sido nombrado mejor hotel de la región Andina por la revista Latin Trade.*

## Ubicación

El hotel se encuentra en Salinas, dentro de la península ecuatoriana de Santa Elena a 144 km del puerto y del Aeropuerto de Guayaquil, la segunda ciudad más importante del Ecuador y lugar de entrada para los clientes provenientes de la capital del país, Quito, se recomienda alquilar un auto desde Guayaquil o un servicio de taxi oficial.



## A destacar

- Variedad de Instalaciones
- Familias
- Barceló Todo Incluido
- Habitaciones
- Deportes

## **Habitaciones**

- 95 Habitaciones (68 Dobles, 10 Apartamentos, 3 Junior Suite y 14 Master Suite). Todas con:
- Bañera
- Ducha
- Zona-comedor
- Secador de pelo
- Espejo de Aumento
- Caja de seguridad sin cargo
- Plancha y tabla de planchar
- TV-SAT
- Aire Acondicionado
- Posibilidad añadir cama
- Minibar
- Reloj despertador con radio
- Teléfono con conexión directa internacional
- 35 habitaciones dobles con vista al océano y terraza
- master suites con vista al océano con terraza

## **Bares y Restaurantes**

- Restaurante tipo Buffet
- Restaurante a la Carta
- Bar frente al Mar
- Bares junto a cada una de las Piscinas
- Lobby Bar

## **Instalaciones**

- Tres piscinas
- Parque infantil
- Casino
- Sauna
- Jacuzzi
- Servicio de masajes
- Solarium
- Tienda de regalos
- Gimnasio
- Baño turco
- Aromaterapia
- Tres salones de reuniones con capacidad hasta 200 personas

## **Servicios Adicionales**

- Servicio de correo y fax
- Alquiler de coches
- Peluquería
- Agencia de viajes
- Farmacia
- Servicio de maleteros
- Excursiones
- Servicio médico
- Lavandería

## **Deportes y otras actividades**

- Deportes dentro del hotel:
- Tenis de mesa
- Volleyball
- Aerobic
- Deportes en la zona tales como:
- Billar
- Windsurf
- Tenis
- Bicicletas
- Buceo

## **6. ESTRATEGIAS DEL MERCADO**

### **6.1 Consideraciones Internacionales, Nacionales y Locales**

El Resort va a competir a nivel internacional posesionándose como uno de los principales de la costa del Pacífico, para ello se harán alianzas estratégicas con agencias internacionales, cadenas internacionales de Resorts y líneas aéreas.

Nuestra estrategia de comunicación esta direccionada para su lanzamiento a nivel local y nacional en el primer año para una vez posesionado en el mercado local y de acuerdo a las experiencias obtenidas durante ese año comenzar con una campaña a nivel internacional.

## **6.2 Estrategias de servicio, precio, publicidad, promoción y comercialización**

### **SEGMENTO PARTICULARES, SEGMENTO TRAVEL Y RESORT PACKAGES, SEGMENTO LOCAL Y REGIONAL**

#### **Estrategias para segmento particulares:**

Consolidar el movimiento de pasajeros procedentes de la normal operación del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo a través de un servicio permanente de transporte con personal uniformado, para así cautivar al pasajero de turismo.

Particulares con reserva: Se buscará la captación de mercado a través de la guía telefónica y por las bases de datos proporcionadas por las agencias de viajes.

Para los particulares que no tengan reservas, serán persuadidos por una coordinadora del resort contratada para tal fin o por las personas de las agencias de viajes con las cuales vamos a tener convenios.

#### **Estrategia para travel y resort packages:**

- Fortalecer los vínculos comerciales con las aerolíneas con las cuales tendremos convenios.
- Ofreceremos tarifas especiales tanto para tripulantes como para funcionarios de las aerolíneas.

**Producto:**

- Alojamiento en cómodos departamentos los cuales están conformados por sala-comedor-cocineta, dos y tres dormitorios con sus respectivos vestidores y baños.
- Por la llegada de los huéspedes al Resort habrá una estación de café y cocktails de bienvenida.
- Los Huéspedes tendrán acceso al Área Social-Recreación del Resort.
- Tendremos música ambiental

**Precio:**

Establecer tarifas especiales para el mercado turístico y promocionarla en las operadoras de turismo locales.

Las formas de pago que tendrán nuestros clientes se podrán realizar de la siguiente manera:

- a.-** Por medio de pago directo, ya sean estos en efectivo, tarjeta de crédito o depósito.
- b.-** Pago diferido, esto es: tarjeta de crédito a tres o seis meses con o sin intereses dependiendo la tarjeta.
- c.-** A través de membresías.
- d.-** Por medio de la pagina web: pagos electrónicos.



**Promoción:**

- Organizaremos happy hour.
- Auspicio de las tarjetas de crédito que motiven su utilización y el consumo en el bar con grandes descuentos.
- Creación de un plan de promoción y tarifas especiales con aerolíneas amigas en mercados naturales.

**Publicidad:**

- Publicidad en las páginas amarillas de la guía telefónica.
- Publicidad en guía telefónica.
- Por medio de volantes que anuncien el happy hour y los otros descuentos.
- Haremos un mercadeo directo con la embajada del Ecuador en otros Países en la cual daremos información, características y servicios del Resort para potenciales turistas.

**Revistas y Periódicos:**

- La publicidad en los periódicos la haremos a través de un anuncio de pagina entera full-color en periódicos tales como El Universo, Expreso.
- En revistas de circulación masiva tales como Hogar, Cosas, Vistazo.

**Radio:**

- Se promocionará con las emisoras Forever music , Radio Disney y Radio Fuego mediante 2 cuñas las cuales serán atractivas, que impacten al público despertando el interés de conocer y visitar el Resort.

**Creación de una página web.**

- Contaremos con una página electrónica llamada [www.costadelpacifico.com.ec](http://www.costadelpacifico.com.ec) donde se detallara ubicación , servicios , promociones , precios , historia del resort , formas de pago , cronograma de actividades
- La página estará diseñada con la opción de que el usuario pueda escoger el idioma que este hable (inglés, español, francés, alemán )

**Medios televisivos:**

- Horarios estelares promocionando la época playera para el turismo local y también por medio de televisión por cable para así llegar a turistas extranjeros (Europa y EE.UU.).

**Comercialización:**

- Uso de habladores en el lobby del hotel.
- Telemarketing a nuevos clientes.

### **6.3 Estrategia de Penetración**

Para dar a conocer al Resort se ha decidido la idea de repartir volantes, en cuidadelas de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto como: Urdesa, Ceibos, Miraflores, Samborondón, en centros comerciales tales como Policentro, San Marino y Albanborja puesto que dichas zonas son visitadas por gran cantidad de personas y de las cuales va enfocado nuestro proyecto. También esta la idea de que por medio de dicho volante cuando los clientes se dirijan al Resort darles un descuento por la presentación del mismo.

El marketing de boca boca se lo utilizará cuando el resort este en funcionamiento, puesto que estará abierto a los futuros clientes que quieran hacer uso de sus instalaciones y así poder comprobar el excelente servicio que nosotros estaremos dispuestos a brindar.

### **6.4 Estrategia de Ventas**

- Implementaremos un plan de visitas a las personas de contacto en empresas para fechas especiales, tales como:
  - Dia de la madre
  - Dia del padre
  - Navidades
  - Fin de año, etc..
- Creación de un programa en excel que nos permita mantener una base de datos de clientes actualizado, este programa no solo contará con las direcciones y teléfonos de ellos, sino que también con la información más detallada sobre sus gustos, preferencias y necesidades.

## **7. ESTUDIO FINANCIERO**

### **7.1 Presupuesto e inversiones**

**(Ver Anexo II)**

### **7.2 Análisis del punto de equilibrio proyectado**

**(Ver Anexo III)**

### **7.3 Flujo de caja proyectado**

**(Ver Anexo IV)**

### **7.4 Estado de perdidas y ganancias proyectado**

**(Ver Anexo V)**

### **7.5 Balances proyectado**

**(Ver Anexo VI)**

### **7.6 Tasa interna de retorno**

**(Ver Anexo IV)**

## **8. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO**

### **8.1 Requerimientos del capital**

**(ver Anexo VII)**

### **8.2 Razonamientos financieros basados en las proyecciones anuales (Ver Anexo VIII)**

## **9. MEDIO AMBIENTE**

Nosotros Resort Costa del Pacífico nos comprometemos a evitar cualquier tipo de ruido, o molestia que podría ocasionar este Resort.

Nuestra prioridad es mantener un ambiente puro en el cual se pueda respirar un aire libre de contaminación por lo cual nos preocuparemos por mantener nuestra playa y nuestro entorno limpio, impecable, para lo cual en el Resort habrán letreros en los cuales sobre salga la tarea de mantener limpio el lugar en el que estamos, lo que hará que las personas que llegan se comprometan con nosotros a mantener una playa limpia, para así no contaminar el ambiente y el mar. Así evitaremos:

- La contaminación creciente de aire, agua y suelo.
- Los grandes problemas de salud nacional por contaminación y malnutrición.
- Los riesgos, desastres y emergencias naturales y ambientales.
- La pérdida de la biodiversidad y recursos genéticos

## **10. CONCLUSIONES**

Este proyecto es factible realizándolo mediante el sistema de contrato de comodato, el mismo que debe ser mínimo por cinco años.

Es una oportunidad para la Universidad del Pacífico para reforzar no solo la facultad de turismo sino las demás facultades y así los estudiantes puedan hacer sus prácticas.

La inversión se recuperará a partir del segundo año.

Al implementar este resort ayuda a la imagen de la Universidad ya que estaría contribuyendo al desarrollo turístico del País.

El sector de turismo es el sector de mayor crecimiento actual y se considera que sería uno de los rubros de mayor crecimiento del País.

## **11. RECOMENDACIONES**

Para este proyecto es recomendable hacerlo en base a un contrato civil que es el comodato. Como se puede apreciar en los anexos financieros los resultados que se obtienen son buenos ya que la inversión es pequeña de \$50.000 y este contrato permite sobre todo administrar el negocio ya que no hay que hacer inversiones mayores, para no dejar deteriorar las instalaciones es bueno que la Universidad tome en cuenta este proyecto mediante el cual pueden tener un lugar donde sus alumnos hagan sus prácticas junto a personas especializadas y así dar una mejor imagen a la Universidad.

## **11. BIBLIOGRAFÍA**

### **Información páginas electrónicas:**

- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) Información del Ecuador
- [www.hotelesecuador.com](http://www.hotelesecuador.com) Competencia de Hoteles
- [www.puntacentinela.com.ec](http://www.puntacentinela.com.ec) Resort Spa Punta Centinela
- [www.barcelo.com](http://www.barcelo.com) Barceló Colón Miramar
- [www.hotalcalypsso.com](http://www.hotalcalypsso.com) Hotel Resort Calypsso
- [www.enjoyecuador.net](http://www.enjoyecuador.net) Datos Turísticos
- [www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org) Información Turística.
- [www.ambiente.gov.ec](http://www.ambiente.gov.ec) Medio Ambiente

### **Entrevistas realizadas:**

- **Ing. Byron Ojeda, Coordinador General Administrativo CFN**
- **Lcdo. Carlos Donoso, Analista de Servicios Generales CFN**
- **Ing. Ricardo Aguilar, antiguo Gerente del Resort Costa Mar.**
- **Constructor y jardinero, Sr. Luis Suki, Sr. Pedro Bravo Guayaquil, Ecuador.**

### **Información en establecimientos:**

- **Créditos económicos del Ecuador, cotizaciones y presupuestos.**
- **Resort Costa Mar, visita al complejo.**