



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURÍSTICO**

**TEMA DEL ENSAYO:**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE  
EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA:  
PERFIL DEL CLIENTE Y MERCADO POTENCIAL.”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXÁMEN COMPLEXIVO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR:**

**DIANA CAROLINA MIRANDA CHILAN**

**PROFESOR GUIA:**

**ING. JOSÈ ADRIÀN VALENCIA MEDRANA MSC.  
LA LIBERTAD – ECUADOR**

**JULIO 2021**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA.” PERFIL DEL CLIENTE Y MERCADO POTENCIAL, elaborado por la Srta. Diana Carolina Miranda Chilan, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the left.

---

Ing. José Adrián Valencia Medranda, MSc.

**PROFESOR GUÍA**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El presente trabajo de Titulación denominado “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA” PERFIL DEL CLIENTE Y MERCADO POTENCIAL, elaborado por la Srta. Diana Carolina Miranda Chilan, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa Transferencia de los derechos autorales. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente.



---

Miranda Chilan Diana Carolina  
C.I. 2450089723

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme formado como profesional*

*A mis maestros de cátedra por la enseñanza dada y dedicación dentro de las aulas de clases*

*A mi profesor guía que estuvo en el proceso del trabajo de investigación por haber formado parte del mismo, mostrando dedicación y tiempo en todo momento*

*A mis padres quienes estuvieron en cada etapa de mi vida dándome su apoyo incondicional y por creer en todo momento en mí depositando su confianza, a ellos mis agradecimientos quienes merecen este logro por el sacrificio dado.*

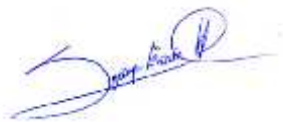
*Diana Carolina Miranda Chilan*

## **DEDICATORIA**

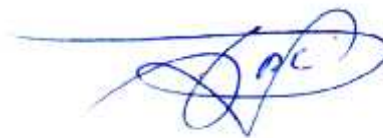
*A Dios agradeciendo por ser el que me da las fuerzas y el conocimiento por que en el puse mi confianza para dar este gran paso y cumplir mis metas. A mi madre Sandra Chilan quien me daba las fuerzas en el diario vivir a ella por ser mi guía en la vida que gracias a sus esfuerzos y oraciones logre culminar mis estudios a mi padre Francisco Miranda quien se esforzaba día a día en el trabajo arduo, porque por ellos puedo decir que lo logre. A mis tías mis tíos mis primos que creyeron en mí, a mis amigas cercanas Gema y Nathaly quienes también formaron parte de este proceso académico estando conmigo diciéndome “vamos que si puedes”, a Marco que sin duda alguna estaba dispuesto a brindar su ayuda en mis estudios dándome aliento para que perseverara en esta etapa. Si a todos ellos porque fueron y serán mi pilar fundamental para seguir adelante, son la fuente de mi inspiración y el motor que mueve mi corazón para no rendirme y seguir adelante*

*Diana Carolina Miranda Chilan*

## TRIBUNAL DE GRADO



.....  
Ing. Soraya Linzan Rodríguez, MSc.  
**DIRECTORA CARRERA DE  
GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURÍSTICO**



.....  
Ing. José Adrián Valencia Medrana MSc.  
**DOCENTE GUÍA**



.....  
Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.  
**DOCENTE TUTOR**



.....  
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc  
**DOCENTE ESPECIALISTA**

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
DESARROLLO .....	2
1. JUSTIFICACIÓN .....	2
2. PROBLEMA A RESOLVER .....	3
3. OBJETIVO GENERAL .....	3
4. RESUMEN EJECUTIVO .....	3
5. MISIÓN Y VISIÓN .....	5
5.1 Misión .....	5
5.2 Visión.....	5
5.3 Valores .....	5
5.4 Metas.....	5
6. ANÁLISIS DE MERCADOS .....	6
6.1 Perfil del cliente y mercado potencial.....	6
6.2 Análisis PESTAL .....	24
6.3 Análisis FODA .....	26
7. CONCLUSIONES .....	27
8. RECOMENDACIONES .....	27
9. BIBLIOGRAFÍA .....	27
Anexo: cuestionario de preguntas .....	28

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Lugar de residencia.....	8
Figura 2 Rango de edad.....	9
Figura 3 Sexo de los encuestados.....	10
Figura 4 Estado civil .....	10
Figura 5 ingreso mensual .....	11
Figura 6 Nivel de estudio .....	12
Figura 7 Motivo de viaje .....	13

Figura 8 Como viaja.....	14
Figura 9 Tipo de alojamiento .....	15
Figura 10 Ubicación del hotel .....	16
Figura 11 Servicios complementarios .....	17
Figura 12 Importancia al escoger un hotel .....	18
Figura 13 Disposición de pago.....	19
Figura 14 Duración de estadía.....	20
Figura 15 Medios de información .....	21
Figura 16 Conocimiento término sostenible .....	22
Figura 17 Practicas sostenibles .....	22
Figura 18 Hotel sostenible .....	23

#### **ÍNDICE DE TABLA**

Tabla 1 Análisis PESTAL.....	24
Tabla 2 Análisis FODA.....	26



# **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA. PERFIL DEL CLIENTE Y MERCADO POTENCIAL”**

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación muestra la diversidad hotelera que se puede efectuar en la provincia de Santa Elena y así brindar un servicio único y amigable al medio ambiente por sus diferentes estrategias implementadas que harán que este hotel de un servicio de calidad con los objetivo de diversificar la oferta hotelera y prestar atención diferente a lo habitual, para cumplir con lo acotado se recopilo información exhaustiva mediante un estudio de mercado que a través de datos específicos se adquirió información necesaria para saber las necesidades del turista consumidor que en efecto sirvió para generar ideas complementarias para el trabajo de investigación y sea un trabajo de excelencia acotando que conto con misión y visión lo que es complementario para que sea un negocio rentable

**Palabras claves:** sostenible, diversidad, medio ambiente, servicio

## **ABSTRACT**

The present research work shows the hotel diversity that can be carried out in the province of Santa Elena and thus provide a unique and environmentally friendly service due to its different implemented strategies that will make this hotel a quality service in order to diversify the hotel offer and pay different attention to the usual, in order to comply with the limited, exhaustive information was collected through a market study that through specific data, the necessary information was acquired to know the needs of the consumer tourist that in effect served to generate complementary ideas for the research work and be a work of excellence, noting that I have a mission and vision which is complementary to make it a profitable business

**Keywords:** sustainable, diversity, environment, service

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación busca diversificar la oferta hotelera en la comuna Olón, provincia de Santa Elena con parámetros distintos, algo que sea diferente a lo habitual brindando así un servicio de calidad con personal netamente capacitado para atender las necesidades de los clientes. El plan de negocios para la creación de un hotel sostenible es un trabajo enfocado en la sostenibilidad buscando preservar el medio ambiente por lo que a nivel local no se encuentra uno como tal con estos distintivos, siendo así pioneros en implementar una estructura con estas características es por tal razón que se dio la creatividad de crear un hotel con estas particularidades amigables al medio ambiente siendo así un hotel netamente ecológico construido con materiales como madera y caña guadua por lo que será uno de los pioneros en contar con estos aspectos fundamentales.

Por tal razón para cumplir con todos estos parámetros se realizó arduamente trabajo de investigación para conocer las problemáticas del lugar y todo lo que se puede implementar, así mismo se ejecutó encuestas que nos demostró todo lo relacionado con las satisfacciones del cliente y que es lo que buscan al momento de hospedarse en un alojamiento con todo esto se recabó toda la información necesaria para proceder con el trabajo del plan de negocios.

## **DESARROLLO**

### **1. JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto busca diversificar la oferta hotelera del sector, ofreciendo un producto diferente a lo habitual, amigable con el medio ambiente. Actualmente en la comuna Olón no existe hotel alguno que se compare con las dimensiones o tipología de este proyecto, convirtiendo a este en uno de los hoteles primeros en ofrecer un enfoque de naturaleza y sostenibilidad dentro de su oferta de servicio. Lo que busca generar en el turista una ruptura de paradigmas a través de la vivencia de experiencias insuperables, haciéndolo participe de la responsabilidad ecológica al huésped lo que justifica la puesta en marcha del hotel sostenible Paradise que permitirá ser los primeros en ofrecer acceso a la naturaleza que posee Olón.

Adicionalmente, con el proyecto se incentiva a cuidar del medio ambiente por medio de la utilización adecuada de los recursos, encontrando nuevas formas de brindar un servicio de calidad que no acrecenté la destrucción del medio ambiente. El hotel sostenible, por su ubicación no tendrá acceso al ruido habitual de la comunidad ,otorgando un ambiente de paz y armonía, los recursos para su construcción serán acordes a su entorno como madera y caña guadua, se hará uso de energías limpias, gracias a uno de los proyectos de la prefectura a implementarse en los próximos años al cual se tiene planificado ingresar como uno de los primeros hoteles en gestionar para obtener su energía de la planta solar que se construirá en la comuna Juan Montalvo de la provincia de Santa Elena por todo esto el hotel Paradise será un atractivo por su innovación en sostenibilidad.

Olón cuenta con una demanda considerable de extranjeros, los que, por su origen según datos del Ministerio de Turismo, provienen de Estados Unidos, Canadá y otros países, estas son personas que traen consigo una cultura diferente, enfocada a la responsabilidad social con el medio ambiente, lo que permitirá que el hotel tenga una

buena aceptación. La idea de crear un hotel sostenible mejorará la oferta hotelera y dará impulso a la economía del sector. Llegándose a concretar el proyecto será una fuente de empleo para los habitantes, además de dar ejemplo del buen uso de los recursos y cuidado del medio ambiente en la comuna Olón.

## **2. PROBLEMA A RESOLVER**

Actualmente existe una creciente demanda de turistas que acuden a la comunidad de Olon, quienes buscan hospedarse en establecimientos localizados cerca de la naturaleza alejados del ruido, por esta razón se da paso a la creación de un Hotel sostenible.

## **3. OBJETIVO GENERAL**

Establecer la viabilidad y factibilidad del plan de negocio para la creación del hotel sostenible Eco Paradise en la comuna Olón, Provincia de Santa Elena.

## **4. RESUMEN EJECUTIVO**

El hotel Eco Paradise es un proyecto que nace por la necesidad de los turistas nacionales y extranjeros de disponer servicios de hospedaje cuando acuden a la comunidad, buscando un ambiente de esparcimiento, recreación y diversión, mientras que sus estadías sean placenteras disfrutando de paz y tranquilidad, en habitaciones confortantes, con singulares ventanas panorámicas que permitan tener contacto directo con la naturaleza, a través de la visualización de sus paisajes exóticos y exuberantes. Eco Paradise, estará ubicado a 800 m de la comunidad de Olón, provincia de Santa Elena

y se constituye como un tipo de empresa sociedad anónima conformada con accionistas y capital social.

Los posibles clientes que acudirán al hotel, tomando en consideración los resultados obtenidos por la herramienta de investigación de mercado serán las personas extranjeras que visitan la comunidad de Olón, las cuáles poseen edades entre 36 y 48 años, los mismos que necesitan disfrutar de estadías en ambientes naturales y tranquilos.

El hotel será construido con materiales que causen menor impacto al medio ambiente, con un diseño rústico y decoraciones agradables, añadiendo el confort para que sea placentero para los huéspedes. La adquisición de materiales se llevará a cabo aportando a la economía local de la zona, implicando como recurso humano a los habitantes de la comunidad, contando con personal capacitado para satisfacer las necesidades requeridas por el huésped.

La inversión requerida para la realización del proyecto es de un monto de \$311.642, cantidad que se pretende financiar mediante un crédito bancario; se menciona además que el proyecto contará con todos los permisos legales ante los respectivos entes reguladores gubernamentales, privados y sociales.

La TIR del proyecto es de 34% y el VAN corresponde a \$257.663,30, lo que demuestra la factibilidad de la propuesta y su rentabilidad para los accionistas.

## **5. MISIÓN Y VISIÓN**

### **5.1 Misión**

Prestar un servicio de alojamiento, brindando atención de alta calidad, con personal capacitado y competente que ofrezca experiencias únicas teniendo contacto puro con la naturaleza en un entorno privilegiado, a fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, considerando además que nuestro compromiso está enfocado en el equilibrio de los aspectos de la sostenibilidad.

### **5.2 Visión**

Ser una empresa posicionada en el mercado hotelero, liderando entre las primeras opciones de turistas nacionales y extranjeros, por su extraordinaria calidad de servicio, consolidando la rentabilidad responsable y manteniendo el compromiso arduo entre accionistas, trabajadores y comunidad en general.

### **5.3 Valores**

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Preservación del medio ambiente
- ✓ Hospitalidad

### **5.4 Metas**

- ✓ Implementar en un 95% estrategias de marketing que permitan hacer del hotel un referente en sostenibilidad para el año 2022.

## 6. ANÁLISIS DE MERCADOS

### 6.1 Perfil del cliente y mercado potencial

El grupo objetivo a quien estará dirigido el producto/servicio corresponde al conjunto de personas nacionales y extranjeros que desean encontrar estadias en lugares tranquilos y placenteros en un ambiente de paz y armonía, manteniendo contacto con la naturaleza, además que posean características afines al producto que se ofrecerá, este servicio estará dirigido hacia personas en edades comprendidas entre adultos y con un nivel de estudio superior, cabe mencionar que el servicio también se ofrecerá a familias y grupos, quienes tendrán la opción de alojarse en un establecimientos con características sostenibles.

La comunidad de Olón cuenta con una extensa playa, lugares para degustar alimentos y bebidas autóctonos de la localidad, y un llamativo y extenso bosque. Esto ha llamado la atención de turistas nacionales y extranjeros, quienes visitan este lugar para poder disfrutar de estos maravillosos atractivos. Sin embargo, no existe una cifra que muestre la cantidad de turistas que acuden a la comunidad, es por eso que se procede al cálculo de la muestra con fórmula infinita, debido a que se desconoce la población de turistas que se desplazan a la comunidad, lo que da como resultado lo siguiente:

Fórmula para obtener el tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

n=? Turistas

Z= 95% Nivel de confianza

p=50% Probabilidad de éxito

q=50% Probabilidad de fracaso

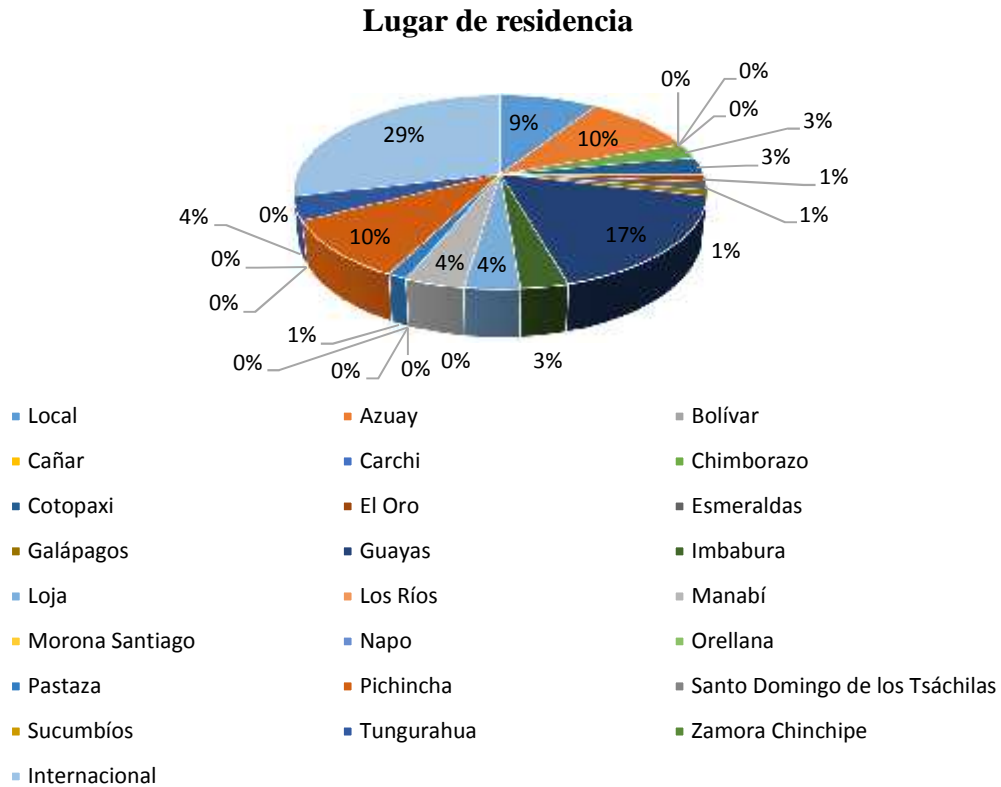
e=5%      Precisión de error

$$\begin{aligned}n &= \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2} \\n &= \frac{0,9604}{0,0025} \\n &= 384,16 \\n &= 384\end{aligned}$$

El número de encuesta que se realizará es de 384, a turistas nacionales y extranjeros.



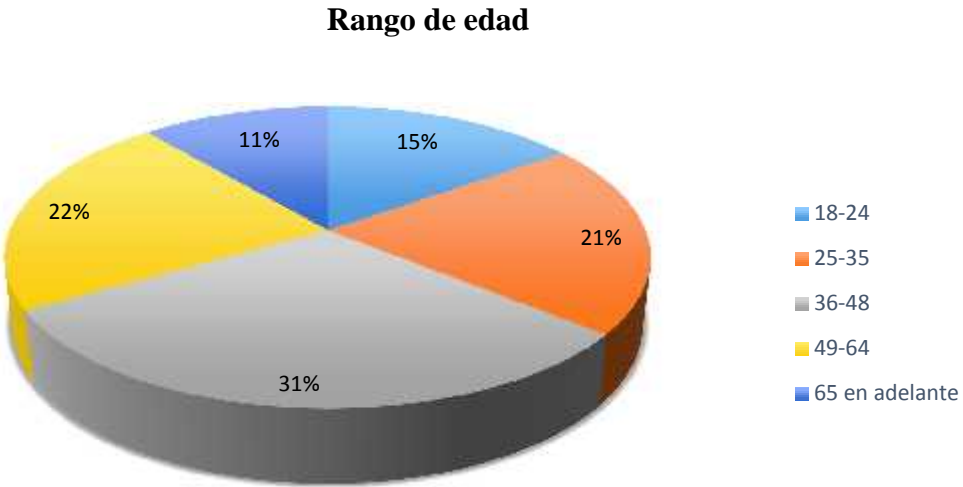
Análisis de resultados  
**Pregunta N° 1: Lugar de residencia**



**Figura 1** Lugar de residencia

Para realizar el estudio en cuestión se tomó en consideración a las 24 provincias que posee el Ecuador, anexando también el ámbito internacional, que es un segmento idóneo que visita la comuna Olón, entre los resultados obtenidos se evidencia que el porcentaje mayor de visitantes en la comunidad, corresponde a los turistas internacionales con un 29% en comparación con la población, seguido de un 17% de turistas nacionales, pertenecientes a la provincia del Guayas, mientras que el 10% corresponde a turistas de la provincia de Pichincha y Azuay, con el 9% de turistas locales, y el restante se evidencia en menor porcentaje de las otras provincias.

**Pregunta N° 2: Rango de edad**



**Figura 2** Rango de edad

Del total los encuestados, el porcentaje mayor es del 31%, que corresponden a personas con un rango de edad de 36 a 48 años, seguido del 22% de personas entre 49 a 64 años, mientras que el 21% y el 15% representa a los adultos de entre 18 a 35 años, y con un porcentaje menor se evidencia a las personas de 65 en adelante, es decir adultos mayores

**Pregunta N° 3: Sexo de los encuestados**



**Figura 3** Sexo de los encuestados

Con la encuesta realizada se determinó que la mayor cantidad de personas que visitan la comuna Olón corresponde al sexo femenino, con un porcentaje del 56%, a diferencia del sexo masculino que representa al 44% de los encuestados.

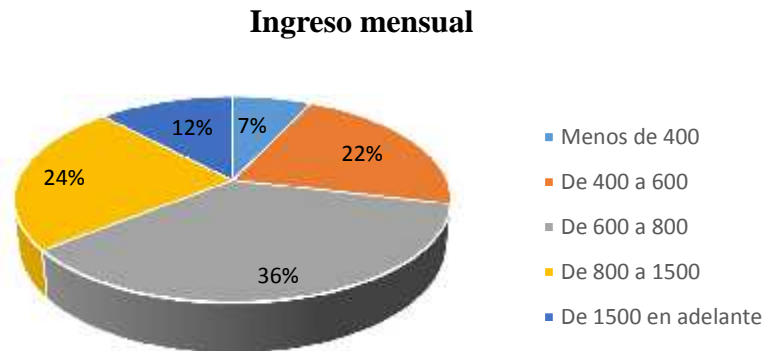
**Pregunta N° 4: Estado civil**



**Figura 4** Estado civil

En el estudio realizado a los turistas que visitan la comuna Olón, se pudo constatar el estado civil de las personas, teniendo como resultado que el 49%, que aproximadamente corresponde a la media, son personas casadas, seguido del 29% que representa a turistas con estado civil solteros, mientras que el 16% son personas con unión libre, y el 5% y 1% corresponden a personas en estado de viudez o divorciados.

### Pregunta N° 5: Ingreso mensual



**Figura 5** ingreso mensual

El ingreso mensual de los encuestados corresponde en su mayoría al rango de 600 a 800 dólares, representados con el 36% de la población en estudio, seguido del 24% de personas que tienen ingresos mensuales de 800 a 1500, porcentaje similar al 22% de turistas que tienen ingresos de 400 a 600 dólares, y solo un 12% gana de 1500 en adelante, sin embargo, el 7% corresponde a personas que tienen un salario de menos de 400 dólares.

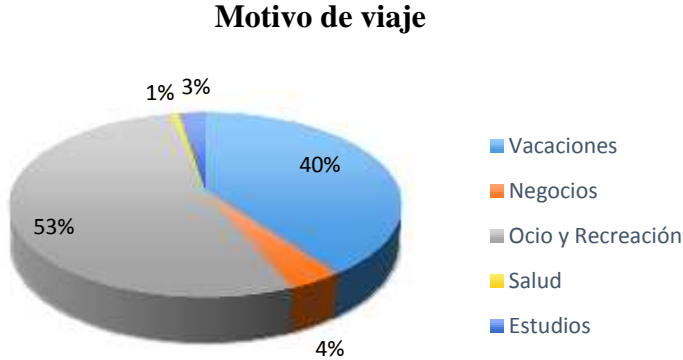
**Pregunta N° 6 ¿Cuál es su nivel de estudio?**



**Figura 6** Nivel de estudio

En los siguientes datos estadísticos muestran el nivel de estudio que tienen las personas encuestadas, mediante la recopilación de esta información se puede tener una idea más clara de perfil del cliente que desee adquirir los servicios del hotel. En este caso el mayor porcentaje equivale a un 52% de los encuestados que tienen un nivel de estudios universitario, en cuanto en un 30% se encuentran las personas que tienen un nivel de estudios secundarios, de la misma manera se refleja que en un 9% de los encuestados con un nivel de estudio en posgrado, dichos resultados representan la posibilidad que el producto sea adquirido por personas con un nivel de estudio de tercer nivel.

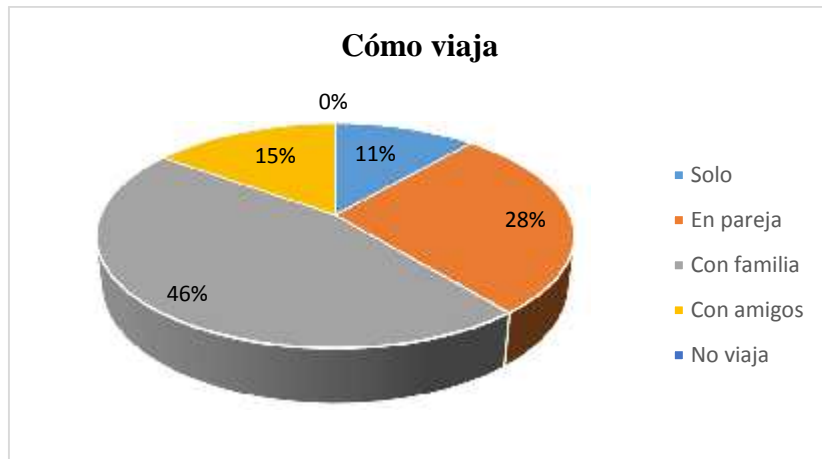
**Pregunta N° 7 ¿Cuál es el motivo de viaje?**



**Figura 7** Motivo de viaje

En el levantamiento de información se manifiesta que los viajeros tienen por principal motivo el viaje por ocio y recreación que representa un 53% mencionando de esta manera el querer hacer partícipe de actividades motivadoras y productivas de acuerdo a su estabilidad emocional, de la misma manera se manifiesta que los encuetados en un 40% viajan por motivos de vacaciones queriendo salir de la rutina diaria de trabajo para pasar buenos momentos que le permita encontrar paz y tranquilidad.

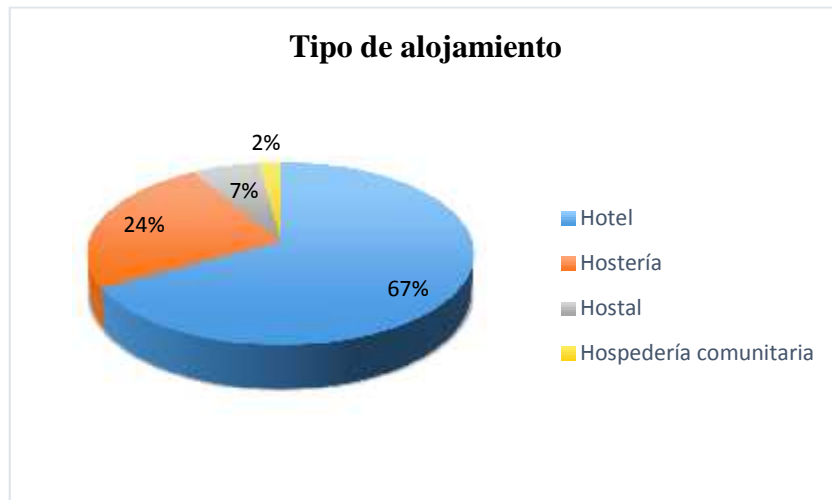
**Pregunta N° 8 Cuándo viaje por placer ¿Cómo suele hacerlo?**



**Figura 8** Como viaja

Mediante el levantamiento de información a los encuestados muestran que las personas que visitan la comuna Olón viajan en familia representando un 46% de los encuestados, un 28% de los turistas viajan en parejas, un 11% viajan con amigos y el 11 % de los turistas que viajan solos, razón por el cual el Hotel Eco Paradise contará con habitaciones que se adaptan a la necesidad de las personas que viajan en familia, en parejas y amigos.

**Pregunta N° 9 ¿En qué tipo de alojamiento pernocta?**

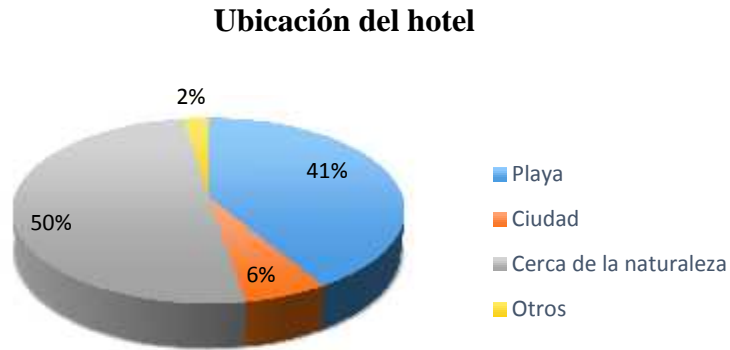


**Figura 9** Tipo de alojamiento

Para obtener datos más específicos de gusto y preferencias de los establecimientos más concurridos de los turistas que visita esta comuna se le pregunto sobre características del lugar donde deseen pernoctar reflejando en un 67% de los turistas que acuden a un hotel, mencionado la importancia que tienen los hoteles en cuanto a comodidad, infraestructura, servicio al cliente etc. De la misma manera se manifiesta que entre las plazas hoteleras que suelen ser requeridas están las hosterías con un 24% y un 7% que representan los hostales.



**Pregunta N° 10 ¿En qué lugares le gustaría que estuviera ubicado el lugar donde va a pernoctar**

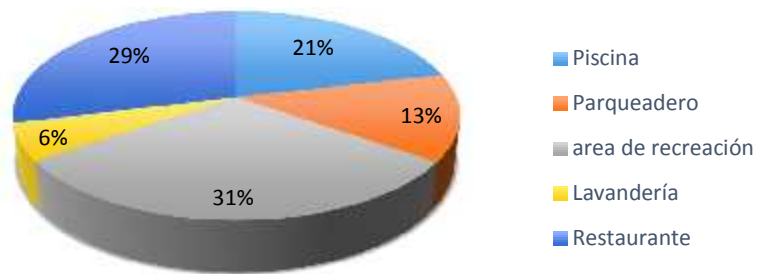


**Figura 10** Ubicación del hotel

Basado a la siguiente estadística se comprueba que el porcentaje del 50% los encuestados tienen preferencias en permanecer en un establecimiento ubicado cerca de la naturaleza, también se manifiesta que en el 41% tienen preferencias por un establecimiento que este cerca de la playa y en un 6% de los encuestados optan por un establecimiento que este en la ciudad, considerando el porcentaje de aceptación de los establecimiento que estén cerca de la naturaleza hacen aceptable la idea del hotel Eco Paradise.

**Pregunta N° 11 ¿Cuáles son los servicios complementarios que usted tomaría en cuenta para hospedarse en un hotel?**

**Servicios complementarios**

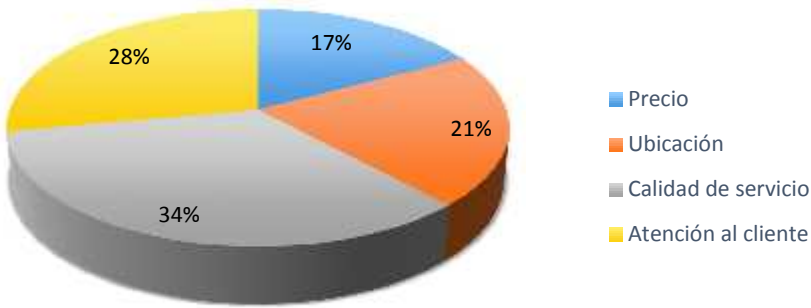


**Figura 11** Servicios complementarios

De acuerdo a los encuestados, el 31% de turistas que visitan la comunidad de Olón indicaron que al momento de hospedarse en un hotel les gustaría que contaran con área de recreación para poder realizar distintas actividades dentro del hotel y así tener un mejor disfrute en su estancia, mientras que el 29% opto por el servicio de restaurante para probar las comidas típicas de la provincia, el 21% prefirió que el hotel cuente con piscina para poder tener momentos de relajación, el 13% de los turistas prefieren parqueadero para que sus autos permanezcan dentro del hotel

**Pregunta N° 12 ¿Qué es lo más importante para usted a la hora de escoger un hotel?**

**Importancia al escoger un hotel**

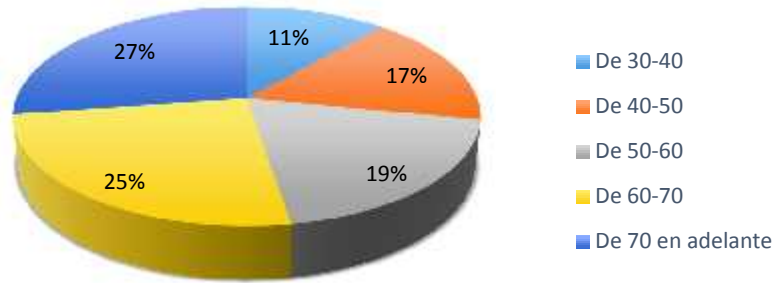


**Figura 12** Importancia al escoger un hotel

En la gráfica se observa que los encuestados en 34% para ellos es importante la calidad de servicio puesto que mediante aquello el hotel refleja que cuenta con todo lo necesario para cumplir las expectativas del cliente al momento de hospedarse, mientras que 28% prefieren la atención al cliente porque demostrara que el hotel está altamente capacitado.

**Pregunta N°13 ¿Cuánto esa dispuesto a pagar por su estancia?**

**Disposición de pago**

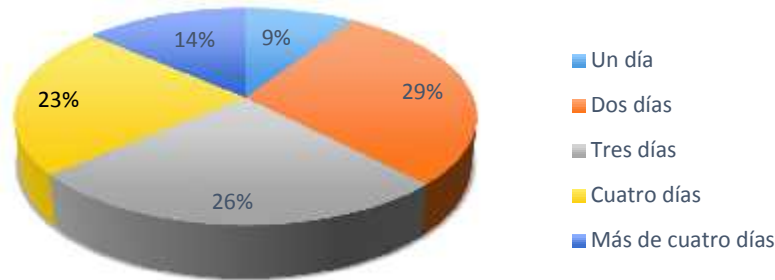


**Figura 13** Disposición de pago

Se refleja en la gráfica que los valores a pagar la estadía en un hotel el 27% de los turistas dijeron que pagarían entre \$60 y \$70 dólares de acuerdo al hotel que se hospeden y los distintos servicios que este ofrecería, el 11% están dispuestos a cancelar entre \$30 y \$40 ellos optan más por la estancia antes que los diferentes servicios que el hotel brinda ya que solo buscan un hotel para pernoctar la noche o los días que se queden.

**Pregunta N° 14 ¿Cuánto suele durar tu estadía?**

**Duración de estadía**



**Figura 14** Duración de estadía

El 29% de los encuestados manifestaron que su estadía suele durar dos días primero porque en esos días son suficiente para poder conocer el lugar donde decidieron visitar la cual resulta bastante satisfactorio y el 23% dijeron que prefieren pernoctar cuatro días para así tener un mejor disfrute y experiencia en la comunidad de Olón.

**Pregunta N° 15 ¿Cuáles son los medios más frecuentes en los que usted se informa sobre los hoteles?**

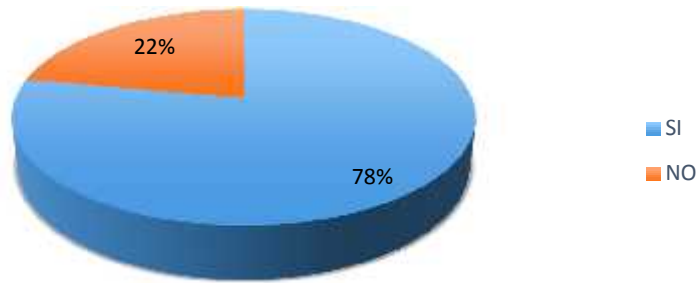


**Figura 15** Medios de información

Observando el grafico N°15 podemos verificar que las personas que llegan a informarse de los diferentes hoteles que hay en la comunidad de Olón, es mediante las redes sociales debido a que esta opción tuvo la mayor selección como respuesta entre los encuestados.

**Pregunta N° 16 ¿Conoce el termino de sostenibilidad?**

**Conocimiento término sostenibilidad**

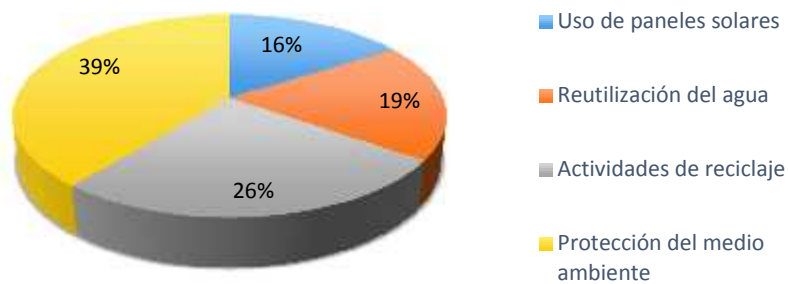


**Figura 16** Conocimiento término sostenible

Según el grafico numero 16 la mayoría de las personas encuestadas conocen sobre el término de la sostenibilidad ya que dio como resultado un 78%, y solo el 22% no conocen sobre el término.

**Pregunta N° 17 ¿Qué prácticas de sostenibilidad le gustaría que tuviera un hotel sostenible?**

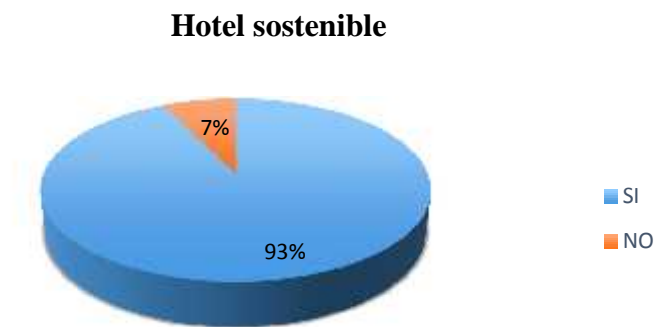
**Prácticas sostenibles**



**Figura 17** Practicas sostenibles

Analizando el grafico número 17 se puede observar que las personas encuestadas tienen en consideración que los hoteles apliquen estas medidas acerca de la sostenibilidad, debido a que todas las opciones acerca de la sostenibilidad fueron elegidas, pero la que tuvo una mayor aceptación fue la opción de “protección del medio ambiente” ya que tuvo el 39% de aceptación por los encuestados.

**Pregunta N° 18 ¿Le gustaría hospedarse en un hotel sostenible?**



**Figura 18** Hotel sostenible

Observando el grafico número 18 se puede verificar que la mayoría de las personas encuestadas les gustaría hospedarse en un hotel sostenible, debido a que tuvo un 93% de aceptación el 7% restante dijo que no debido a la falta de conocimiento del término.



## 6.2 Análisis PESTAL

**Tabla 1**

### Análisis PESTAL

<b>Análisis PESTAL</b>	
<p><b>Político</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estancamiento turístico por políticas del estado.</li> <li>✓ Según la ley de turismo la iniciativa de inversión privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.</li> <li>✓ La ley de turismo menciona la participación de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.</li> </ul>	<p><b>Económico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Según el Ministerio de Finanzas la situación económica del país está en decrecimiento.</li> <li>✓ Según el Ministerio de Trabajo hubo 11 820 empleados que fueron despedidos en el último feriado.</li> <li>✓ Según el Ministerio de Economía y Finanzas la principal fuente de ingresos económicos es el petróleo, manteniéndose en primer lugar le siguen la exportación de banano, cacao y el turismo.</li> <li>✓ Según el Ministerio de Turismo, el último feriado fue positivo para el sector costero, debido a que más 565 mil turistas se movilizaron en el país dejando más de 56 millones de dólares.</li> <li>✓ Préstamos bancarios para pequeñas y medianas empresas por parte de los bancos del Estado, y otros como BanEcuador, Banco del Pacífico.</li> </ul>
<p><b>Social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Según el INEC el ecuatoriano de clase media y clase baja no cuenta con un trabajo estable.</li> <li>✓ Según el INEC existe un 2.3% de analfabetismo en el Ecuador.</li> <li>✓ Según el INEC el 70% de trabajadores ecuatorianos ganan el sueldo básico, el resto tienen un sueldo más considerable con lo que pueden cubrir la canasta básica establecida por la misma entidad pública.</li> <li>✓ Los posibles clientes que solicitaran el servicio de alojamiento serían personas de clase media y alta, debido a que no existiría una complicación en su economía familiar.</li> </ul>	<p><b>Tecnológico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generar nuevas fuentes de información a través de redes sociales, páginas web, aplicaciones, etc.</li> <li>✓ En el Ecuador el desarrollo tecnológico es evidente así lo demuestra el INEC (2018) con el crecimiento de 27% de tecnologías.</li> <li>✓ En el 2019 el Ecuador tuvo un aumento de un 90% en telefonía celular y fija.</li> <li>✓ Según el INEC hubo un aumento de la fibra óptica en el Ecuador para tener una mejor conexión de internet.</li> <li>✓ Implementación de nuevos programas dentro del hotel con los que ayudara a tener un mejor control del negocio.</li> <li>✓ Facilitar el trabajo de registro para los posibles clientes.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Peligro de remplazar trabajadores con el aumento de tecnología en el lugar.</li> </ul>
<p><b>Ambiental</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Según el Ministerio del Ambiente el Ecuador cuenta con 11 Parques Nacionales.</li> <li>✓ Según el Ministerio del Ambiente existen 51 áreas naturales Protegidas en el Ecuador repartidas por todas sus provincias.</li> <li>✓ Ecuador es un país que cuenta con cuatro regiones: Costa, Sierra, Oriente, Insular.</li> <li>✓ Posible riesgo de desastres naturales debido al cambio climático</li> </ul>	<p><b>Legal</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Según el artículo 5 de la ley de turismo establece como actividad turística al servicio de alojamiento.</li> <li>✓ Información errónea por parte los diferentes Gads municipales.</li> <li>✓ El código penal del Ecuador no tiene respaldo debido a que sus leyes se van modificando cada periodo, con la que genera inseguridad en el ciudadano ecuatoriano</li> <li>✓ No existe una constitución estable debido a que con cada periodo presidencial se va modificando.</li> </ul>

### 6.3 Análisis FODA

**Tabla 2**

*Análisis FODA*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Olón está localizado en la ruta del Spondylus, y en toda la zona costera de la región.</li> <li>✓ El hotel estará ubicado en un área natural, ideal para el disfrute de plena tranquilidad y descanso</li> <li>✓ Se puede acceder por dos vías totalmente adecuadas para el turista</li> <li>✓ Personal capacitado en atención y servicio al cliente</li> <li>✓ Personal motivado en su trabajo</li> <li>✓ El hotel poseerá aspectos diferenciadores a los demás, desde su ubicación, características de servicios y atención</li> <li>✓ Conocimientos de los accionistas en el ámbito turístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Presenta una variedad de actividades turísticas aptos para los visitantes, como senderismo, bicicleta de montaña, avistamiento de aves y actividades de aventura como el surf</li> <li>✓ Olón posee un clima ideal para disfrutar de las estadias</li> <li>✓ Cerca de la localidad, se encuentra la comuna Montañita, lugar que complementa las actividades que los visitantes deseen realizar y servicios que deseen utilizar</li> <li>✓ Escasos hoteles en un concepto natural</li> <li>✓ Aporte positivo al desarrollo de la comunidad, involucrando al recurso humano en la empresa.</li> <li>✓ Inexistencia de hoteles sostenibles en la localidad</li> <li>✓ Se podrá apreciar de la vegetación en todo su esplendor.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La cantidad de inversión inicial para la creación de hotel es alta</li> <li>✓ La estacionalidad produce baja rentabilidad</li> <li>✓ Falta de experiencia administrativa por parte de los creadores del hotel</li> <li>✓ Contrato de personal externo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Presencia de desastres naturales que podrían debilitar la infraestructura del hotel</li> <li>➤ Falta de centros de información turística por parte de la gestión comunal</li> <li>➤ Falta de concientización y educación por el cuidado al entorno</li> <li>➤ Posibilidad de nueva competencia en el mercado por la creación de nuevos establecimientos sostenibles en el sector</li> <li>➤ Existencia de hosterías cercanas</li> <li>➤ Otros hoteles ya posicionados en el mercado turístico</li> </ul>

## **7. CONCLUSIONES**

- ✓ la comunidad de Olón se encuentra privilegiada por poseer a su alrededor vegetación y atractivos naturales, con el proyecto se busca crear un espacio agradable y natural para los huéspedes y así fomentar el turismo en la comunidad
- ✓ Para llevar a cabo el plan de negocios se ejecutaron encuestas a los turistas extranjeros y nacionales para analizar la segmentación de mercado, además se ha obtenido información mediante distintos indicadores como fijación de precios, servicios a ofrecer, el tiempo de estadía, etc. La cual acoplaremos de acuerdo con cada necesidad, preferencias y gustos del cliente consumidor o huésped, con esta información adquirida por medio de las encuestas se busca llenar las expectativas del cliente y así ser un hotel sostenible de primera.
- ✓ Con la creación del proyecto hotel eco sostenible Paradise busca impulsar el turismo e incrementar plazas de trabajos para las personas de la localidad y así enfocarse en brindar un servicio de calidad a los turistas tanto nacionales como extranjeros.
- ✓ La atención al cliente y el servicio es una ventaja competitiva frente a las demás plazas hoteleras que se encuentran alrededor puesto que para brindar los distintos servicios el personal se encontrara en constante capacitación para brindar atención de primera y ser un hotel de calidad.

## **8. RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda que para la creación del hotel eco sostenible Paradise es fundamental dividir el capital para obtener ganancias favorables a futuro.
- ✓ De igual manera se recomienda un plan estratégico para crear conciencia con el uso y cuidado del medio ambiente en el personal y los turistas que visitan el hotel eco sostenible y así llegar a ser un hotel de primera por llevar a cabo la concientización a la preservación

## **9. BIBLIOGRAFÍA**

Apolo, J. Y. (2016). *Plan de negocios para la construcción y puesta en marcha de un hotel de 4 estrellas en la ciudad de Quito* .

Armijos, M. (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Santiago de Chile: Naciones Unidas : Manual 69.

INEC. (2018). *Plan para el Fortalecimiento de estadísticas del trabajo 2018-2021*.

Morales, A., & Morales, J. A. (2009). *Proyectos de Inversión*. México: Mc Graw Hill.

Prieto, S. C. (2017). *Emprendimiento. Concepto y Plan de negocio*. México: Pearson Educación .

## Anexo: cuestionario de preguntas

<b>N° Encuesta:</b>	<b>Estudiante:</b>
<b>Fecha:</b>	<b>Localización:</b>

Este instrumento de recolección de datos forma parte del proceso de titulación como estudiantes de la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, el mismo que comprende la elaboración de un plan de negocio para la creación de un hotel, por tal motivo se requiere realizar encuestas a los turistas de la comunidad de Olón con fines netamente académicos para identificar cuál es el perfil del visitante que visita la comunidad y el grado de aceptación que tendrá el hotel sostenible acorde las necesidades del turista.

<b>A. DIMENSION GEOGRAFICA</b>			
<b>B.</b>			
A1. lugar de residencia			
<input type="checkbox"/> Local 1	<input type="checkbox"/> Azuay -2	<input type="checkbox"/> Bolívar -3	<input type="checkbox"/> Cañar -4
<input type="checkbox"/> Cotopaxi -7	<input type="checkbox"/> El oro -8	<input type="checkbox"/> Esmeraldas -9	<input type="checkbox"/> Galápagos -10
<input type="checkbox"/> Loja -13	<input type="checkbox"/> Los Ríos -14	<input type="checkbox"/> Manabí -15	<input type="checkbox"/> Morona -16
<input type="checkbox"/> Pastaza -19	<input type="checkbox"/> Pichincha -20	<input type="checkbox"/> Santo Domingo de los Tsáchilas -21	<input type="checkbox"/> Tungurahua -23
<input type="checkbox"/> Internacional -25	País: .....		
<b>C. DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA</b>			
<b>B1. Rango de edades</b> <input type="checkbox"/> 18-24 -1 <input type="checkbox"/> 25-35 -2 <input type="checkbox"/> 36-48 -3 <input type="checkbox"/> 49-64 -4 <input type="checkbox"/> 65 en adelante -5  <b>B2. Sexo</b> <input type="checkbox"/> Hombre -1 <input type="checkbox"/> Mujer -2	<b>B3. estado civil</b> <input type="checkbox"/> Soltero -1 <input type="checkbox"/> Casado -2 <input type="checkbox"/> Unión Libre -3 <input type="checkbox"/> Viudo -4 <input type="checkbox"/> Divorciado -5	<b>B4. ingreso mensual</b> <input type="checkbox"/> Menos de 400 -1 <input type="checkbox"/> De 400 a 600 -2 <input type="checkbox"/> De 600 a 800 -3 <input type="checkbox"/> De 800 a 1.500 -4 <input type="checkbox"/> Más de 1.500 -5	<b>B5. Nivel de estudio</b> <input type="checkbox"/> Sin estudios -1 <input type="checkbox"/> Primarios -2 <input type="checkbox"/> Secundarios -3 <input type="checkbox"/> Universitarios -4 <input type="checkbox"/> Posgrado -5
<b>D. DIMENSIÓN PSICOGRAFICA</b>			
C1. Motivos de viajes			
<input type="checkbox"/> Vacaciones -1	<input type="checkbox"/> Negocios -2	<input type="checkbox"/> Ocio y recreación -3	<input type="checkbox"/> Salud -4
C2. Cuando viaja por placer ¿Cómo suele hacerlo?			
<input type="checkbox"/> Solo -1	<input type="checkbox"/> En pareja -2	<input type="checkbox"/> Con familia -3	<input type="checkbox"/> Con amigos -4
C3. ¿En qué tipo de alojamiento pernocta?			
<input type="checkbox"/> Hotel -1	<input type="checkbox"/> Hostería -2	<input type="checkbox"/> Hostal -3	<input type="checkbox"/> Hospedería comunitaria -4
C4. ¿En qué lugares le gustaría que estuviera ubicado el hotel donde se va a hospedar?			
<input type="checkbox"/> Playa -1	<input type="checkbox"/> Ciudad -2	<input type="checkbox"/> Cerca de la naturaleza -3	<input type="checkbox"/> Otros -4
C5. ¿Cuáles serían los servicios complementarios que usted tomaría en cuenta para hospedarse en un hotel?			
<input type="checkbox"/> Piscina -1	<input type="checkbox"/> parqueadero -2	<input type="checkbox"/> Área de recreación -3	<input type="checkbox"/> Lavandería -4
<input type="checkbox"/> Restaurante -5			

C6. ¿Qué es lo más importante para usted a la hora de escoger un hotel

Precio -1	Ubicación -2	Calidad de servicio -3	Atención al cliente -4
-----------	--------------	------------------------	------------------------

**E. DIMENSION DE MERCADO DE CONSUMO**

C7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su estadía?

De 30 a 40 -1	De 40 a 50 -2	De 50 a 60 -3	De 60 a 70 -4	De 70 en adelante -5
---------------	---------------	---------------	---------------	----------------------

C8. ¿Cuánto suele durar tu estadía?

Un día -1	Dos días -2	Tres días -3	Cuatro días -4	Más de cuatro días -5
-----------	-------------	--------------	----------------	-----------------------

C9. ¿Cuáles son los medios más frecuentes en los que usted se informa sobre los hoteles?

Páginas web -1	Familia -2	Amigos -3	Redes sociales -4
----------------	------------	-----------	-------------------

C10. ¿Conoce el término de sostenibilidad?

Si -1	No -2
-------	-------

C11. ¿Qué prácticas de sostenibilidad le gustaría que tuviera un hotel sostenible?

Uso de paneles solares -1	Reutilización del agua -2	Actividades de reciclaje -3	Protección del medio ambiente -4
---------------------------	---------------------------	-----------------------------	----------------------------------

C12. ¿Le gustaría hospedarse en un hotel sostenible?

Si -1	No -2
-------	-------