



	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

PLAN DE EMPRESA
EN LA OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESAS



ECOLODGE BOCACHICA SUMMER

AUTORES

ASCENCIÓN CÉSPEDES MIRMARY CAROLINA

ROMERO CASTRO NASLY MIRLETH

SEGOVIA BUESAQUILLO CHRISTIAN JOSÉ

DIRECTOR DEL PROYECTO MELBA CÁCERES SOTO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

CONTABLES

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CARTAGENA

2020

Tabla de contenido

Plan de empresa.

1. COMPONENTE ORGANIZACIONAL.....	5
1.1. Nombre de la empresa.....	5
1.2. Descripción de la empresa.....	5
1.3. Identidad corporativa.....	5
1.4. Misión.....	6
1.5. Visión.....	6
1.6.1. Objetivo general.....	6
1.6.2. Objetivos específicos.....	7
1.7. Valores.....	7
1.8. Modelo de negocio.....	7
1.9. Estructura organizacional.....	11
1.10. Portafolio de Productos y servicios.....	12
2. COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL.....	14
2.1. Descripción macroeconómica de Colombia.....	14
2.2. Análisis del sector.....	15
2.3. Estudio de mercado.....	17
2.3.1. Análisis de la demanda.....	17
2.3.2. Análisis de la oferta.....	19
2.3.3. Determinación de la demanda actual y potencial.....	21
2.3.4. Análisis de la competencia.....	30

2.3.5. Perfil del consumidor.....	31
2.4. Estrategias Comerciales.....	32
2.4.1. Estrategias de distribución.....	33
2.4.2. Estrategias de precio.....	34
2.4.3. Estrategia de Promoción.....	35
2.4.4. Estrategia digital.....	36
2.5 Proyecciones de venta.....	38
3. COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO.....	42
3.1 Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto.....	42
3.2. Ficha técnica del producto.....	43
3.3. Descripción del proceso productivo y sistema de producción.....	48
3.3.1. Diagrama de flujo.....	55
3.4 Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología).....	57
3.5. Plan de compras.....	65
3.6. Plan de implementación.....	67
3.7. Plan de producción.....	67
3.8. Logística y distribución.....	70
3.9. Procesos de control de calidad, selección de proveedores y cadena de producción.....	74
3.10. Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto.....	75
3.11. Aspectos ambientales y sociales del proyecto.....	77
4. COMPONENTE DE TALENTO HUMANO.....	79
5. COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO.....	89
5.1. Determinación de la forma jurídica.....	89

5.2 Obligaciones tributarias.....	89
5.3 Permisos, licencias y documentación oficial.....	91
5.4 Propiedad intelectual.....	92
6. CONCLUSIONES.....	93
7. BIBLIOGRAFÍA.....	94
8. ANEXOS.....	97

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Productos y servicios.....	12
Tabla 2. Proyección de venta año 2021.....	40
Tabla 3. Proyección de venta año 2022.....	40
Tabla 4. Proyección de venta año 2023.....	41
Tabla 5. Proyección de venta año 2024.....	41
Tabla 6. Proyección de venta año 2025.....	41
Tabla 7. Ficha técnica.....	43
Tabla 8. Equipamiento de cocina.....	57
Tabla 9. Equipamiento de comedor.....	58
Tabla 10. Equipamiento de bar.....	59
Tabla 11. Equipamiento de habitaciones.....	60
Tabla 12. Equipamiento de baños.....	61
Tabla 13. Equipamiento de oficinas.....	61
Tabla 14. Uniformes para el personal.....	62
Tabla 15. Materiales para infraestructura.....	63
Tabla 16. Productos y servicios.....	68

Tabla 17. Descripción de los procesos de producción.....68

Tabla 18. Descripción del equipo emprendedor.....78

Tabla 19. Descripción de los cargos necesarios para Ecolodge Bocachica Summer.....79

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Organigrama del Ecolodge Bocachica Summer.....12

Gráfico 2. Motivos de viaje.....24

Gráfico 3. Planes de viaje.....24

Gráfico 4. Posibilidades de viajar.....25

Gráfico 5. Conocimientos acerca del ecoturismo.....26

Gráfico 6. Experiencias ecoturística.....26

Gráfico 7. Interés por el ecoturismo.....27

Gráfico 8. Interés por los ecohoteles.....27

Gráfico 9. Preferencia por los tipos de ambientes naturales.....28

Gráfico 10. Interés por las etnias.....29

Gráfico 11. Interés por la gastronomía de Cartagena.....29

Gráfico 12. Interés por la pesca artesanal.....30

Gráfico 13. Disposiciones de pago.....39

Gráfico 14. Diagrama de flujo.....55

Gráfico 15. Diagrama de procesos.....56

Gráfico 16. Proceso de compras.....65

Gráfico 17. Plan de implementación.....67

Gráfico 18. Selección de proveedores.....74

Plan de empresa

1. Componente organizacional

1.1. Nombre de la empresa.

Ecolodge Bocachica Summer

1.2. Descripción de la empresa.

El Ecolodge Bocachica Summer, es una empresa que estará ubicada en el corregimiento de Bocachica, prestará un servicio de alojamiento sostenible a todas las personas que disfrutan de la naturaleza y que además estén interesadas en la conservación del medioambiente y en conocer la cultura del corregimiento.

1.3. Identidad corporativa.

El Ecolodge Bocachica Summer es una empresa que tiene una identidad definida, basada en la interacción con el entorno y el buen uso de los recursos naturales, en donde se realizarán gestiones para la educación ambiental, la cual irá dirigida a los visitantes, empleados y comunidad local, con el fin de incrementar el desarrollo económico competitivo. Para lograr este objetivo se trabajará bajo una cultura organizacional colaborativa en donde lo más importante será el trabajo en equipo orientado hacia los objetivos establecidos.

Su nombre está integrado por tres elementos:

- a) Ecolodge, que hace referencia al tipo de alojamiento que ofrecerá el establecimiento, el cual está cimentado en el respeto de los principios de preservación de la naturaleza.
- b) Bocachica, barrio insular de la ciudad de Cartagena en el cual existen diferentes playas de color azul celeste, se refiere a la ubicación del establecimiento.

- c) Summer, el verano indica el mejor momento para visitar, disfrutar, conocer y tener la mejor experiencia.

El logo es la carta de presentación que define la empresa, representa la isla donde estará ubicado el establecimiento de alojamiento y hospedaje rodeado de sus aguas turquesas, así mismo muestra un servicio donde se podrá disfrutar de un ambiente natural, así como el aprovechamiento de los recursos naturales, ya que la planta física estará construida con materiales que son amigables con el medio ambiente.

1.4. Misión.

Somos una empresa de carácter privado dedicada a brindar un servicio de alojamiento a turistas, que tiene en cuenta las repercusiones en el medio ambiente. Tenemos un sentido social por lo que apoyamos a la comunidad de Bocachica en el impulso de la actividad turística. Ecolodge Bocachica Summer cuenta con personal capacitado que trabaja unido en pro de ofrecer un servicio de calidad con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

1.5. Visión.

Para el año 2030 el Ecolodge Bocachica Summer se proyectará como una empresa sostenible, que será reconocida nacional e internacionalmente en el mercado como una empresa innovadora, responsable con el medio ambiente y con la comunidad local, con un talento humano capacitado y responsable para la prestación de un servicio turístico de calidad.

1.6. Objetivos organizacionales.

1.6.1 Objetivo general.

Brindar un servicio de alojamiento para el descanso y el disfrute de la naturaleza del

turista, por medio de un servicio especializado y respetuoso del medioambiente y de la cultura local.

1.6.2 Objetivos específicos.

- ✓ Concienciar por medio de capacitaciones a los visitantes sobre aspectos relevantes para la conservación del medioambiente.
- ✓ Promover la cultura y la actividad turística del corregimiento de Bocachica.
- ✓ Generar fuentes de empleo para la comunidad de Bocachica.
- ✓ Mantener una cultura de calidad y sostenibilidad en el servicio.

1.7. Valores.

- ✓ **Responsabilidad:** Sabemos que el buen funcionamiento de la empresa depende del buen trabajo de todos.
- ✓ **Liderazgo:** Todos tendrán derecho a aportar ideas e innovar.
- ✓ Trabajo en equipo: Cuando nos apoyamos y trabajamos juntos somos más productivos y eficientes.
- ✓ **Servicio al cliente:** Velaremos por superar las expectativas del cliente brindándole un servicio de calidad y en el tiempo preciso.
- ✓ **Respeto y transparencia:** En nuestra empresa reinará la confianza, empatía, armonía y respeto del uno hacia el otro.
- ✓ **Conciencia ambiental:** En el Ecolodge Bocachica Summer velaremos por el buen uso de los recursos naturales y su conservación.

1.8. Modelo de negocio.

El Ecolodge Bocachica Summer tendrá como objetivo principal prestar un servicio de alojamiento, y a su vez crear conciencia ambiental. Este Ecolodge contará con 10

habitaciones tipo cabaña con una infraestructura ecológica acorde a su entorno, por lo cual estarán elaboradas de madera y palma.

El modelo de negocio del Ecolodge Bocachica Summer se basa en el modelo de Canvas el cual está representado de la siguiente manera:

- ✓ **Segmentos de Clientes:** Los resultados de esta segmentación permiten definir que los servicios van a estar enfocados a través de la existencia de ofertas entendidas para un público específico: Personas apasionadas por la naturaleza y su conservación, teniendo en cuenta la acomodación de las cabañas, preferiblemente parejas, con edades comprendidas entre los 18 a los 60 años, pertenecientes a los estratos 3,4, 5 y 6.
- ✓ **Propuesta de Valor:** El valor agregado de los servicios está definido en aspectos medioambientales. Toda la planta física estará construida con materiales ecológicos (madera, palma, piedra), contribuyendo así a la creación de una comunidad consciente del cuidado de la naturaleza, a partir de un hotel amigable con el medio ambiente que ofrece planes y servicios como alojamiento, donde el turista estará en total contacto con la naturaleza y podrá desarrollar tours históricos y culturales por la isla a cargo de la comunidad local, estos incluyen cursos rápidos de cocina caribeña, capacitaciones sobre el buen manejo de los recursos naturales y clases de pesca artesanal; adicionalmente, las tarifas establecidas serán muy accesibles e incluirán transporte hasta la ciudad de Cartagena a través de flotas de lanchas en compañía de los nativos de la isla.
- ✓ **Canales:** Los medios para dar a conocer los servicios del Ecolodge, serán las redes sociales como: Facebook, Twitter, Instagram, prensa, páginas web. A través de email

marketing se buscará la captación de nuevos clientes, llegando a un amplio público al cual se le presentará una propuesta específica y personalizada. Mediante un gestor de canales se implementará una solución tecnológica para actualizar las tarifas constantemente (etapa de compra). Para la postventa se diseñarán encuestas a través de chatbots, email, redes sociales, con el fin de conocer la experiencia de los clientes en el hotel.

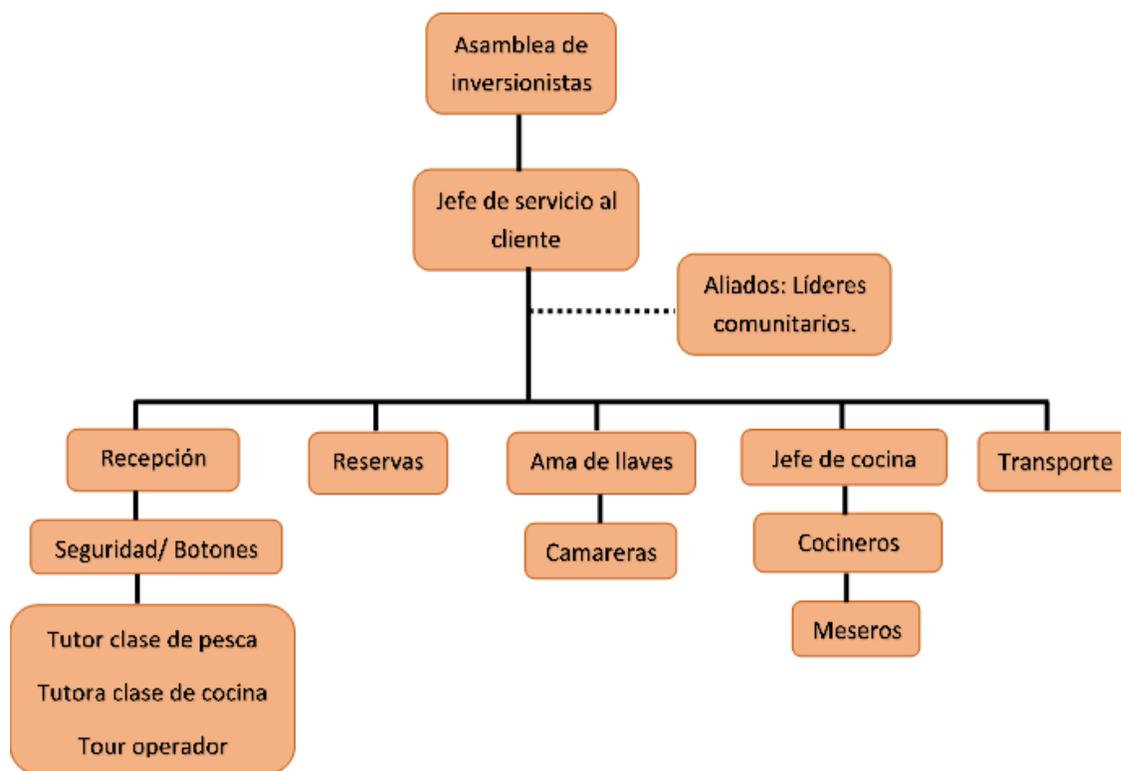
- ✓ **Relación con el Cliente:** La atención al cliente se hará de manera directa, personal, vía telefónica, correo electrónico y página web del hotel para atender sus necesidades y requerimientos.
- ✓ **Estructura de Ingresos:** El Ecolodge Bocachica Summer recibirá sus ingresos principalmente por sus servicios de alojamiento y hospedaje, al igual que servicios complementarios como tours, planes de servicios específicos por parte del usuario (Decoraciones, cenas románticas o cualquier tipo de evento solicitado por el huésped), entre otros.
- ✓ **Recursos Clave:**
 - a) Físicos: Ubicación geográfica, Infraestructura del hotel, diseño de las habitaciones.
 - b) Humano: Personal capacitado para prestar un buen servicio al cliente: Gerente, recepcionistas, camareras, personal de cocina, botones, personal de seguridad. Comunidad Anfitriona.
 - c) Inversionistas.
 - d) Tecnología: Computadores, red WI-Fi, teléfonos.
 - e) Intelectuales: Identidad sostenible, conservación del medio ambiente.
- ✓ **Actividades Clave:**

- a) Servicio al cliente de calidad para generar experiencias significativas en el cliente.
 - b) Gestión de los procesos para la conservación de los recursos naturales.
 - c) Promoción de los productos y servicios del hotel y de la cultura del corregimiento de Bocachica.
 - d) Servicios básicos de hostelería (alojamiento, alimentación).
- ✓ **Aliados Clave:** Escuela Taller de Cartagena (ETCAR), quien ayudará con la capacitación de los jóvenes vulnerables que se encuentran en esta zona en oficios relacionados con la conservación del patrimonio cultural, con esto se busca su desarrollo integral y el mejoramiento de sus posibilidades de empleabilidad. Además, se contará con el apoyo de la Corporación Turismo Cartagena, con quienes se pretenderá fortalecer el desarrollo del sector turístico en esta zona insular. De igual manera, Aguas de Cartagena (Acuacar) con quienes se tratará todo lo relacionado con el suministro de agua vital para el Ecolodge y sus alrededores. Por último, el Ecolodge estará aliado con la Dirección General Marítima (Dimar) quien ayudará a velar por la seguridad integral marítima, la protección de la vida humana en el mar y la promoción de actividades marítimas.
- ✓ **Estructura de Costes:** El Ecolodge Bocachica Summer será de gran tamaño, sin embargo, el costo del personal es uno de los ítems más representativos de la estructura financiera. Algunos de los servicios que prestará el hotel requieren de un costo, por ejemplo, la adquisición de lanchas (2 inicialmente) y su gasolina, además el mantenimiento constante del hotel, adquirir su sistema de almacenado de agua vital y una planta eléctrica.

1.9. Estructura organizacional.

Gráfico 1.

Organigrama del Ecolodge Bocachica Summer.



Fuente: Elaboración propia.

1.10. Portafolio de Productos y servicios.

Tabla 1.

Productos y servicios.

Productos y servicios	Descripción
<p style="text-align: center;">Alojamiento</p>	<p>Cabañas de 4mx4m hechas principalmente de madera, palma y piedra, equipadas con una cama Queen y baño privado. Cabe destacar que para la construcción de la cabaña se trabajará de la mano con los estudiantes de carpintería de la escuela taller Cartagena de Indias.</p>

Amenities	Los baños de cada habitación estarán suministrados de amenities amigables con el medio ambiente.
Minibar	Las habitaciones contarán con servicio de minibar, los cuales estarán surtidos con productos en su mayoría con envoltorios biodegradables.
Restaurante/ Bar	El Ecolodge contará con un restaurante que ofrece desayuno, almuerzo y cena adecuados a la gastronomía caribeña. Además tendrá un servicio de bar donde se ofertan bebidas con o sin alcohol.
Spa	En el spa se ofrecerán servicios para los huéspedes, tales como: masajes relajantes, aromaterapia, masaje relajante tradicional, masaje de luna para dos y maderoterapia.
Piscina	Piscina natural que tendrá un proceso de limpieza que no requiere el uso de productos químicos, ya que se realizará con la presencia de plantas acuáticas, por lo cual la piscina contará con dos áreas diferenciadas. Por un lado se encontrará la zona de baño, y por otro lado está una zona de menos profundidad donde están las plantas acuáticas (Juncos y nenúfares) que se encargarán de la eliminación de microorganismos.
Wifi	Servicio gratuito de internet en todas las áreas del hotel.
Transporte	El hotel ofrecerá un traslado en lancha rápida desde el muelle de la bodeguita hasta el corregimiento de Bocachica, este servicio estará disponible para huéspedes y nativos
Toures históricos y culturales	Free walking tour a sus huéspedes, en donde se les enseñará la historia del lugar, se realizarán recorridos a los lugares turísticos como: El pozo de Karex, La batería del Ángel San Rafael, El fuerte de San Fernando de Bocachica, Las Ruinas, Los Hornos (Horno del Diablo).
Capacitaciones ambientales	El Ecolodge Bocachica Summer se enfatiza en el compromiso de proteger el medio ambiente resaltando el uso responsable de los recursos naturales, por lo que ofrecerá charlas para sensibilizar a la comunidad local sobre las buenas prácticas ambientales.

Clases de pesca artesanal	Capacitaciones a los huéspedes sobre la importancia de realizar este tipo de actividades con responsabilidad y de forma respetuosa con el medio ambiente, para que de esta manera se preserve el ecosistema marino.
Taller de la cocina cartagenera	Capacitaciones sobre la preparación de la gastronomía cartagenera.

Fuente: Elaboración propia

2. Componente de estudio de mercados y comercial

2.1. Descripción macroeconómica de Colombia.

La economía es una actividad que ha estado vinculada con el hombre desde tiempos remotos, según Sevilla, A (2018) en su artículo “origen de la economía” dice que, solo hasta el siglo XII fue considerada como una ciencia que posee una estructura y una finalidad basadas en modelos e hipótesis que posteriormente serían vinculados y comparadas dentro de un contexto.

El economista Samuelson, P.. (1991), expresa que la economía es como una colmena, en donde se compra, se vende, se negocia y se convence, permitiendo lo anterior, crear registros históricos de las transacciones.

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, Colombia no es ajena a este tipo de comportamiento, también es claro que dentro de la economía del país hay sectores con mucha más participación que otros, y esto se debe en la forma en que estos se encuentran repartidos dentro del territorio Colombiano.

Ahora bien, en el contexto latinoamericano, la economía colombiana ha sido tradicionalmente una de las que mayor estabilidad macroeconómica han presentado. Pese a contar con tasas relativamente bajas de ahorro e inversión, se ha logrado consolidar un

crecimiento económico aceptable, al tiempo que se ha controlado la inflación y se ha consagrado un ambiente sumamente favorable para la inversión extranjera. “No obstante, la tasa de desempleo continúa siendo muy alta y los problemas fiscales no dan tregua, materializados en el permanente déficit fiscal y un elevado endeudamiento público” (Mesa, R y López, M. 2018).

Por otro lado, el mercado de los hidrocarburos y el cafetero se muestran como los dos abanderados dentro de las actividades económicas del país. Sin embargo, a pesar de las dificultades y crisis que ha tenido la economía colombiana, se mantiene en pie, aplicando unas políticas monetarias que se puedan adaptar a la situación del país. Sin lugar a dudas, el comportamiento futuro de la economía colombiana estará determinado por la forma en cómo evolucionen una serie de variables y sectores económicos claves como el minero, la industria y el agropecuario; el fortalecimiento de la infraestructura pública y el sector exportador, el ajuste de las finanzas del Estado, el fortalecimiento de las instituciones públicas (en particular aquellas que intervienen directa e indirectamente en procesos económicos), y en general, por la estabilidad macroeconómica (Mesa, R y López, M. 2018).

2.2. Análisis del sector.

A nivel mundial, el turismo y los servicios como segmento de la economía de los países, viene registrando cifras importantes de crecimiento, que dejan ver que el deseo de las personas por conocer nuevos e interesantes lugares crece junto a las ofertas, casi personalizadas para cada tipo de viajero.

Algunos datos arrojados por la Organización mundial de turismo (OMT, 2019) señalaron que en el año 2018 Asia y Pacífico fueron los destinos con mayor crecimiento

económico dentro del sector turístico, ya que recibieron un total 343 millones de visitantes; seguido de Las Américas, con un total de 217 millones de turistas, representando América del Norte en este resultado un 4%, América del Sur un 3%, y América Central y el Caribe un 2%. Estas cifras reflejan el potencial y la variedad de sitios turísticos con variedad de culturas que tienen estos continentes.

Ahora bien, en el caso específico de Colombia, esta posee una gran diversidad, manifestada en su historia, cultura y principalmente en su geografía y naturaleza, que cuenta con una amplia gama de fauna y flora, playas del mar tanto en el Caribe como en el Pacífico, desiertos, montañas y nevados, llanos y selva amazónica, todos estos atractivos que la convierten en un destino apetecido por nacionales y extranjeros. En los últimos años, a nivel turístico, el país viene en un crecimiento constante, pues ha sabido aprovechar las riquezas antes mencionadas, convirtiéndolas en una oportunidad para su desarrollo mediante la inclusión de sus comunidades, promoción de la preservación y disfrute responsable del medio ambiente así como el fomento de la difusión de su historia y su cultura. Asimismo, Colombia se ha mostrado como un destino con gran variedad y tipos de turismo que van desde el de sol y playa, el turismo cultural e histórico, el ecoturismo, el turismo religioso, el de salud, de eventos hasta el de negocios. Muchos de estos tipos de turismo están alcanzando ahora su mayor etapa de crecimiento, lo que hace que Colombia pueda llegar a ser uno de los más importantes países del continente en este sector económico (ProColombia, 2019).

De esta manera, las cifras arrojadas por el DANE (2019), revelan que el sector turístico ha dado buenos frutos, ya que el gasto promedio per cápita diario del total de personas que viajaron dentro del país, en el segundo trimestre del año 2019, fue de 79.352 pesos, lo que representó un aumento del 9,4 %, frente a lo alcanzado en el primer trimestre

de este año. Además, según el Banco de la República también se dejó en evidencia el incremento de la inversión extranjera, lo que sería prueba de garantía para mostrar a Colombia como un destino rentable y seguro para la realización de negocios,

Por otra parte, Cartagena es la segunda ciudad del país después de Bogotá con mayor afluencia de turistas extranjeros, gracias a su posición geográfica, a su proximidad con el mar Caribe y su patrimonio histórico y cultural. Esta hermosa ciudad cuenta con una característica que la hace única, como es el hecho de estar rodeada de murallas las cuales fueron construidas para su defensa, estas la resguardaban de los múltiples ataques recibidos por piratas y conquistadores que pretendían saquear y apoderarse de Cartagena a finales del siglo XVI. El proyecto tardó casi dos siglos en llevarse a cabo, por lo tanto la ciudad constituye un gran atractivo para todas aquellas personas interesadas en la historia.

Asimismo, Cartagena no solo es una ciudad ideal para hacer turismo de sol y playa, reuniones y/o matrimonios, en esta ciudad también se puede realizar ecoturismo, turismo de salud, religioso y turismo histórico. Cabe destacar que portales turísticos como Tripadvisor (2019) que se dedican a brindar todo tipo de información a los viajeros de todo el mundo, catalogan a la ciudad como una de las más buscadas y elegidas por los turistas, y como una de las más consultadas para realizar planes vacacionales. Además, Cartagena es la cuarta ciudad preferida mundialmente, aun por encima de otras capitales como Montevideo o Sao Paulo.

2.3. Estudio de mercado.

2.3.1 *Análisis de la demanda.*

El turismo es una actividad que se sigue fortaleciéndose en la ciudad de Cartagena, gracias a sus atractivos tales como sus playas, su patrimonio histórico y cultural, su

arquitectura, manteniendo un importante potencial para el desarrollo de la misma. Según Las estadísticas realizadas por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo (MINCIT, 2020), la ciudad de Cartagena de Indias ha ido aumentando sus cifras relacionadas con el turismo a través de los años, posicionándose como uno de los destinos más importantes de Colombia, esto se evidencia en que desde el año 2016 hasta el 2019 las cifras de entrada de turistas internacionales, muestran un incremento, según lo siguiente: 353.965 en el 2016, 420.548 en el 2017, 511.906 en el 2018, 519.132 en el 2019.

Asimismo, el MINCIT también proporciona cada año el número de Visitas a los Parques Nacionales Naturales (PNN) de Colombia. En el caso del Parque Nacional Natural Corales del Rosario, el cual hace parte del departamento de Bolívar, las cifras a través de los años, son las siguientes: 846.164 visitantes (2016), 1.037.006 visitantes (2017), 1.162.287 (2018), y 1.300.519 en el año 2019, siendo este el PNN más visitado de Colombia.

Por otra parte, según el MINCIT (2020), Cartagena es el destino con mayor participación y posicionamiento en el país, recibiendo la mayor cantidad de pasajeros que llegan a Colombia. Las cifras de las llegadas de turistas en cruceros desde el año 2016 hasta el 2019, son las siguientes: 291.569 visitantes (2016), 331.335 (2017), y durante la temporada Junio 2018- Junio 2019 Cartagena recibió 612.217 visitantes.

Asimismo, según los estudios realizados por el Ministerio de Industria Comercio y turismo, para el año 2019 los vuelos ingresados por el Aeropuerto principal de Cartagena de Indias Rafael Núñez fueron de 2.230.225 de pasajeros nacionales, mientras que la cantidad de pasajeros internacionales fue de 519.132. El mismo estudio indica que la ocupación hotelera en Colombia en el año 2019 fue de 57,8%, 1,5 % por encima del año 2018, siendo esta la cifra más alta de la historia del país. De acuerdo con COTELCO (2020), para el año

2019 las tres regiones con más ocupación hotelera fueron: San Andrés (71,6%), Cartagena (66,5) y Bogotá (62,7%).

Finalmente, cabe destacar además que, según el estudio realizado por ProColombia a través de AnalítiCo- Credibanco (2020), en el que se analizaron las transacciones realizadas con tarjetas de crédito que pasan por la red de Credibanco, se pudo concluir que Bogotá, Cartagena y Medellín representan el 70,8% del gasto total de los turistas extranjeros no residentes en Colombia. El mismo estudio expresa que, en Cartagena los gastos de los turistas extranjeros representan un 42,7 % en hoteles, y 12,1% en restaurantes. Se registró además, un crecimiento del 15% en compras de relojes y joyas en el año 2019. Asimismo, este estudio afirma que, Cartagena representa el mayor gasto en el sector del turismo con una participación del 68,4%.

2.3.2 Análisis de la oferta.

Cartagena de indias, por sus escenarios, su capacidad hotelera y la variada oferta que ofrece, recibe un porcentaje considerable de viajeros nacionales e internacionales, también, es uno de los sitios turísticos más destacados en cuanto a su cultura, historia y atractivos turísticos. De acuerdo con la información que proporciona la página principal de la marca país Colombia, Cartagena, además, de su riqueza histórica, ofrece una infraestructura de hoteles que van desde resorts, hoteles boutique, eco hoteles y apartahoteles. Aparte de lo anterior, Cartagena cuenta con centros de convenciones para la realización de todo tipo de eventos, los cuales atraen turistas que quedan cautivados por la oferta cultural y de negocios. De la misma manera cuenta con arquitectura colonial, excelentes paisajes, playas en paradisíacas islas. En la ciudad se pueden hacer varios planes y actividades tales como recorridos por sus iglesias antiguas y monumentos famosos, asimismo se puede disfrutar de

festivales culturales y de la variada oferta gastronómica que incluye cocina internacional y cocina tradicional cartagenera, entre otras.

Por otro lado, de acuerdo con la guía de naturaleza llevada a cabo por el centro de información turística de Colombia- CITUR (2009) “Cartagena ofrece paisajes y ecosistemas naturales a sus alrededores y zona insular, en donde se puede disfrutar de paseos ecológicos, recorridos en parques naturales, y además una serie de establecimientos de alojamiento y hospedaje ecológicos. Gracias a la diversidad biológica de esta zona, se pueden realizar diferentes actividades como: senderismo, buceo, observar fauna y flora y avistamiento de aves”.

A continuación se detallan los lugares que se ofertan con características ecológicas.

Parque Nacional Natural Corales del Rosario y de San Bernardo: Área protegida, que incluye cuatro islas (Tesoro, Rosario, Maravilla y Mangle) el cual posee belleza y diversidad como el arrecife de coral.

Isla Grande: Es el área de mayor extensión de las Islas del Rosario. Tiene alrededor de 200 hectáreas, y en ella se encuentran los tres ecosistemas característicos de las islas: las lagunas costeras e interiores, los manglares y los bosques muy secos tropicales. Los cuales cuentan con un sendero ambiental que permite conocer de cerca los recursos naturales de cada uno de ellos.

Oceanario: En donde se apreciará show de delfines, tiburones, tortugas y gran cantidad de peces del Caribe viviendo en su hábitat natural, un lugar ecológico, educativo y recreativo.

Ensenada de Cholón: Es un gran atractivo turístico por sus playas de arenas finas blancas, aguas cristalinas, caños bordeados de mangles, espejos de agua interiores

navegables en pequeñas embarcaciones y jardines submarinos. Playa Blanca y la Ensenada de Cholón con sus playas Playita Azul, y Playa Escondida ofrecen paisajes únicos.

Isla Arena: Perfecto para un día de relajación, disfrutar las delicias del mar y practicar deportes náuticos.

En la Ciénaga de la Virgen: Donde se pueden realizar Tour al Bosque de Manglar parte de La Boquilla o del Centro de Convenciones del Hotel Las Américas. Consiste en un paseo entre las ciénagas en canoas impulsadas por remos, donde se pueden observar aves, moluscos, reptiles, peces saltarines entre túneles de mangle.

Volcán de lodo del Totumo: Es un volcán de lodo, que presenta múltiples propiedades curativas y restauradoras. Su pequeño cráter está a unos diez metros sobre la superficie del terreno y en él las personas pueden estar durante un tiempo.

Jardín Botánico Guillermo Piñeres: A 10 kms. de Cartagena está el Jardín Botánico, en donde se puede admirar la fauna, contemplar el nacimiento de arroyos provistos de una fauna acuática diversa, flores y maravillarse observando los monos colorados, ardillas, pájaros, iguanas, lagartos, serpientes y otros animales propios de la región.

2.3.3 *Determinación de la demanda actual y potencial.*

Cartagena es considerada uno de los destinos más visitados de Colombia, de acuerdo a lo expresado en el artículo del Universal (2019) “Aumentó el número de visitantes a Cartagena durante el primer semestre”, el cual enuncia que, según el Sistema de Información Turística de Cartagena (Sitcar), de enero a julio de 2019 ingresaron en vuelos nacionales 133,419 pasajeros más que en el mismo período del año anterior, representando un incremento del 10,9%, sumando 1,361,403 visitantes nacionales. Asimismo, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en mayo del mismo año, Cartagena fue la

tercera ciudad del país con más pasajeros locales. En relación con los pasajeros que ingresaron en vuelos internacionales, en ese mismo período, se registraron 19,924 visitantes más con respecto a 2018, es decir se presentó un total de 282,279 turistas.

Por otra parte, según datos del Grupo Puerto de Cartagena, por vía marítima, Cartagena recibió 612.217 visitantes en la temporada de cruceros (de julio de 2018 a junio de 2019) los cuales hicieron un gasto de 65 millones de dólares en la industria turística. Este mismo estudio informa que, entre los países que se resaltan por la emisión de viajeros hacia la ciudad están, Estados Unidos, Perú, Francia, Argentina y Brasil de los cuales el 90% llega por motivos de vacaciones, recreo, cultura, entre otras.

Cabe destacar que según el estudio realizado por el MINCIT, para el año 2019 ingresaron a parques nacionales cerca de 2 millones de visitantes, representando el Parque Nacional Natural Corales del rosario, el cual hace parte del Departamento de Bolívar, una cantidad de 1.300.519, siendo este el parque más visitado de Colombia en el año mencionado.

Ahora bien, con el fin de estudiar la demanda potencial, se aplicó una fórmula para calcular el tamaño de la muestra, y determinar el número de encuestas a realizar basado en la cifra anterior del número de visitas al PNN Corales del Rosario (1.300.519), que a pesar de no detallar el número por tipo de visitantes (Internacionales, nacionales y regionales) puede ser un determinante para estudiar el interés de posibles clientes en el producto ofrecido por el Ecolodge Bocachica Summer. La fórmula de George Canavos (1988), anteriormente mencionada se encuentre representada de la siguiente manera:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p * q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio (1.300.519)

e = Margen de error o precisión admisible 5%

z = Nivel de confianza (90%=1.65)

p = Probabilidad de ocurrencia (0.5)

q = Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Luego de aplicar esta fórmula, el resultado obtenido para la muestra fue de 272 encuestas a realizar, de las cuales se lograron 275 encuestas, 3 encuestas por encima de la meta.

En esta encuesta se hicieron preguntas relacionadas con los productos y servicios a ofrecer por el Ecolodge Bocachica Summer, así como también se pidieron datos personales para la segmentación de los clientes (Ver anexo 1).

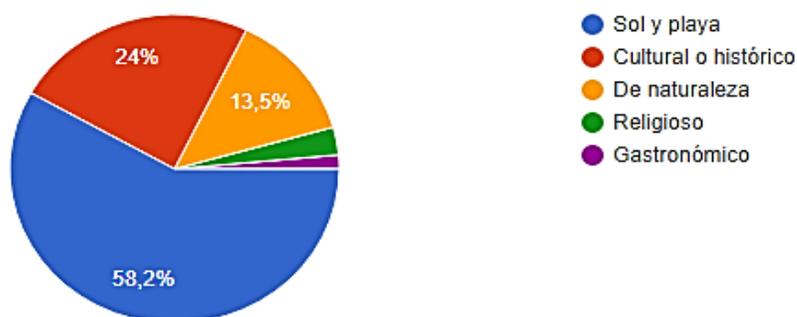
Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de las 275 encuestas, se pudo constatar lo siguiente:

De acuerdo a los datos proporcionados por las personas que realizaron la encuesta, se puede decir que los clientes potenciales pueden estar segmentados de la siguiente manera: Clientes de edades comprendidas entre 15 y 80 años, de los cuales el 52,7% son mujeres, y el 47,3% son hombres. En cuanto al estrato socioeconómico, el 0,7 % pertenece al estrato 1, el 3,3% a estrato 2, el 40,1% a estrato 3, el 45,8% a estrato 4, el 12% a estrato 5, y el 3,3 % a estrato 6. Cabe destacar además que, estos clientes potenciales se encuentran en países como: Colombia (32,36%), Venezuela (20,73%), España (10,55%), Estados Unidos (7,27%),

Chile (6,18%), Perú (5,82%), Argentina (4,36%), Ecuador (4,36%), México (3,27%), Italia (1,82%), Uruguay (1,45%), Brasil (0,73%), Bolivia (0,36%), Irak (0,36) y Panamá (0,36%).

Por otra parte, los resultados también demostraron que, el último viaje que realizaron los encuestados fue por los siguientes tipos de turismo: Sol y playa (58,2%), Cultural e histórico (24%), Naturaleza (13,5%), Religioso (2,9%), y Gastronómico (1,5%).

Gráfico 2. *Motivos de viaje.*

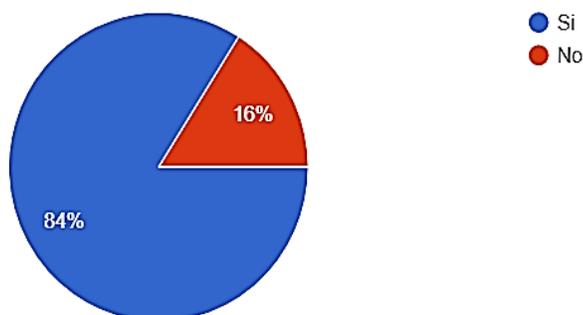


Fuente: Resultados de la encuesta.

Además, el 84 % de estos encuestados expresaron que, tiene pensado viajar en los próximos 12 meses, mientras que el 16% no piensa viajar.

Gráfico 3.

Planes de viaje.



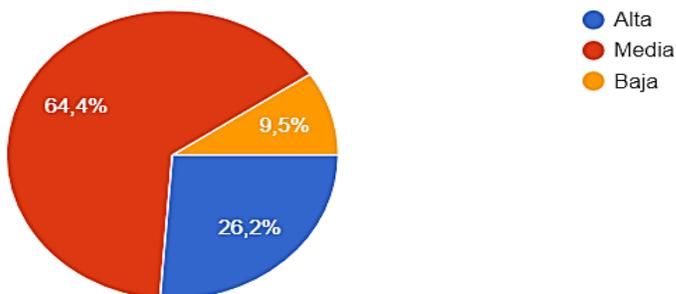
Fuente: Resultados de la encuesta.

En cuanto a las posibilidades de viajar de la muestra, son altas para un 26,2%, medias

para un 64,4% y bajas para un 9,5%.

Gráfico 4.

Posibilidades de viajar.



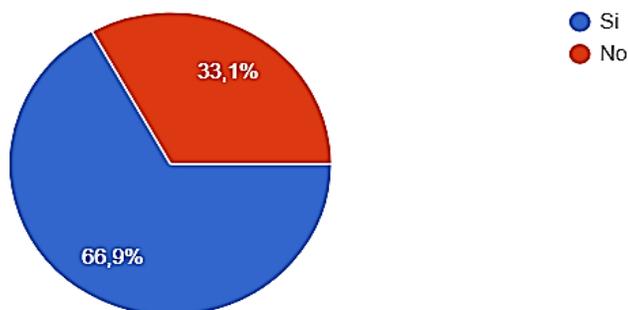
Fuente: Resultados de la encuesta.

Estos resultados demuestran el gran interés que tienen los viajeros por el turismo de sol y playa, y el turismo cultural e histórico, los cuales hacen parte de los productos ofrecidos por el Ecolodge Bocachica Summer, además se demuestran las posibilidades que estas personas tienen de adquirir dicho producto.

Igualmente, en la encuesta aplicada, se buscaba analizar el conocimiento y el interés que tienen los viajeros por el ecoturismo, ya que es el producto que el Ecolodge ofrece. Los resultados en cuanto al conocimiento, fueron los siguientes: El 66,9% de los encuestados expresaron que tienen conocimientos acerca del ecoturismo, mientras que el 33.1% no tenía conocimientos previos.

Gráfico 5.

Conocimientos acerca del ecoturismo.

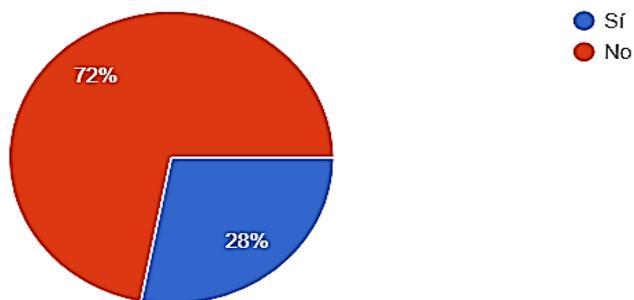


Fuente: Resultados de la encuesta.

Asimismo, el 28% de estos expresaron que han realizado este tipo de turismo, lo que significa que el 72% no lo ha realizado.

Gráfico 6.

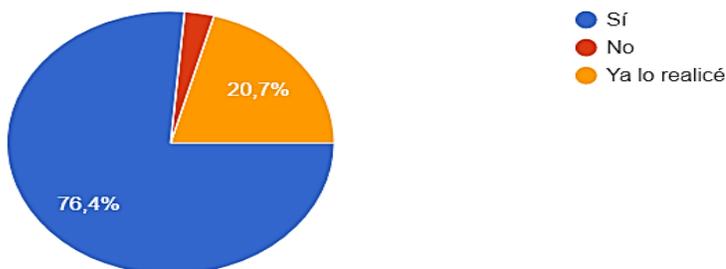
Experiencias ecoturística.



Fuente: Resultados de la encuesta.

Por consiguiente, en cuanto al interés que estos demuestran por este tipo de turismo, se evidenció que al 76,4% le gustaría disfrutar del ecoturismo, el 20,7% ya lo realizó y el 2,9% no se encuentra interesado.

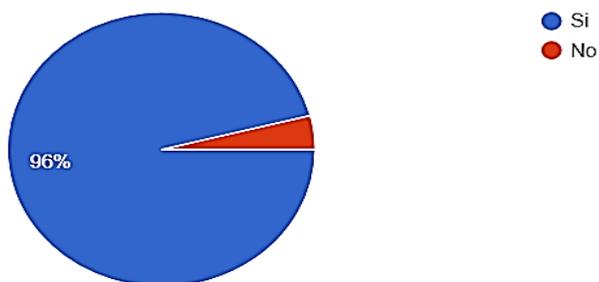
Gráfico 7.

Interés por el ecoturismo.

Fuente: Resultados de la encuesta.

De acuerdo a los intereses que estos demostraron por reservar en un ecohotel, se concluyó que, el 96% si reservaría en un ecohotel, mientras que el 4% no.

Gráfico 8.

Interés por los ecohoteles.

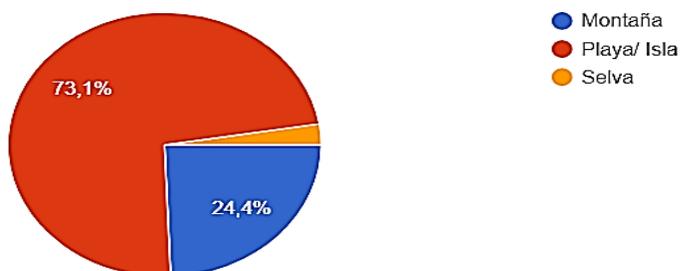
Fuente: Resultados de la encuesta.

En otras palabras, teniendo en cuenta que cada cliente posee intereses distintos, en la encuesta, se hicieron preguntas relacionadas a estos, con el fin de conocer el grado de interés que estos tienen por los productos que el Ecolodge Bocachica Summer ofrecerá, de las cuales se concluyó que: De acuerdo a los ambientes naturales que los viajeros prefieren al momento de viajar, el 73,1% expresó que prefieren un ambiente de playa o isla, el 24,4%

prefiere un ambiente de montaña y el 2,5 % un ambiente de selva.

Gráfico 9.

Preferencia por los tipos de ambientes naturales.

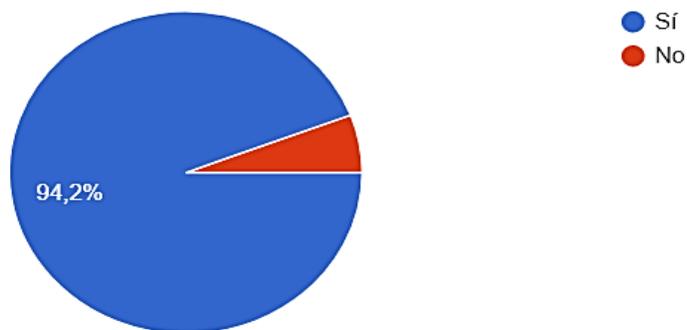


Fuente: Resultados de la encuesta.

Teniendo en cuenta que el Ecolodge ofrecerá servicios de tours por el corregimiento de Bocachica, talleres de la gastronomía Cartagenera y clases de pesca artesanal, en la encuesta aplicada se preguntó acerca del interés que estos viajeros pudieran tener por utilizar estos servicios. A partir de estas interrogantes, se les preguntó a los encuestados el interés que tienen por conocer nuevas culturas y Etnias, de la cual se concluyó que: el 94,2 % si se encuentra interesado mientras que el 5,8% no.

Gráfico 10.

Interés por las etnias.

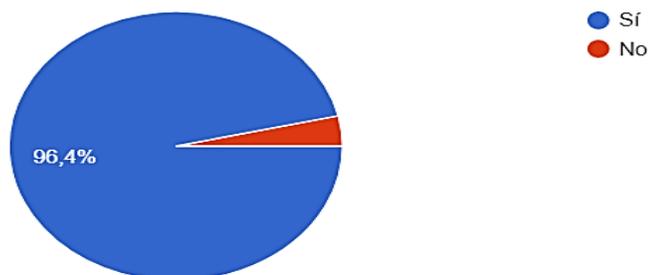


Fuente: Resultados de la encuesta.

De acuerdo al interés por el servicio de taller de la gastronomía de Cartagena el 96,4% respondió que se encuentra interesado mientras que el 5,6% expresó que no.

Gráfico 11.

Interés por la gastronomía de Cartagena,

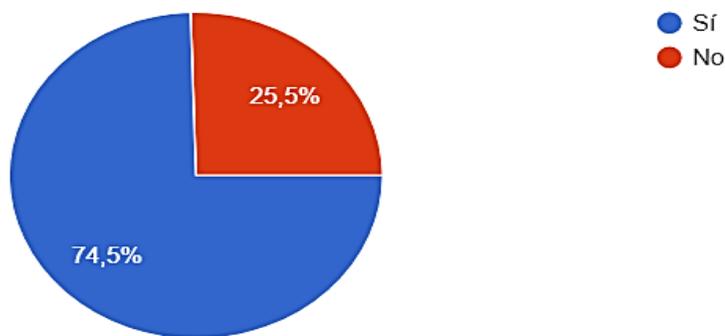


Fuente: Resultados de la encuesta.

Asimismo, se preguntó acerca del interés por aprender y/o realizar la pesca artesanal, a lo que el 74,5% respondió que se encuentra interesado, mientras que el 25,5% respondió que no.

Gráfico 12.

Interés por la pesca artesanal.



car

Fuente: Resultados de la encuesta.

En consecuencia, se concluye que, existe una demanda potencial significativa para el Ecolodge Bocachica Summer, que demuestra estar altamente interesada en los productos y servicios que este ofrecerá teniendo en cuenta los altos porcentajes en los Ítems que hacen referencia al interés por realizar el ecoturismo y reservar en un ecohotel, el cual es el producto a ofrecer, así como los Ítems sobre el interés por conocer nuevas etnias, conocer la gastronomía de Cartagena, y aprender sobre la pesca artesanal, los cuales hacen parte de los productos que serán ofrecidos en el Ecolodge, que son resultados que indican el posible sostenimiento de la empresa. Cabe destacar además, que teniendo en cuenta la crisis actual causada por el Covid-19, la mayoría de los encuestados expresó que tienen pensado viajar en los próximos 12 meses, lo cual es un indicador positivo para la activación de la actividad turística en el mundo, y por lo tanto de la ciudad de Cartagena.

2.3.4 Análisis de la competencia.

En La ciudad de Cartagena de Indias el tipo de turismo con más demanda es el de sol y playa, además del turismo histórico, pero no existen muchas opciones de ofertas para realizar turismo de naturaleza. Ahora bien, según la investigación realizada en la web por los investigadores con el fin de analizar la competencia en la ciudad de Cartagena de Indias, se pudo constatar que son pocas las opciones de hoteles tipo lodge que ofrecen un servicio

de alojamiento y que a la vez concienticen en cuento al buen manejo de los recursos naturales, entre estas opciones, en la ciudad se pueden encontrar los siguientes ecohoteles:

Hotel Entre Lomas: Este hotel se encuentra a 20 minutos de la ciudad de Cartagena, en la localidad de Arroyo de Piedra, Km 18. El Hotel cuenta con 24 habitaciones exteriores equipadas con aire acondicionado, televisión y minibar. El hotel cuenta además con un restaurante especializado en la parrilla y un centro de eventos con capacidad para 500 personas. Cuenta con una piscina para adultos, y una piscina pequeña para niños. Entre sus servicios están las opciones de rutas de senderismo, aventura, paseos a caballo, ciclismo de montaña y rutas. Las habitaciones tienen un valor aproximado de 212.500 Pesos colombianos (basado en la tarifa que ofrecen en booking.com)

Hotel Casa del Mango Ecolodge: Hotel Casa del mango, es el único Ecolodge ubicado en la ciudad de Cartagena de Indias, específicamente en el barrio Getsemaní. El hotel posee 9 habitaciones, de las cuales, algunas cuentan con área de descanso, balcón o terraza exterior. Las habitaciones tienen acceso a Internet, TV satélite y ventilador de techo. Casi todas las habitaciones tienen aire acondicionado. Entre los servicios que el hotel ofrece están: servicio a la habitación, piscina, alquiler de bicicletas, alquiler de coche, centro de negocios y lavandería.

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, se puede observar que en la Ciudad de Cartagena existen escasas opciones ecoturísticas o Ecolodge, estando una de estas en la parte urbana de la ciudad, por lo cual no tienen la experiencia del contacto directo con la naturaleza en contraste con el caso del hotel Entre Lomas, que se encuentra a las afueras de Cartagena. Todo esto genera una ventaja para el Ecolodge Bocachica Summer, el cual se ubicará en el corregimiento de Bocachica por lo que estará en contacto con el mar y la

cultura del lugar, y que además, desarrollara actividades para concientizar a sus huéspedes y a la comunidad acerca de la conservación de los recursos naturales.

2.3.5 Perfil del consumidor

Los clientes que adquirirán los productos y servicios ofrecidos por el Ecolodge Bocachica Summer son: Personas apasionadas por la naturaleza y su conservación. Preferiblemente parejas, teniendo en cuenta la acomodación de las cabañas. Con edades comprendidas entre 18 a 60 años.

2.4. Estrategias Comerciales.

El Ecolodge Bocachica Summer realizará una estrategia comercial aprovechando los recursos propios del hotel, con el fin de alcanzar una ventaja competitiva ante a la competencia, por lo que se pretende crear una estrategia de diferenciación desde un servicio al cliente personalizado y de calidad. En el hotel se le obsequiara al huésped, al momento de su llegada, una cesta que estará compuesta de frutas y fritos que simbolicen la gastronomía de la ciudad de Cartagena. Los huéspedes tendrán además la opción de solicitar un servicio de decoración en sus habitaciones, en el cual se le ofrecerán ciertas opciones para escoger. Además el hotel prestará servicios distintivos de la zona en la que se encuentran, tales como: tour histórico y cultural por los lugares emblemáticos de Bocachica como: El pozo de Karex, La batería del Ángel San Rafael, El fuerte de San Fernando de Bocachica, Las Ruinas, Los Hornos (Horno del Diablo), además de servicios como clases de pesca artesanal, clases de la cocina de Cartagena, capacitaciones sobre la conservación medioambiental, servicios de spa.

Por otro lado, el hotel empleará una estrategia de marketing adecuándose a la realidad tecnológica, teniendo en cuenta que las redes sociales son necesarias para ofrecer y

vender servicios en la actualidad. Por lo que se diseñará una página web que mostrará las habitaciones, los servicios a ofrecer, la ubicación, la historia del hotel, y nuestros objetivos como empresa, además, la página tendrá un diseño innovador acorde a nuestro concepto. Se abrirán perfiles en redes sociales como Facebook e Instagram, para mostrar contenido de nuestros productos y servicios, y para la interacción continua con clientes potenciales. El Ecolodge Bocachica Summer mantendrá además, una comunicación post venta a través del correo electrónico con los clientes con el fin de fidelizarlos y animarlos a una nueva visita.

2.4.1 Estrategias de distribución.

En el Ecolodge Bocachica Summer se maneja una estrategia de distribución exclusiva, la cual es un modelo en el que se restringe la venta de un producto a un único establecimiento o unos pocos, lo que busca el distribuidor es diferenciarse del resto de la competencia, además, pretende que su producto se identifique con la pertenencia a un grupo selecto y dar un producto de calidad. García. G. (2018).

Ahora bien, el hotel cuenta con medios de distribución que fueron seleccionados previamente, como: las redes sociales y página web, las cuales por ser propias del establecimiento, ayudan a promover de forma exclusiva los servicios que están a disposición del cliente final. Por un lado, esta estrategia está diseñada para empresas que tienen un público específico, en este caso los servicios que se ofertan van dirigidos a personas que le gusta el tema de la naturaleza y su conservación, así, dichos servicios estarán en el lugar y forma correcta para llegar al público objetivo.

Por otro lado, se manejan canales indirectos, esto quiere decir que la distribución de los servicios también se hace con la participación de intermediarios como las extranet, entre

estas se destacan; Booking, Despegar y Expedia, en donde los clientes pueden acceder a la información que necesitan de manera segura acerca de los servicios, esto, con el propósito de incrementar la rapidez y la eficiencia en la captación de clientes.

Por consiguiente, lo que se procura con la distribución exclusiva es diferenciar el servicio, que este último sea de prestigio y calidad, además, que permita crear una relación estrecha entre el hotel y cliente, al mismo tiempo, mantener identificado el público objetivo, lo cual contribuye a que se creen estrategias de venta más eficaces.

Conviene enfatizar que, teniendo en cuenta que la página web será fundamental para darnos a conocer en el medio y poder precisar, consolidar la estrategia de mercado seleccionada, se trabajará en el diseño de la página web propia del hotel, de modo que esta sea más llamativa y tenga más visibilidad para los clientes potenciales, en consecuencia, esto traerá mayor rentabilidad y ayudará a mantener un margen de utilidad dentro de los parámetros razonables del negocio.

2.4.2 Estrategias de precio.

Una buena estrategia de precio puede ser lo que impulse un negocio, esta es una de *las* decisiones más importantes ya que lo que se busca es un equilibrio entre el servicio que se va a ofrecer y lo que está dispuesto a pagar el consumidor por dicho servicio.

Según Lamb, Hair y McDaniel, (2002) una estrategia de precios “es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto”. En otras palabras, es importante, fijar un precio de partida con el que un producto y/o servicio entrará a competir dentro de un mercado.

Para el Ecolodge Bocachica Summer, sería conveniente implementar un tipo de

precio variable, es decir, buscar un punto medio de partida (precio de penetración al mercado “RACK”) que le permita al Ecolodge ser competitivo en el mercado y luego mostrar diversas opciones de precio a los consumidores, teniendo en cuenta estas 3 variables principales: lugar de compra (directa con el hotel, motores de búsqueda, agencias de viaje), temporada de compra y la forma de pago. Esto permite incrementar los volúmenes de venta y beneficios a los consumidores.

Ahora bien, se planea realizar además rebajas de forma aleatoria, en donde el consumidor no tenga un conocimiento previo de esta, viéndose animado a comprar; lo que se conoce como ofertas de última hora.

Por otra parte, a medida que se gane terreno dentro del mercado, se irá reestructurando la tabla de precios, lo que permitirá igualar o mantener un precio por encima de la media del mercado. Al llegar a este punto, los servicios que se ofrecen deben ser reconocidos como los mejores o muy cerca, ya que esto es lo que va a permitir justificar el alza.

Asimismo, se mantendrán disponibles las ofertas o descuentos por volúmenes de compras (cantidad de noches reservadas por el huésped), de esta manera se incentiva a la reservación de varias noches por parte de los clientes.

El hotel Bocachica Summer aplicará la estrategia de pagos por anticipado o pago no reembolsable, esta le garantiza al hotel el cobro del bloqueo de una habitación reservada sin importar si al final es ocupada por el usuario o no. En contraprestación generalmente, al usuario se le ofrece un valor por debajo de la media y se le garantiza un servicio de calidad, teniendo en cuenta que los turistas siempre están en búsqueda del mejor servicio al mejor precio, siendo esta estrategia una de las respuestas a esta solicitud, que al mismo tiempo le

garantiza al hotel asegurar ingresos independientemente de las variaciones que pueda tener el mercado.

Finalmente, se aplicarán descuentos temporales o estacionales, que son aquellos que son ofrecidos a los clientes fuera de las temporadas, con el fin de animar a estos a la compra durante todo el año.

2.4.3 Estrategia de Promoción.

Entre los recursos de marketing más importantes con los que se puede dar a conocer un producto y/o servicio, se encuentran las estrategias de promoción. La finalidad de una buena estrategia siempre será buscar el aumento de las ventas, captar clientes y el mejoramiento de la marca frente al mercado.

Una de las primeras estrategias a tener en cuenta es el SEO u optimización en buscadores, que es definido por el centro de asistencia de Google (2020) como, el proceso de mejorar un sitio web para que los motores de búsqueda puedan comprenderlo y encontrarlo mejor. Con esto se busca aparecer siempre entre las primeras opciones de los motores de búsqueda como Google, Tripadvisor, Hoteles.com, entre otros; la idea es que los clientes que busquen productos y/o servicios relacionados con los que ofrece el Ecolodge, encuentren a este antes que a la competencia.

Otra acción que se implementará para posicionar al Ecolodge en el mercado es activar los perfiles en las redes sociales por excelencia que son Facebook e Instagram, desde allí se puede interactuar de manera directa con los potenciales clientes, de igual manera, aprovechar esto para crear y mejorar vínculos con el público a la vez que se muestran sus comentarios y fotos, creando un contenido de valor llamativo, e interesante.

Asimismo, a través del uso de las redes sociales y extranets se mantiene una

interacción mutua y directa con los clientes, con el fin de conocer los intereses y necesidades de los mismos, permitiendo la personalización de los servicios y experiencias, teniendo en cuenta que cada cliente maneja gustos y perspectivas diferentes frente a un bien, producto o servicio, todo esto, con el fin de satisfacer sus necesidades, y recibir una retroalimentación positiva en las redes sociales y portales antes mencionados, facilitando a su vez, la estrategia de fidelización de los clientes.

2.4.4 Estrategia digital.

Actualmente, las redes sociales tienen la atención de las personas en el mundo y generan un impacto significativo en la vida de las personas, partiendo de que se estructuran dependiendo de los intereses de cada uno, por lo que son un medio importante para la promoción de un producto. Teniendo en cuenta esto, el Ecolodge Bocachica Summer se mantendrá activo en los medios propios, es decir, las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, a las que se tiene control total de la información que se comparte, con el fin de alcanzar cada vez una mayor visibilidad, para tener contacto directo con clientes fieles y potenciales, y para promocionar los productos del hotel.

Por otro lado, en cuanto a los medios pagados, que son aquellos canales que requieren la inversión de dinero a cambio de promoción en la web, el hotel, generará convenios con las extranets Booking, expedia, hotelbeds, etc. con el fin de obtener visibilidad ante los clientes potenciales, en las cuales además se tendrán en cuenta las reseñas escritas por los clientes y se mantendrá una comunicación con estos para demostrar agradecimiento antes su retroalimentación y recomendación, y de esta manera ganar su confianza para fidelizarlos.

Ahora bien, para nadie es un secreto que la web de búsqueda más conocida en el

mundo es Google, y que según los datos de Google Search Console, que es definido por Google como “un servicio gratuito de Google que te ayuda a supervisar, mantener y solucionar los problemas de aparición de tu sitio web en los resultados de la Búsqueda de Google” (2020), el primer resultado en la búsqueda de Google se lleva casi el 60% de los clicks, mientras que la segunda posición se lleva un 15% de los clicks. Esta es una competencia de posicionamiento en la web por parte de las empresas y depende del diseño en la información de la página web de las mismas (palabras claves de búsqueda, títulos de la información, descripción de la información y URLs entendibles) de modo que se haga llamativa para el cliente y vaya ganando clicks con el paso del tiempo. Teniendo en cuenta esto, El hotel Bocachica Summer trabajará en el diseño de la información de su página web, para posicionarse como uno de los primeros en la búsqueda de Google.

Por otra parte el hotel Bocachica Summer, creará un Blog en el que se publicará información relevante sobre el ecoturismo, la ciudad de Cartagena de indias y el corregimiento de Bocachica, así como los proyectos sociales en los que se involucre el hotel, con el fin de generar interés en las personas a través de contenidos llamativos e informativos.

Del mismo modo, una vez que el cliente haya utilizado nuestros servicios, se procederá a un proceso de fidelización del mismo, por lo que se creará una campaña de email marketing, donde además de agradecerle el haber escogido al hotel para su alojamiento, se le informará de posibles ofertas, paquetes, o nuevos servicios, con el fin de animarlos a un pronto regreso al hotel.

2.5. Proyecciones de ventas.

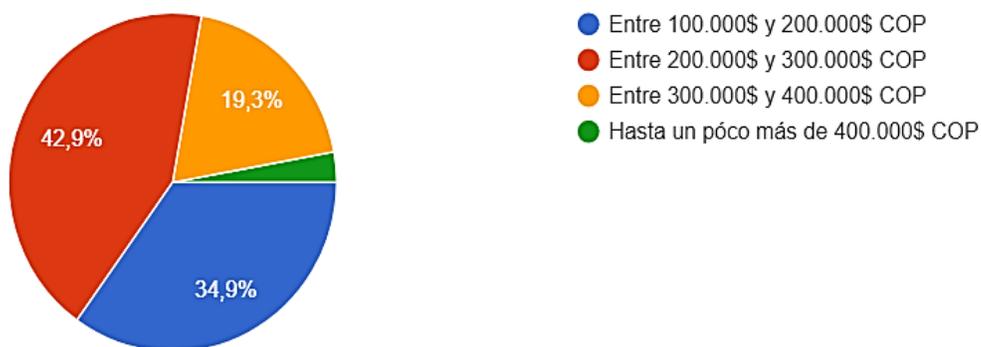
Mediante la aplicación de la encuesta para el estudio de la demanda potencial, se

pudo obtener además información acerca de la disposición que tienen los clientes potenciales de pagar ciertas cantidades por una noche en un Ecohotel, lo cual puede ser un determinante clave para el establecimiento de precios en el servicio de alojamiento del Ecolodge Bocachica Summer.

A través de los resultados anteriormente mencionados, se pudo evidenciar que, el 42,9% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$200.000 y \$300.000 COP por noche en un Ecohotel, el 34,9% pagaría entre \$100.000 y \$200.000 COP, el 19,3% entre \$300.00 y \$400.000 COP, y el 2,9% hasta un poco más de \$400.000 COP.

Gráfico 13.

Disposiciones de pago.



Fuente: Resultados de la encuesta.

Teniendo en cuenta los resultados para la disposición de pago de los clientes potenciales, y los servicios que serán prestados, los precios para las habitaciones son los siguientes: Junior Suite \$220.000 COP, Superior \$265.000 COP, Suite Deluxe \$ 320.000 COP.

A partir de estos precios se procede a realizar la proyección de ventas a partir del año 2021, teniendo en cuenta la situación actual por el Covid-19. En esta proyección se tiene

además presente el porcentaje de ocupación que se espera tener dependiendo de las temporadas del año, y el aumento de la inflación, teniendo como referencia, el porcentaje total para el año 2019, que según la última encuesta trimestral realizada por el Banco de la República (2019), el promedio de la proyección de los analistas para la inflación anual de Colombia era de 3,8 %, porcentaje que puede ser un indicador aproximado, para el aumento de las tarifas de las habitaciones cada año, por lo cual las proyecciones de venta desde el año 2021 al 2025 se representan de la siguiente manera:

% Por temporada			100%	90%	90%	90%	70%	70%	80%	80%	70%	70%	90%	100%	
Habitación	Precio	Cantidad	Enero	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov	Dic.	Total año
Junior Suite	\$220.000	6 hab	\$40.920.000	\$33.264.000	\$36.828.000	\$35.640.000	\$28.644.000	\$27.720.000	\$32.736.000	\$32.736.000	\$27.720.000	\$28.644.000	\$35.640.000	\$40.920.000	\$401.412.000
Superior	\$265.000	2 hab	\$16.430.000	\$13.356.000	\$14.787.000	\$14.310.000	\$11.501.000	\$11.130.000	\$13.144.000	\$13.144.000	\$11.130.000	\$11.501.000	\$14.310.000	\$16.430.000	\$161.173.000
Suite deluxe	\$320.000	2 hab	\$19.840.000	\$16.128.000	\$17.856.000	\$17.280.000	\$13.888.000	\$13.440.000	\$15.872.000	\$15.872.000	\$13.440.000	\$13.888.000	\$17.280.000	\$19.840.000	\$194.624.000
Total producción														\$757.209.000	

Tabla 2.

Proyección de venta año 2021.

% Por temporada			100%	90%	90%	90%	70%	70%	80%	80%	70%	70%	90%	100%	
Habitación	Precio	Cantidad	Enero	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov	Dic.	Total año
Junior Suite	\$228.360	6 hab	\$42.474.960	\$34.528.032	\$38.227.464	\$36.994.320	\$29.732.472	\$28.773.360	\$33.979.968	\$33.979.968	\$28.773.360	\$29.732.472	\$36.994.320	\$42.474.960	\$416.665.656
Superior	\$275.070	2 hab	\$17.054.340	\$13.863.528	\$15.348.906	\$14.853.780	\$11.938.038	\$11.552.940	\$13.643.472	\$13.643.472	\$11.552.940	\$11.938.038	\$14.853.780	\$17.054.340	\$167.297.574
Suite deluxe	\$332.160	2 hab	\$20.593.920	\$16.740.864	\$18.534.528	\$17.936.640	\$14.415.744	\$13.950.720	\$16.475.136	\$16.475.136	\$13.950.720	\$14.415.744	\$17.936.640	\$20.593.920	\$202.019.712
Total producción														\$785.982.942	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.

Proyección de venta año 2022.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.

Proyección de venta año 2023.

% Por temporada			100%	90%	90%	90%	70%	70%	80%	80%	70%	70%	90%	100%	
Habitación	Precio	Cantidad	Enero	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov	Dic.	Total año
Junior Suite	\$236.720	6 hab	\$44.029.920	\$35.792.064	\$39.626.928	\$38.348.640	\$30.820.944	\$29.826.720	\$35.223.936	\$35.223.936	\$29.826.720	\$30.820.944	\$38.348.640	\$44.029.920	\$431.919.312
Superior	\$285.140	2 hab	\$17.678.680	\$11.930.688	\$13.208.976	\$12.782.880	\$10.273.648	\$9.942.240	\$11.741.312	\$11.741.312	\$9.942.240	\$10.273.648	\$12.782.880	\$14.676.640	\$146.975.144
Suite deluxe	\$344.320	2 hab	\$21.347.840	\$17.353.728	\$19.213.056	\$18.593.280	\$14.943.488	\$14.461.440	\$17.078.272	\$17.078.272	\$14.461.440	\$14.943.488	\$18.593.280	\$21.347.840	\$209.415.424
Total producción														\$788.309.880	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.

Proyección de venta año 2024.

% Por temporada			100%	90%	90%	90%	70%	70%	80%	80%	70%	70%	90%	100%	
Habitación	Precio	Cantidad	Enero	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov	Dic.	Total año
Junior Suite	\$245.080	6 hab	\$45.584.880	\$37.056.096	\$41.026.392	\$39.702.960	\$31.909.416	\$30.880.080	\$36.467.904	\$36.467.904	\$30.880.080	\$31.909.416	\$39.702.960	\$45.584.880	\$447.172.968
Superior	\$295.210	2 hab	\$18.303.020	\$14.878.584	\$16.472.718	\$15.941.340	\$12.812.114	\$12.398.820	\$14.642.416	\$14.642.416	\$12.398.820	\$12.812.114	\$15.941.340	\$18.303.020	\$179.546.722
Suite deluxe	\$356.480	2 hab	\$22.101.760	\$17.966.592	\$19.891.584	\$19.249.920	\$15.471.232	\$14.972.160	\$17.681.408	\$17.681.408	\$14.972.160	\$15.471.232	\$19.249.920	\$22.101.760	\$216.811.136
Total producción														\$843.530.826	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6.

Proyección de venta año 2025.

% Por temporada			100%	90%	90%	90%	70%	70%	80%	80%	70%	70%	90%	100%	
Habitación	Precio	Cantidad	Enero	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov	Dic.	Total año
Junior Suite	\$253.440	6 hab	\$47.139.840	\$38.320.128	\$42.425.856	\$41.057.280	\$32.997.888	\$31.933.440	\$37.711.872	\$37.711.872	\$31.933.440	\$32.997.888	\$41.057.280	\$47.139.840	\$462.426.624
Superior	\$305.280	2 hab	\$18.927.360	\$15.386.112	\$17.034.624	\$16.485.120	\$13.249.152	\$12.821.760	\$15.141.888	\$15.141.888	\$12.821.760	\$13.249.152	\$16.485.120	\$18.927.360	\$185.671.296
Suite deluxe	\$368.640	2 hab	\$22.855.680	\$18.579.456	\$20.570.112	\$19.906.560	\$15.998.976	\$15.482.880	\$18.284.544	\$18.284.544	\$15.482.880	\$15.998.976	\$19.906.560	\$22.855.680	\$224.206.848
Total producción														\$872.304.768	

Fuente: Elaboración propia.

3. Componente productivo y técnico.

3.1 Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto.

El Ecolodge Bocachica Summer se encuentra ubicado en el corregimiento de Bocachica, y tiene como objetivo principal brindar un servicio de alojamiento ecoturístico, en cabañas tipo glamping construidas con madera, piedra y palma. Este Ecolodge cuenta con servicios alternos, como tours por los lugares emblemáticos del corregimiento, talleres de la gastronomía de Cartagena, capacitaciones ambientales y clases de pesca artesanal. Todos estos servicios se ofrecen bajo un concepto sostenible, donde se tiene en cuenta el impacto ambiental y social.

Teniendo en cuenta el concepto ambientalista del Ecolodge, el hotel pondrá en práctica todos los procesos necesarios para el aprovechamiento y conservación de los recursos naturales de la zona, y a su vez capacitará a los locales y turistas sobre la importancia de estas prácticas.

Por otra parte, El Ecolodge Bocachica Summer tiene un impacto social positivo para el corregimiento, ya que, uno de sus objetivos principales es generar empleo para sus habitantes, dar a conocer sus riquezas culturales y promover la actividad turística.

3.2 Ficha técnica del producto.

Tabla 7.

Ficha técnica.

Ecolodge Bocachica Summer		
	Tipo de servicio	Hospedaje y Alojamiento
	Descripción general	Es una empresa que prestará un servicio de alojamiento sostenible a todas las personas que disfrutan de la naturaleza y que además estén interesadas en la conservación del medioambiente y en conocer la cultura.
Ubicación		
	El Ecolodge Bocachica Summer, estará ubicado en la Isla de Tierrabomba, corregimiento de Bocachica, a unos 20 minutos en lancha, partiendo desde el Muelle Turístico de Cartagena La Bodeguita.	
Objetivo	Brindar un servicio de alojamiento para el descanso y el disfrute de la naturaleza del turista, por medio de un servicio especializado y respetuoso del medioambiente y de la cultura local. Además de exclusividad, bienestar, relax y confort, en un entorno extraordinariamente exquisito.	

Recomendado para	Este Ecolodge es recomendado para personas adultas, apasionadas por la naturaleza y su conservación, también para aquellos que deseen realizar bodas, lunas de miel, o sencillamente disfrutar de un buen descanso con nuestros servicios de Spa.
Acceso al hotel	Vía Marítima
Distancia y conexiones	<ul style="list-style-type: none"> ● Aeropuerto: 20 Minutos hasta el Muelle Turístico de la Bodeguita. ● Terminal terrestre: Aprox 90 Minutos hasta el Muelle Turístico de la Bodeguita. ● Muelle Turístico de la Bodeguita: 20 Minutos en lancha hasta el Muelle principal de Bocachica.
Habitaciones	10 habitaciones.
Tipos de habitaciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Junior Suite (6 hab) <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cama Queen size. ➤ Ducha y W.C. independiente Shower, separate. ➤ Sofisticada área de estar. ➤ Espejo iluminado de aumento en el baño. ➤ Terraza con sofás y mesita, con vista al mar. ➤ TV y base Bose con conexión Bluetooth. ❖ Superior (2 hab) <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cama Queen size ➤ Sosticada área de trabajo y zona de estar. ➤ Espaciosa bañera. ➤ Espejo iluminado de aumento en el baño. ➤ Terraza con vista al mar. ➤ Hamacas lounge y mesitas. ➤ Vestidor ➤ TV y base Bose con conexión Bluetooth. ❖ Suite Deluxe (2 hab) <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cama King size. ➤ Ducha con varias opciones de masajes. ➤ Sofisticada área de trabajo. ➤ Sala de estar espaciosa y contemporánea ➤ Menú de Cóctel bar con selección de licores. ➤ Amplia terraza con hamacas, sofás lounge

	<p>y mesitas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Televisor LCD de alta definición de 55”. ➤ Vestidor. ➤ Base Bose con conexión Bluetooth.
Todas cuentan con	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Terraza con vista al Mar ➤ Armario. ➤ Mesa de noche. ➤ Caja de Seguridad (Sin cargo). ➤ Secador de cabello. ➤ Nevera tipo Mini bar. ➤ Pantallas de televisión plana de LCD desde 32” hasta 55”. ➤ Variedad de canales de televisión nacional e internacional. ➤ Room service 24 horas. ➤ Servicio mayordomía (bajo petición)
Recepción y servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicio de información Bilingüe ➤ Cambio de Divisas y pagos con TC (Amex, Mastercard, Visa) ➤ Room Service 24 horas ➤ Servicio de Seguridad 24 horas ➤ Servicio de Transfer (Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto), bajo petición. ➤ Servicio de Internet Dentro de todas las instalaciones del hotel. ➤ Check In/Check out personalizado y privado. ➤ Pool and Beach concierge.
Spa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2 cabinas individuales con terraza y 1 cabina doble, para rituales corporales, tratamientos faciales y masajes. ➤ Espacio de relajación.

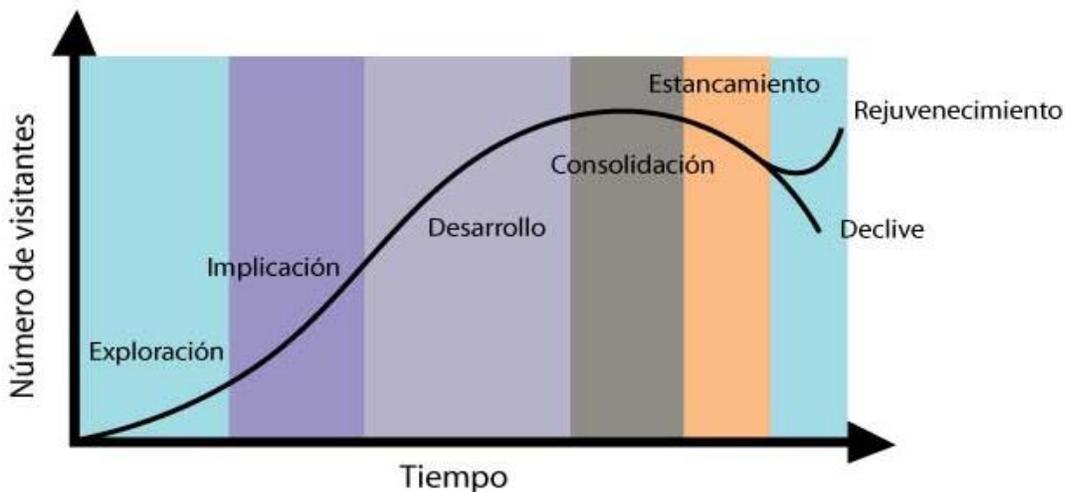
<p>Área de piscina</p>  <p>Foto de Eugeni Pons-Girona, España (2020)</p>	<p>Piscina natural, con un servicio de limpieza ecológico que no utiliza productos químicos, ya que es realizado de manera natural por plantas acuáticas. Para el área de la piscina se contará con:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Servicio de bebidas y comida ➤ Servicio de toallas.
<p>Gastronomía y restaurantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Restaurante raíces ancestrales <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ubicado en el Lobby del hotel y con salida a la piscina. ➤ El desayuno buffet más completo y exclusivo del sector. Estaciones y sorpresas gourmet. Por la noche, cocina local e internacional acompañada por los mejores vinos. ➤ Selección de especialidades ligeras acompañadas de zumos naturales, smoothies o cócteles. Dispone de servicio en la propia tumbona durante el día. Por la noche, cocina fresca donde predomina la cocina de mar.

Fuente: Elaboración propia

3.2.1 *Ciclo de vida del producto.*

El Ecolodge Bocachica Summer, a lo largo de su vida útil experimentará varias etapas, que provocarán constantes cambios basados en las tendencias e intereses de la demanda. Según Butler (1989) un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende 6 etapas: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento.

Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos



Fuente: Butler, (1989).

Para empezar, en la etapa de exploración, que se caracteriza por la aparición de un grupo reducido de personas que se interesan por los productos y servicios únicos e innovadores del Ecolodge Bocachica Summer, y por conocer los atributos que tiene la naturaleza y cultura de la zona, que involucra involucran el contacto directo con la población local.

A medida que se avanza se abre paso a la etapa de implicación, donde la recomendación por parte de los clientes, la promoción y posicionamiento del Ecolodge en el mercado aumenta, incrementando de esta manera las visitas, y manteniéndose el volumen de estas.

Luego, comienza la etapa de desarrollo, en la cual aumenta el número de visitantes debido a la publicidad, promoción y acondicionamiento de los productos y servicios, de acuerdo a las recomendaciones y conocimiento de los intereses de los clientes. A partir de entonces, el negocio crece e influye en la mejora de la calidad de vida de la población local, sin embargo, se debe tener un control los ingresos de los clientes, teniendo en cuenta que la

popularidad del destino puede traer inconvenientes, como la sobreocupación, ocasionando un posible descontento en la comunidad local, por el uso excesivo de sus entornos, lo cual podría provocar que estos comiencen a tener una percepción negativa de la actividad turística.

Seguido de la etapa de desarrollo, comienza la etapa de consolidación, que representaría un crecimiento lento de las visitas al Ecolodge, y un posible desgaste en el mismo. A este punto, el destino será conocido y representaría una economía dentro del sector. Además, en esta etapa debe trabajarse por extender el número de días que los turistas pasan en el hotel, que tengan un mayor gasto y que lleguen más visitas por fuera de las temporadas de vacaciones.

Posterior a esto, en la etapa de estancamiento, se habría llegado al límite de las visitas, en la que pueden existir problemas para mantener el mismo nivel de ocupación en el Ecolodge y esta se refleja en la economía del mismo. Teniendo en cuentas esto, se deberá trabajar en la creación de nuevas estrategias para captar turistas, como: utilizar las instalaciones para realizar diferentes actividades, excursiones, retiros, encuentros de jóvenes, entre otras, con el fin de atraer más personas y recuperar la popularidad del Ecolodge.

Finalmente, luego de este punto es importante que el Ecolodge se reinvente a nivel de productos, servicios, y de ser necesario, a nivel de infraestructura, pues del contrario experimentarían un declive, perdiendo la posibilidad de competir, provocando una reducción mayor en el número de visitas.

3.3 Descripción del proceso productivo y sistema de producción.

El Ecolodge Bocachica Summer tiene como objetivo principal, prestar un servicio de alojamiento sostenible, y crear experiencias significativas para los huéspedes. Este Ecolodge

cuenta además con servicios alternos como: servicio de restaurante, clases de cocina cartagenera, clases de pesca artesanal, toures por los lugares emblemáticos de Bocachica y capacitaciones ambientales. Cada uno de estos servicios cuenta con un proceso para llevar a cabo la prestación de los mismos, los cuales son descritos a continuación:

Cabe destacar que, la venta de las habitaciones, o de los servicios alternos (tour, taller de pesca, taller de cocina o pasadía) lleva un proceso previo a la llegada del cliente al hotel, y esta puede ser de distintas maneras, ya que puede ser con reservación previa por los canales electrónicos (teléfono, email, página web del hotel, extranets), o de manera presencial. Teniendo en cuenta que el hotel se encuentra en el corregimiento de Bocachica, y que la transportación hacia el lugar es vía marítima, y un poco complicada por la falta de transportes hacia la zona, el primer contacto del cliente será con las personas encargadas del servicio de transporte (lancheros) empleados por el hotel, quienes recibirán las primeras solicitudes e inquietudes.

Etapa 1: Como se mencionó anteriormente, el Ecolodge inicialmente trabaja en los procesos de promoción digital para la captación del cliente. Luego de haber recibido una reserva de parte de los clientes través de los canales electrónicos, se registra en el software hotelero y se confirma la reserva. Se crea una lista de reservas por fecha, la cual será entregada al lanchero diariamente para el recibimiento de los clientes.

Etapa 2: El lanchero recibe al cliente, el cual deberá informarle que tipo de servicio solicita por parte del hotel (alojamiento, pasadía, tour, taller de cocina o de pesca) y si ha realizado una reserva previa para este servicio, el lanchero verificará en la lista que posee la información suministrada por el hotel sobre las reservas que se esperan para la fecha, y confirmará que el cliente haga parte de esta lista, en el caso negativo, este llamará a la

recepción del hotel para informar sobre el servicio solicitado y la disponibilidad del mismo. Si la recepcionista le informa que hay disponibilidad, el lanchero procederá a transportar al cliente al corregimiento de Bocachica, donde lo espera el chofer, para conducirlo al Ecolodge Bocachica Summer. En el caso de que el cliente si se encuentre en la lista de las reservas del día, el lanchero deberá informar la llegada de este a la recepcionista, y procederá a transportarlo a la isla.

Etapas 3: Luego de que el chofer haya dejado a los clientes en la entrada el hotel, el botones los recibe amablemente, ayudándolos con el equipaje y los dirige al área de recepción, donde el recepcionista estará esperándolos para su registro, sea cual sea el servicio solicitado:

Etapas 4: Teniendo en cuenta que la recepcionista ya ha recibido la información por parte del lanchero sobre la llegada de los clientes, esta los recibirá y les dará la bienvenida al Ecolodge, y solicitará la documentación requerida (pasaporte, cédula de identidad), para realizar el registro de cada uno de los clientes, ya sea para alojamiento, pasadía, servicio de tour, taller de pesca o de cocina cartagenera. Luego del proceso de registro, cada servicio tiene un procedimiento distinto, los cuales son diferenciados de la siguiente manera:

Servicio de alojamiento: Es el servicio principal del hotel, y se baja en la venta de las habitaciones para la estancia de los clientes en las instalaciones del hotel.

(Check-in): Luego del proceso de registro, la recepcionista asignará la habitación, cobrará el valor correspondiente por las noches reservadas, y entregará la llave de esta al botones, al mismo tiempo que le suministra la información básica del hotel a los huéspedes (servicios, horario de la piscina, horario del restaurante, hora del check-out y número de línea fija con recepción). Luego el botones ayudará con el equipaje y les conducirá a su

habitación, y les entregará la llave.

Servicio de pasadía: Se trata de un servicio prestado por el hotel, en el cual el cliente disfrutará de las instalaciones del hotel, sin pasar la noche en el mismo. En el Ecolodge Bocachica Summer, las horas del pasadía serán desde las 9:00 am hasta las 5:00 pm. Este servicio incluirá: Transporte hacia las instalaciones, cóctel de bienvenida, se le ofrecerá la opción de realizar un taller corto de la cocina cartagenera para luego consumir lo que se haya preparado, en el momento del almuerzo, y en el caso no querer utilizar este servicio se le ofrecerán 3 opciones de almuerzo, acceso a la instalaciones, tour por los lugares emblemáticos de Bocachica, capacitación ambiental (opcional), taller de pesca artesanal (opcional), transporte de vuelta a la ciudad.

Teniendo en cuenta que la recepcionista ya ha recibido la información por parte del lanchero sobre la llegada de los clientes, ésta informará en cocina para la preparación de los cócteles de bienvenida, y la tutora de la cocina cartagenera para la preparación de los espacios.

Luego del proceso de registro de los clientes por parte de la recepcionista, esta deberá cobrar el valor correspondiente al servicio, y luego les entregará una manilla que los identificará como clientes de pasadía, y los meseros les entregarán los cocteles de bienvenida. Después de esto, los clientes serán dirigidos por parte del botones a la zona de la piscina o la playa (según la preferencia del cliente) donde estos se establecerán durante el día.

Servicio de Tour: Este servicio se basa en el recorrido por los lugares emblemáticos de Bocachica como: El pozo de Karex, La batería del Ángel San Rafael, El fuerte de San Fernando de Bocachica, Las Ruinas, Los Hornos (Horno del Diablo). Este servicio

comenzaría a las 9 am y terminaría a las 2pm, e incluye: transporte a las instalaciones, recorrido, hidratación, taller rápido de cocina cartagenera en el cual los clientes prepararán su propio almuerzo, capacitaciones ambientales, transporte de vuelta a la ciudad.

En el momento que la recepcionista reciba la llamada del lanchero sobre la llegada de los clientes, esta debe informarle al tour operador para la preparación del transporte e hidratación, y a la tutora de la cocina Cartagena para la preparación de los espacios.

Una vez realizado el proceso de registro por parte de la recepcionista, esta deberá cobrar al valor correspondiente al servicio, y les hará entrega de las manillas que los identificará como clientes exclusivos para el servicio de tour. Luego el tour operador dirigirá a los clientes al transporte para comenzar con el recorrido, durante el cual les estará contando la historia de los lugares. Aproximadamente a las 10:30 am- 11:00 am, el tour operador deberá conducir a los clientes al hotel, donde serán recibidos por la tutora de la cocina cartagenera para recibir su clase gastronómica y posteriormente recibir su almuerzo. Finalmente, minutos después de haber almorzado, nuevamente el tour operador se dirigirá a los clientes y les ofrecerá una charla sobre la conservación de los recursos naturales de manera didáctica, interesante y divertida.

Es importante mencionar que, el proceso para la prestación de los servicios como: tour, clases de cocina, clase de pesca y capacitaciones ambientales, serán distintos en caso de ser solicitados por los huéspedes alojados en el hotel, ya que estos pueden ser prestados de manera exclusiva, o programados para realizar junto con los cliente de tour o de pasadía (según la preferencia del cliente).

Etapas 5: El proceso de cierre del servicio que haya sido prestado por el Ecolodge Bocachica Summer dependerá del tipo.

Alojamiento (check-out): Al momento de realizar el proceso de check-out, la recepcionista le pedirá al cliente la llave de esta y el número de su habitación, para verificar en el sistema si tiene algún cargo, para realizar el cobro correspondiente. En el caso de que el cliente no tenga pagos pendientes, la recepcionista se despedirá amablemente, y el botones les ayudará con el equipaje y los dirigirá al transporte. Luego de esto el chofer los conducirá al muelle y les ayudará a ingresar a la lancha para, posteriormente, ser dirigidos a la ciudad de Cartagena de indias.

Servicios alternos (Pasadía, tour): Luego de que los clientes hayan disfrutado de cualquiera de estos servicios, el botones los despedirá amablemente y los conducirá al transporte, para luego ser conducidos al muelle, donde el chofer los ayudará a ingresar a las lanchas para su regreso a la ciudad de Cartagena de Indias.

Restaurante/ Bar: En cuanto al servicio de restaurante y bar, este estará disponible desde las 6:00 am hasta las 10:00 pm, y ofrecerá desayuno, almuerzo y cena, y servicio de bar. El servicio de desayuno será tipo Buffet el cual va incluido en el precio del alojamiento, el almuerzo, la cena y servicios del bar serán a la carta y no están incluidos en el valor del alojamiento.

Al momento del desayuno, el mesero recibe a los huéspedes, donde les pedirá sus datos para notificar en la lista de huéspedes que el desayuno fue tomado por este, y los conduce al buffet, donde les ofrecerá diversas opciones, y les servirá de acuerdo a su preferencia, para que posteriormente estos se dirijan a la mesa a comer. Al momento de que el huésped termine su desayuno, el mesero se acercará a retirar los platos.

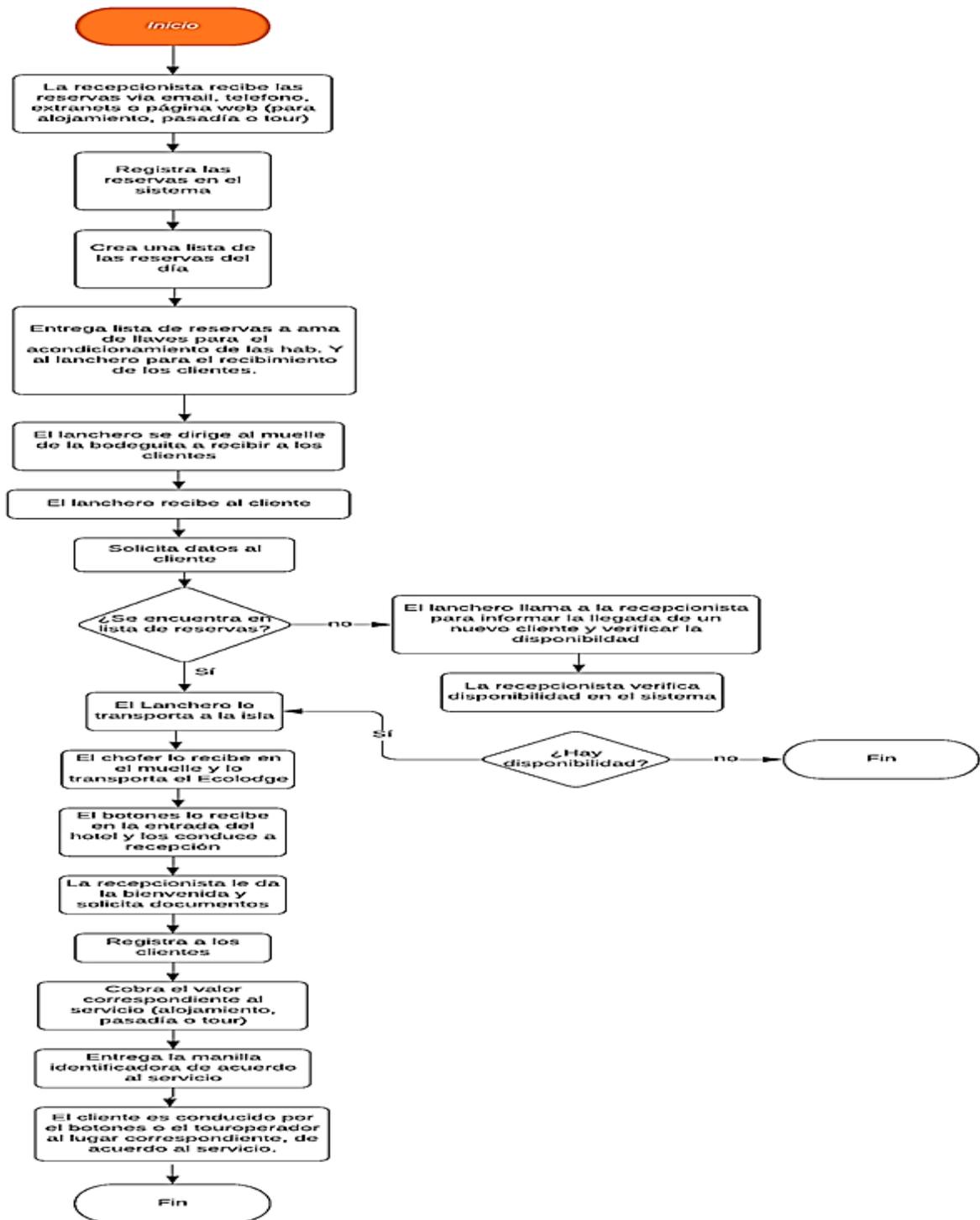
Para los servicios de almuerzo y cena y bar, el mesero recibirá a los huéspedes y les entregará el menú para posteriormente tomarles el pedido. Una vez, realizado esto, el mesero

deberá entregar en cocina o en el bar la comanda con el pedido de los huéspedes. El chef encargado de cocina o el bartender, recibirá la comanda y se encargará de la preparación del pedido, para que una vez este se encuentre listo, lo entregará el mesero, quien se encargará de llevarlo a la mesa del huésped. Una vez que el huésped haya terminado de comer, el mesero se acercará a la mesa para retirar la vajilla, y en caso de que el cliente no quiera consumir algo más, este le entregará la cuenta y le cobrará o cargará a la habitación.

3.3.1 Diagrama de flujo.

Grafico 14.

Diagrama de flujo.

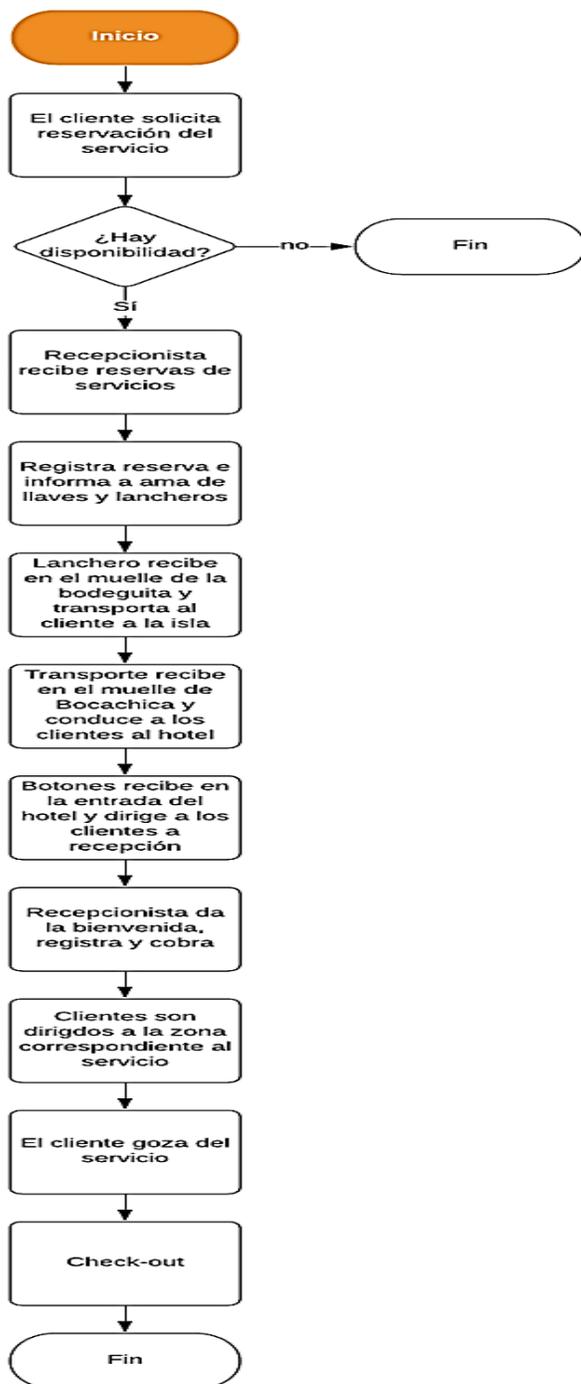


Fuente: Elaboración propia.

3.3.2 Diagrama de proceso

Gráfico 15.

Diagrama de procesos.



Fuente: Elaboración propia.

3.4 Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología).

Tabla 8.

Equipamiento de cocina.

Artículo	Cantidad	Precio unitario	Total
Estufa industrial	2	\$1,700,000	\$3.400.000
Purificador de H2O	1	\$13,000,000	\$13.000.000
Lavaplatos	1	\$430,000	\$430.000
Mesón en acero	3	\$600,000	\$1.800.000
Congelador	2	\$700,000	\$1.400.000
Nevera vertical Empotrada.	2	\$4,500,000	\$9.000.000
Vitrina Vertical Refrigerada	1	\$1,800,000	\$1.800.000
Lavavajillas	1	\$1,900,000	\$1.900.000
Horno Industrial (Gas 2c)	1	\$1,700,000	\$1.700.000
Campanas Extractoras	2	\$1,000.000	\$2.000.000
Bascula Pequeña (30 kg)	1	\$250,000	\$250.000
Bascula pequeña (5 kg)	1	\$20,000	\$20.000
Licuada Industrial (2Lt)	2	\$350.000	\$700.000
Batidora Industrial (5 Lt)	1	\$900,000	\$900.000
Crepera	1	\$450,000	\$450.000
Juego de Ollas	3	\$250.000	\$750.000
Sartén	9	\$35,000	\$513,000
Espátula	3	\$3,000	\$9.000
Cuchillo	100	\$2.750	\$275.000

Cucharas	100	\$2,750	\$275.000
Cucharas pequeñas	100	\$1.750	\$175.000
Tenedor Pequeño	100	1.750	175.000
Tenedor	100	\$2.750.	\$275.000
Cucharas Medidoras	2	\$15,000	\$30000
Cafetera	1	\$150,000	\$150.000
Jarra (35,2 Oz)	5	\$11,600	\$58.000
		Total	\$ 41.435.000

Tabla 9.

Equipamiento de comedor.

Artículo	Cantidad	Precio unitario	Total
Mantel Poliéster Grande	20	\$80.000	\$1.600.000
Individuales	40	\$4.000	\$160.000
Servilletas Poliéster	40	\$1.200	\$48.000
Mesa	10	\$50.000	\$500.000
Silla	20	\$30.000	\$600.000
Vaso (21 Oz)	50	\$5.500	\$275.000
Pocillo Café	50	\$6.900	\$345.000
Plato Grande	75	\$12.500	\$937.500
Plato Pequeño	75	\$8.500	\$637.500
Plato Sopero	75	\$11.500	\$862.500
Jarra (35,2 Oz)	12	\$11.600	\$139.200
Aire acondicionado Inverter	1	\$1.750.000	\$1.750.000

Sonido	1	\$1.200.000	\$1.200.000
		TOTAL	\$9.054.700

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.

Equipamiento de bar.

Artículos	Cantidad	Precio unitario	Total
Refrigerador Pequeño	2	\$ 1.400.000	\$ 2.800.000
Purificador H2O	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Vaso (11,2 Oz)	100	\$ 2.000	\$ 200.000
Copa Vino (5,5 Oz)	100	\$ 8.000	\$ 800.000
Copa Champagne (5,5 Oz)	100	\$ 9.000	\$ 900.000
Copa Whisky (6,5 Oz)	100	\$ 10.000	\$ 1.000.000
Vaso Martini (11,2 Oz)	30	\$ 8.000	\$ 240.000
Vaso Cervecerero (18,5 Oz)	80	\$ 5.000	\$ 400.000
Jarra Cervecera (18,5 Oz)	80	\$ 22.000	\$ 1.760.000
Coctelera	2	\$ 17.000	\$ 34.000
Cafetera	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Capuchinera	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Jarra (35,2 Oz)	4	\$ 11.600	\$ 46.400
Licuada Industrial (2Lt)	1	\$ 295.000	\$ 295.000
Iluminación	1	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000
Lavavajillas	1	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
		TOTAL	\$ 13.355.400

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11.

Equipamiento de habitaciones.

Artículos	Cantidad	Precio unitario	Total
Bata de Baño	60	\$ 30.000	\$ 1.800.000
Cubrelechos Queen Size	30	\$ 60.000	\$ 1.800.000
Cubrelechos King Size	10	\$ 120.000	\$ 1.200.000
Cama King Size con mesas de noches	2	\$ 1.950.000	\$ 3.900.000
Cama Queen size Con mesas de noche	8	\$ 1.500.000	\$ 12.000.000
Colchón Queen size	8	\$ 1.200.000	\$ 9.600.000
Colchón King size	2	\$ 1.720.000	\$ 3.440.000
Aires Acondicionados Inverter	10	\$ 1.750.000	\$ 17.500.000
Protector colchón	20	\$ 60.000	\$ 1.200.000
Almohada	50	\$ 55.000	\$ 2.750.000
Juego de sábanas Queen	20	\$ 60.000	\$ 1.200.000
Juego de sábanas King	10	\$ 70.000	\$ 700.000
Edredones/Duvet King size	4	\$ 220.000	\$ 880.000
Edredones/Duvet Queen size	16	\$ 150.000	\$ 2.400.000
Toallas de cuerpo	80	\$ 35.000	\$ 2.800.000
Toallas de mano	80	\$ 22.000	\$ 1.760.000
Televisores LCD 50"	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000
Televisores LCD 40"	8	\$ 1.200.000	\$ 9.600.000
Teléfonos fijo Panasonic	10	\$ 45.000	\$ 450.000

TOTAL	\$ 77.980.000
--------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12.

Equipamiento de baños

Artículo	Cantidad	Precio unitario	Total
Lavamanos Milano	8	\$85.000	\$680.000
Lavamanos Porcelana Vessel Bari Circular 41.5 centímetros	4	\$150.000	\$600.000
Sanitario Tao Dual One Piece Blanco	12	\$270.000	\$3.240.000
Espejo de baño Salerno reflekta 600x600x4 milímetros	12	\$95.000	\$1.140.000
		TOTAL	\$6.020.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13.

Equipamiento de oficinas.

Artículos	Cantidad	Precio unitario	Total
Sofá	3	\$550.000	\$1.650.000
Hamacas	6	\$60.000	\$360.000
Sillas de madera tipo bar	10	\$50.000	\$500.000
Silla Asoleadora	20	\$180.000	\$3.600.000
Lámpara De Techo Colgante Rustica De Hierro Y Metal	4	\$950.000	\$3.800.000
lámparas de madera para interiores	15	\$60.000	\$900.000

TV 60"	1	\$1.900.000	\$1.900.000
Silla Computo	2	\$50.000	\$100.000
Computadores Lenovo All-In-On	5	\$1.500.000	\$7.500.000
Herramientas Mantenimiento.	2	\$2.000.000	\$4.000.000
Instalación paneles solares	1	\$8.000.000	\$8.000.000
Planta Eléctrica	1	\$12.000.000	\$12.000.000
Suministros de Limpieza	4	\$1.000.000	\$4.000.000
Kit de amenities	100	\$ 50.000	\$5.000.000
Teléfono conmutador	3	\$ 220.000	\$660.000
Teléfono fijo Panasonic	2	\$ 45.000	\$90.000
Licencia software hotelero Zeus	1	\$	
TOTAL			\$54.060.000

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14.

Uniformes para el personal.

Uniformes	Cantidad	Precio unitario	Total
Recepción y reservas	8	\$ 150.000	\$ 1.200.000
Botones	4	\$ 150.000	\$ 600.000
Mantenimiento	4	\$ 210.000	\$ 840.000
Camareras	6	\$ 70.000	\$ 420.000
Cocina	8	\$ 70.000	\$ 560.000
Bartender	4	\$ 35.000	\$ 140.000
Meseros	8	\$ 150.000	\$ 1.200.000
Ama de llaves	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Personal transporte	6	\$ 35.000	\$ 210.000
		Total	\$ 5.470.000

Fuente: Elaboración propia.

Debido a las imposibilidades de realizar un estudio correcto de los espacios para la

construcción, se realizó una cotización aproximada con la ayuda de un ingeniero civil sobre lo que se podría utilizar y gastar en la construcción de las instalaciones del Ecolodge Bocachica Summer, además se utilizó el valor comercial por hectáreas para el terreno (1.200 m²), dicha cotización se muestra a continuación:

Tabla 15.

Materiales para infraestructura.

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	valor total
Listón de madera 4x4x15	unidad	30	\$45.000	\$1.350.000
Palma	m2	80	\$150.000	\$12.000.000
Herramientas menores	global			\$50.000
Piso	m2	80	\$35.000	\$2.800.000
Baños	global	2	\$3.700.000	\$7.400.000
Red eléctrica	global	1	\$3.200.000	\$3.200.000
Cocina	global	1	\$2.600.000	\$2.600.000
Red de agua potable	global	1	\$3.400.000	\$3.400.000
Red de tubería sanitaria	global	1	\$3.400.000	\$3.400.000
Red de internet	global	1	\$800.000	\$800.000
Limpieza de zona	global	1	\$550.000	\$550.000
Pintura de cabaña	global	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Puertas	unidad	3	\$250.000	\$750.000
Madera para muros	m2	150	\$40.000	\$6.000.000
Subtotal				\$48.600.000

AIU	%	25		\$12.150.000
Pólizas	%	5		\$2.430.000
Total por infraestructura				\$60.880.000
Edificación	Precio total por construcción de casa infraestructura			
10 Cabañas	\$608.800.000			
Recepción, lobby	\$121.760.000			
Restaurante	\$121.760.000			
Nivelación Terreno total	\$1.000.000			
Topografía Terreno total	\$1.300.000			
Valor total por construcción	\$854.620000			
Valor del Terreno	\$360.000.000			

Fuente: Elaboración propia.

3.5 Plan de compras.

Gráfico 16.

Proceso de compras.



Fuente: Elaboración propia.

En el Ecolodge Bocachica Summer, el plan de compras se basará en un proceso de contratación, en donde se reunirán el jefe de servicio al cliente y el comité de inversionistas mensualmente para determinar de acuerdo a una política de compras, la aprobación de las solicitudes realizadas por las áreas del hotel que requieren de insumos, esta política de compras contempla los principales referentes que se deben cumplir, por parte de los proveedores y clientes internos de la empresa.

A partir de entonces, se hace un listado de los requerimientos de cada uno de los departamentos del hotel, para determinar los productos y/o servicios que se necesitan e incluirlos en las órdenes de compras.

En este punto se determina que mínimo deberán existir tres proveedores, para cada producto solicitado, a quienes posteriormente les llegará una solicitud de cotización con el fin de comparar sus propuestas, lo cual ayudará a garantizar un mejor precio y calidad. Es importante resaltar que, para la selección de los proveedores, la empresa tiene en cuenta los criterios de sostenibilidad, por lo que se escogen empresas cuya misión garantice la protección del medio ambiente. Inmediatamente que se hace la selección, la empresa pasa a un proceso de negociación y creación de contrato, donde el proveedor accede y reconoce las órdenes de compra.

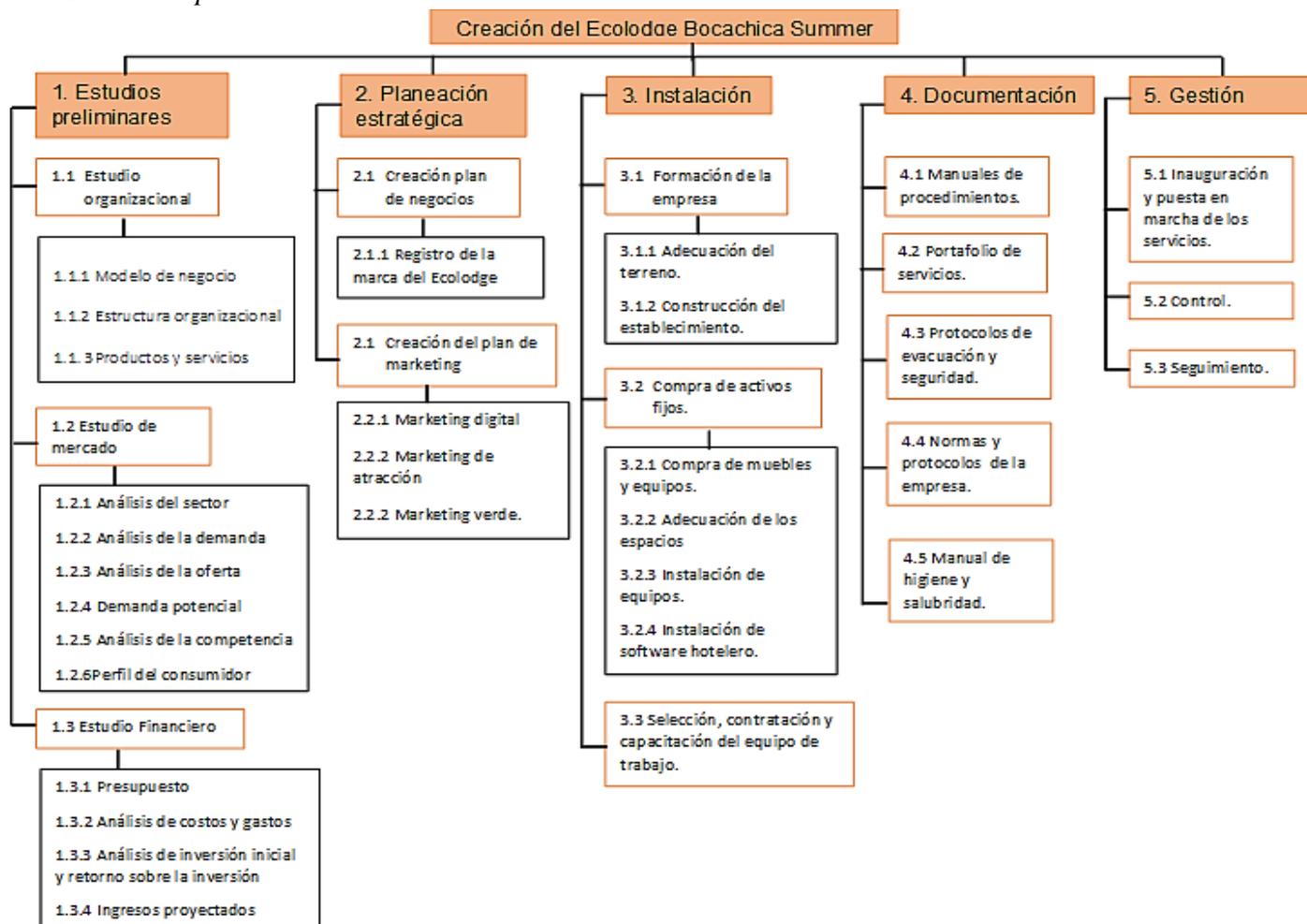
Además, se definen responsabilidades, de manera que se definen las fechas de entrega de los productos que se establecieron previamente en la orden de compra a la empresa, así mismo, se establece la zona de recepción de los productos o mercancías, definición de stocks mínimos y máximos de los productos que se deben mantener en el almacén, y frecuencias de elaboración de inventarios. Por último, se deberá determinar qué funcionarios están debidamente autorizados para ingresar al área de almacén.

Para concluir, es importante tener todos los procesos de compra documentados, con la intención de validar al final toda la transacción, además, de que son fundamentales para llevar un buen registro de la contabilidad. Por tal motivo, se deben alinear las órdenes de pago, comprobante de recibo y factura emitida por el proveedor. Además, se evaluarán constantemente a los proveedores, de manera que, si estos cumplen con los criterios y parámetros definidos por la empresa, se decide si continúan o no vinculado a la misma.

3.6 Plan de implementación.

Gráfico 17.

Plan de implementación.



Fuente: Elaboración propia.

3.7 Plan de producción.

Título: Plan de producción del Ecolodge Bocachica Summer para el ejecutamiento de sus servicios.

Objetivo de la producción: Mantener la ocupación máxima del hotel, a través de la prestación de un servicio de calidad, durante todos los meses del año.

Mantener un número de ventas de 300 (10 habitaciones x 30 días= 300 noches) noches mensuales, a través de la prestación de un servicio de calidad durante todos los meses del año.

Descripción de productos y servicios:

Tabla 16.

Productos y servicios.

Producto	Descripción
Alojamiento	Se basa en la venta de las habitaciones del tipo: Junior Suite, Superior y Suite Deluxe, que cuentan con un equipamiento de lujo, a través de un servicio de atención del cliente de calidad, para la estancia de los huéspedes en las instalaciones del hotel.
Restaurante/Bar	Ofrece alimentos y bebidas de calidad, que mantienen la identidad cartagenera con un sabor caribeño.
Pasadía	Se basa en la venta del disfrute de las instalaciones y diferentes servicios del hotel durante un día sin pasar la noche en este.
Tour histórico y cultural	Se basa en el recorrido por los lugares emblemáticos del corregimiento de Bocachica como: El pozo de Karex, La batería del Ángel San Rafael, El fuerte de San Fernando de Bocachica, Las Ruinas, Los Hornos (Horno del Diablo). En el cual se hace demostración de estos lugares y a su vez se les relatará la historia de los mismos.

Clases de pesca	Se basa en la capacitación teórica y práctica de la pesca artesanal, como muestra de una de las actividades tradicionales del Corregimiento de Bocachica.
Clases de cocina cartagenera	Capacitación teórica y práctica de la gastronomía de Cartagena, donde el huésped preparará su propia comida de manera didáctica y divertida, y con el mejor sabor caribeño.
Capacitación ambiental	Capacitación sobre la conservación de los recursos naturales de manera didáctica, interesante y divertida.
Spa	Diversos servicios de relajación como: masajes relajantes, aromaterapia, masaje relajante tradicional, masaje de luna para dos y maderoterapia. Con un personal capacitado que le asegurará al cliente la relajación absoluta.
Modo de pago: Todos los servicios pueden ser pagados en efectivo, y tarjeta de débito y crédito.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17.

Descripción de los procesos de producción.

Etapas	Descripción
Etapa 1	Promoción de los servicios
Etapa 2	Registro de reservas
Etapa 3	Recibimiento y traslado de clientes al Ecolodge
Etapa 4	Registro de los clientes en el Ecolodge
Etapa 5	Cobro del servicio

Etapa 5	Llevada a cabo del servicio (alojamiento, pasadía, tour, capacitaciones, etc.)
Etapa 6	Check out, o despedida del cliente.
Etapa 7	Traslado del cliente a la ciudad de Cartagena de Indias.

Fuente: Elaboración propia.

3.8 Logística y distribución.

El Ecolodge Bocachica Summer llevará a cabo sus actividades de acuerdo a los manuales de proceso que se diseñen para cada área. Es importante mencionar además que, en el Ecolodge se trabajará en equipo y de manera ordenada con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, por lo cual es de vital importancia la comunicación asertiva entre las áreas del hotel para llevar a cabo las funciones de manera eficiente. Teniendo en cuenta esto, la interacción entre el personal del Ecolodge se hará bajo los modelos de comunicación informal y horizontal, propuestos por Fernández Collado, C (2005).

La interacción entre el personal del Ecolodge se llevará a cabo bajo el modelo de comunicación informal, ya que, esta se hará de manera cordial sin ninguna formalidades, a través de medios como: teléfono, correo electrónico o conversaciones personales sin firmar documentos para cada decisiones que se tome, ya que este modelo de comunicación se basa en la confianza y ética de los trabajadores entre sí.

Además, la comunicación será también del tipo Horizontal, de modo que las decisiones se tomen de manera conjunta y todos aporten ideas, para promover la comunicación asertiva y a la resolución óptima de los problemas.

Por consiguiente, la logística para llevar a cabo las actividades del hotel será la siguiente:

El principal servicio que ofrecerá el Ecolodge Bocachica Summer será el de

alojamiento, pero contará además con otros servicios para la atracción del cliente como: Toures históricos y culturales por el corregimiento de Bocachica, pasadías, talleres de pesca, capacitaciones ambientales y talleres de la cocina cartagenera. Dichos productos comienzan a ser adquirido principalmente por parte del cliente a través de los canales electrónicos (Teléfono, correo electrónico, extranets, redes sociales, página web del hotel).

Teniendo en cuenta esta información, las personas encargadas del área de recepción y reservas serán las primeras en tener contacto con el cliente, para lo cual necesitan tener a la mano, computadores con acceso a internet las 24 horas del día, conectados a las redes sociales, extranets y correo electrónico para atender a las reservas, comentarios y necesidades de los clientes. Además, es importante que los computadores posean un software hotelero, para el registro de huéspedes, control de ocupación, generación de reservas, manejo de inventarios, informes financieros, facturación, entre otros. Diariamente la persona encargada de recepción debe informar de manera presencial, o telefónica a las distintas áreas del hotel acerca de las reservas y la ocupación, para la programación de sus actividades. Del mismo modo, el área de recepción debe informar al tutor de clases de pesca artesanal, al tour operador, y a la tutora de la cocina cartagenera sobre la programación para la prestación de estos servicios, de modo que estos puedan programarse.

El área de ama de llaves, es el área encargada de la limpieza y acondicionamiento de las habitaciones y áreas comunes del Ecolodge. Esta área deberá mantenerse comunicada con área de recepción para la organización de sus actividades dependiendo de la ocupación del hotel. Partiendo de esta información, el ama de llaves distribuye las actividades entre las camareras, quienes dependiendo de la cantidad de habitaciones que se les sea asignada deberán surtir sus carros de limpieza con la lencería, amenities, y productos de limpieza

necesarios, para luego disponerse a limpiar las habitaciones y áreas comunes, con el fin de mantener la pulcritud y buen servicio en el Ecolodge. Además, una vez que estas vayan cumpliendo sus labores, deben ir informando al área de recepción sobre el estado de las habitaciones, para que estas actualicen dicha información en el software hotelero.

El área de alimentos y bebidas por su parte, se mantiene en constante comunicación con el área de recepción y reservas, para solicitar diariamente el estado de ocupación del hotel. Una vez obtenida dicha información, los integrantes de cocina deben preparar de acuerdo a esta, las cantidades para el buffet del desayuno. El área de Restaurante y bar debe tener igualmente un computador con acceso a internet y con acceso al software hotelero, para registrar a través de este, todos los cargos por consumo en el restaurante o bar por parte de los huéspedes, en caso de que estos no paguen en el restaurante, con el fin de que el área de recepción reciba simultáneamente la información y lo cobre al momento del Check-out. Asimismo, recepción informa al área de restaurante sobre los servicios a la habitación solicitados por los huéspedes, así como las reservas para pasadía, para la programación de los almuerzos.

Con respecto al área de transporte, este recibe diariamente la información de las reservas por parte de recepción, con el fin de conocer el número de clientes a transportar vía marítima desde el muelle de la bodeguita hasta el corregimiento de Bocachica, así como sus datos para la confirmación de las reservas. Para llevar a cabo estas actividades, es necesario habilitar 2 lanchas y un vehículo, así como los chalecos salvavidas para la transportación vía marítima. Por otra parte, el lanchero debe comunicarse vía telefónica con recepción, y el chofer para informar sobre la llegada de los clientes al muelle de la bodeguita, así como también debe informar a recepción sobre la llegada de clientes que no posean reservas para

confirmar sobre disponibilidad de habitaciones u otros servicios.

Para la prestación del servicio de los talleres de pesca artesanal, inicialmente el tutor recibe la programación del día por parte de recepción vía telefónica. A partir de esta información, el tutor, organiza los equipos a utilizar (red de pesca, caña de pescar, anzuelos, carnada, cavas térmicas) así como la preparación de la lancha.

El caso del servicio de Tour, el tour operador recibe la programación diaria del servicio, y se organiza de acuerdo a este, preparando la hidratación, y el vehículo a utilizar. Una vez tenga todo preparado, se dirige al hotel, y recoge a los clientes, para comenzar con el recorrido. Minutos antes de terminar el recorrido, el tour operador se comunica vía telefónica con restaurante, para informar a la tutora de cocina, sobre la pronta llegada. Seguido de esto se dirige al hotel, y deja a los clientes en las instalaciones, donde el mismo esperará a que terminen el taller de cocina, para luego, destinarse a dictar la capacitación ambiental a los clientes. Por su parte, la tutora de la cocina cartagenera, debe recibir también por parte de recepción la programación diaria del servicio para organizar los espacios, y organizar los alimentos e implementos a utilizar.

3.9 Procesos de control de calidad, selección de proveedores y cadena de producción.

El Ecolodge Bocachica Summer se asegurará de la calidad de los proveedores bajo el siguiente proceso:

Gráfico 18.

Selección de proveedores.



Fuente: Elaboración propia.

Inicialmente, la asamblea de inversionistas y el jefe de servicio al cliente, se encargarán de buscar información sobre las posibles empresas proveedoras, teniendo varias opciones distintas para cada tipo de suministro a necesitar. Esta información será solicitada mediante correo electrónico o presencialmente, y abarcará lo siguiente: precios, calidad, manera de distribución, trayectoria, estándares de calidad, manera de distribuir, entre otros. Luego de obtener la información se creará un perfil para cada empresa, para luego compararlas de acuerdo a las necesidades del Ecolodge, teniendo en cuenta los precios y la calidad de los productos o servicios.

Para la comparación de las empresas, se puede solicitar la opinión por parte de sus clientes, ya sea de manera directa, o a través de los comentarios dejados en la red.

Cabe destacar además que, el precio de los productos o servicios de estas empresas deben ser razonables, y deben estar acorde a la calidad del servicio. Se debe tener en cuenta además, las oportunidades de pagos y posibles descuentos que estas empresas puedan ofrecer eventualmente.

Para evaluar la calidad de producto se tendrá en cuenta la satisfacción de los clientes de estas empresas, el proceso de producción, higiene y salubridad (para el caso de productos

alimenticios), su grado de cobertura en el mercado y los materiales utilizados, ya que, se tendrá una rigurosa evaluación de los productos para asegurar que estos sean amigables con el medio ambiente. Otro aspecto a evaluar es la eficiencia y rendimiento en el servicio, para asegurar que estos serán obtenidos en el momento solicitado por el Ecolodge, así como el servicio postventa, ya que se debe conocer las garantías extendidas de los productos o servicios, los asesoramientos y servicios técnicos para este, la atención al cliente, y la posibles oportunidades de devolución en caso de algún daño.

Una vez realizada la evaluación, se seleccionarán tres opciones de proveedores de acuerdo a la necesidad del Ecolodge, en caso de que a alguna de las empresas pueda faltarle algunos de los productos o servicios solicitados. Una vez seleccionados, se procederá a realizar un contrato con estas empresas para concretar el convenio.

Cabe destacar que las empresas proveedoras seleccionadas serán evaluadas constantemente, para el aseguramiento de la calidad y responsabilidad de las mismas, y determinar posibles cambios de proveedores.

3.10 Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto.

El Ecolodge Bocachica Summer, contará con el apoyo de las siguientes entidades para su desarrollo:

Escuela Taller de Cartagena (ETCAR), que es una institución de Formación para el Trabajo y el Desarrollo Humano, que se dedica a la formación de jóvenes vulnerables, en oficios tradicionales y recientes relacionados con el patrimonio cultural, posibilitando su desarrollo integral y mejorando sus posibilidades de empleabilidad (Fortificaciones Cartagena de Indias, 2020). Teniendo en cuenta que esta entidad capacita a los jóvenes en oficios relacionados con la conservación del patrimonio cultural, el hotel empleará a una

cantidad de jóvenes de esta escuela para la construcción de la infraestructura del Ecolodge, con el fin de generar una oportunidad de empleo.

Además, se contará con el apoyo de la Corporación Turismo Cartagena (Corpoturismo), que según Cartagena de Indias Travel (2015) es una entidad sin ánimo de lucro que trabaja por el fortalecimiento y desarrollo del sector turístico de la ciudad. Se trabajará con esta corporación para el fortalecimiento y desarrollo del sector turístico en esta zona insular.

Igualmente, se trabajará de la mano con Aguas de Cartagena (Acuacar) una Empresa de Servicios Públicos Mixta que presta servicios de acueducto y alcantarillado en la ciudad de Cartagena, la cual apoyará al Ecolodge en todo lo relacionado con el suministro de agua vital del mismo y sus alrededores.

Asimismo, se trabajará en conjunto con la Dirección General Marítima (Dimar) Es la Autoridad Marítima Colombiana encargada de ejecutar la política del gobierno en esta materia, que cuenta con una estructura que contribuye al fortalecimiento del poder marítimo nacional, velando por la seguridad integral marítima, la protección de la vida humana en el mar, la promoción de las actividades marítimas y el desarrollo científico y tecnológico de la Nación (Dirección General Marítima, 2020). Con esta entidad se estará el tanto de las políticas relacionadas con la materia marítima, con el fin de tratar de manera óptima las playas que rodean al corregimiento de Bocachica.

3.11 Aspectos ambientales y sociales del proyecto.

El Ecolodge Bocachica Summer tiene como objetivo Brindar un servicio de alojamiento para el descanso y el disfrute de la naturaleza del turista, por medio de un servicio especializado y respetuoso del medioambiente y de la cultura local.

En consecuencia, teniendo en cuenta que el turismo sostenible debe relacionarse con objetivos económicos, socioculturales, ambientales y de seguridad dentro del ámbito hotelero, la instalación del Ecolodge Bocachica Summer aportaría a la disminución de los impactos negativos en los paisajes naturales de la población de las localidades de Bocachica, así como contribuiría al aumento de la competitividad del corregimiento.

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, el Ecolodge Bocachica Summer velará por el cumplimiento la Norma Técnica Sectorial Colombiana de Turismo Sostenible 002 (NTS-TS 002, 2006), la cual especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos de alojamiento y hospedaje, trabajando en los requisitos específicos de tipo ambiental que dictan las prácticas para las áreas naturales, protección de la flora y fauna, gestión del agua, gestión de la energía, consumo de productos ecológicos, manejo correcto de residuos sólidos, manejo de la contaminación atmosférica, auditiva y visual, así como la participación en programas ambientales. El producto que Bocachica Summer ofrecerá no se limitará solo a los servicios concretos de alojamiento sino que promoverá la belleza de los paisajes, el clima y los atractivos turísticos de Bocachica, y al mismo tiempo ofrecerá los conocimientos básicos sobre la conservación del medio ambiente y el uso correcto de los recursos naturales del corregimiento y el mundo, tomando en cuenta que este tema ha tomado auge a nivel mundial por la preocupación que surge de los problemas que tiene el planeta tierra para conservar su equilibrio a causa de daños sufridos provocados por el hombre.

En cuanto al aspecto social, Ecolodge Bocachica Summer busca aportar a la comunidad anfitriona oportunidades laborales directas e indirectas con el fin de aportar a la disminución de la tasa de pobreza en el corregimiento, así como el aligeramiento en el

transporte marítimo ya que este sería uno de los servicios que prestaría el hotel para sus clientes y la comunidad. Además el corregimiento de Bocachica cuenta con una riqueza histórica, cultural y natural y un precedente turístico que facilita la promoción del lugar por parte del Ecolodge Bocachica Summer, así como la oportunidad de conservación de los mismos, por lo cual este dará cumplimiento a los requisitos específicos de tipo sociocultural y económico de la NTS-TS 002, que expresa las prácticas a realizar para la promoción, protección y conservación del patrimonio cultural, la prevención y manejo de impactos sociales negativos y la contratación y capacitación de las comunidades locales.

4 Componente de talento humano.

Tabla 18.

Descripción del equipo emprendedor.

Nombre	Competencias académicas	Competencias laborales	Experiencia Laboral
Ascención Céspedes Mirmary Carolina	-Capacidad de análisis de problemas. -Desarrollo analítico. -Creatividad. -Capacidad crítica. -Liderazgo. -Habilidades para la planificación y organización. -Habilidades en el manejo del idioma Inglés.	-Responsabilidad. -Comunicación asertiva. -Capacidad para el trabajo en equipo. -Proactividad. -Capacidad de resolución de problemas. -Orientación hacia el servicio al cliente. -Habilidades en el manejo del idioma Inglés.	Hotel Cartagena DC: Practicante en las áreas de: Restaurante, ama de llaves, recepción y reservas.
			Hotel Océano: Practicante en las áreas de Recepción y ama de llaves.
Romero Castro Nasly Mirleth	-Habilidades para la Comunicación escrita.	-Comunicación efectiva. -Capacidad para la toma de decisiones.	Hotel Azuan Suites: Practicante en el área de recepción.

	<ul style="list-style-type: none"> -Capacidad de delegación. -Capacidad crítica. -Habilidades para la comunicación verbal. -Persuasiva. -Creatividad. -Capacidad de organización. 	<ul style="list-style-type: none"> -Responsabilidad. -Capacidad de trabajo en equipo. -Aprendizaje continuo. -Adaptabilidad al cambio. 	<p>Hotel Aix Suites: Practicante en el área de recepción.</p>
<p>Segovia Buesaquillo Christian José</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Habilidad para el Trabajo en equipo. -Habilidades comunicativas. -Responsabilidad. -Habilidades en el uso de las tecnologías. -Creatividad. -Pensamiento analítico. -Proactivo. -Capacidad de Adaptación al cambio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Entusiasta y dedicado. -Capacidad de adaptación ante retos y ambientes cambiantes. -Efectividad en el trabajo. -Capacidad de trabajo en equipo. -habilidad para coordinar múltiples proyectos y cumplir compromisos bajo presión. -Habilidades para el análisis y resolución de problemas. -Manejo de Software Hoteleros (Zeuz y Opera). -Habilidades para la comunicación en una segunda lengua (Ingles). 	<p>Hotel Boutique Las Carretas: Recepcionista y auditor nocturno.</p>
			<p>Hotel Hampton by Hilton Cartagena: Auxiliar de Servicio al cliente nocturno.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19.

Descripción de los cargos necesarios para Ecolodge Bocachica Summer.

Cargos	Funciones	Perfiles
<p>Jefe de servicio al cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Administración, control y desarrollo del hotel, asegurando el funcionamiento óptimo de todas las áreas del hotel. -Definición de las políticas de la empresa y objetivos a cumplir. -Administración de la gestión del recurso humano, comercialización, 	<p>Profesional en administración, ingeniería industrial o carreras afines. Requisitos indispensables para el cargo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo un año de experiencia en cargos similares.

	<p>seguridad, calidad y coordinación, para el correcto funcionamiento del hotel.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Recibe reporte de compras de las áreas, y realiza el pedido de los mismos. -Elabora el horario del personal a su cargo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Capacidad de negociación y habilidad de comunicación verbal, escrita y telefónica. - Manejo de un segundo idioma - Capacidad para dar una buena atención al cliente. - Capacidad de orientación al cliente. - Capacidad para trabajar bajo presión. - Habilidad para toma de decisiones y resolución de problemas. - Capacidad organizativa. - Capacidad para motivar al personal y lograr que desarrollen sus habilidades. - Habilidades numéricas y manejo de tecnologías. - Buena presentación personal. <p>Otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Puntualidad. - Honestidad. - Trabajo en equipo. - Empatía. - Respeto. - Compromiso. - Proactividad. - Actitud positiva.
Reservas	<ul style="list-style-type: none"> -Registro y manejo de reservas vía telefónica, correo electrónico, extranets y pagina web del hotel. -Conocer tipos de habitaciones y su ubicación. -Control de la ocupación del hotel en el software hotelero y extranets. -Registrar cancelaciones y modificaciones de las reservas. -Informar a los clientes sobre el estado de sus reservas. -Apoyo a recepción cuando sea necesario. 	<p>Tecnólogo/profesional en turismo.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo seis meses de experiencia. - Manejo de un segundo idioma. - Habilidad en comunicación verbal, escrita y telefónica. - Manejo de tecnologías. - Manejo de software. - Conocimientos en

	<ul style="list-style-type: none"> -Atender a comentarios de los clientes en los canales electrónicos. -Manejo de paquetes y tarifas del servicio de alojamiento. . 	<p>marketing turístico y digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buena presentación personal. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Proactividad. - Actitud positiva.
Recepción	<ul style="list-style-type: none"> -Dar bienvenida al cliente al hotel. -Realizar registro de los clientes en el sistema. -Cobro de servicio de alojamiento, y servicios alternos. -Atender peticiones de los clientes. -Dar información sobre los servicios del hotel y sus instalaciones, o información turística. - Resolución de conflictos. -Reportar solicitudes de los huéspedes a las áreas del hotel. -Reporte de actividades en bitácora. -Manejo de caja de recepción. -Realización de Check-out de los huéspedes. -Control de cargos a las habitaciones. -Atender e informar sobre servicios a la habitación. -Manejo de reclamos y sugerencias. 	<p>Tecnólogo/profesional en turismo.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo seis meses de experiencia en el cargo. - Habilidades para el servicio al cliente. - Habilidad en comunicación escrita, verbal y telefónica. - Dominio de un segundo idioma. - Habilidad para manejo de tecnologías. - Habilidad de resolución de problemas. - Capacidad de toma de decisiones. - Capacidad para orientar al cliente. - Habilidades numéricas. - Capacidad para interpretar manuales de procedimientos. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Proactividad. - Actitud positiva.

<p>Ama de llaves</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Coordinar y controlar la limpieza de las habitaciones y áreas comunes del hotel. -Programación de las actividades de las camareras. -Elaboración del horario de las camareras. -Supervisión de las actividades de las camareras. -Reporte de compras de suministros de limpieza, amenities, lencería y todo lo relacionado con la limpieza y acondicionamiento de las habitaciones. -Inventario de suministros de ama de llaves. 	<p>Tecnólogo/profesional en gestión hotelera.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo un año de experiencia en el cargo. - Capacidad de mando de manera efectiva. - Habilidad para manejo de nómina. - Habilidad para establecer prioridades. - Habilidad para organizar actividades y dar seguimiento. - Capacidad de toma de decisiones. - Capacidad para resolución de problemas. - Manejo de tecnologías. - Manejo de personal. - Manejo básico de un segundo idioma. - Buena presentación personal. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Proactividad. - Actitud positiva.
<p>Camarera</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Limpieza de las habitaciones. -Limpieza de áreas comunes. -Reporte de estado de habitaciones a recepción. -Reporte de averías. 	<p>Técnico en operación turística.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo seis meses de experiencia en el cargo. - Habilidades para el servicio al cliente. - Técnicas de limpieza. - Habilidad para operación de los equipos de limpieza.

		<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de montaje de camas. - Habilidad para la comunicación verbal y escrita. - Habilidad para diligenciar formatos. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Responsabilidad. -Trabajo en equipo. -Honestidad. -Empatía. -Puntualidad. -Respeto. -Compromiso. -Actitud positiva.
Botones/Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> -Asegura la seguridad de clientes y empleados. -Supervisa los sistemas de seguridad (cámaras). -Elaboración de reportes de acontecimientos. -Analizar posibles situaciones de riesgo. -Recibimiento de huéspedes. -Entrega de información solicitada por los clientes sobre los servicios del hotel. -Transporte de equipaje de los clientes a la habitación. 	<p>Técnico en turismo.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo seis meses de experiencia en el cargo. - Habilidad para el servicio al cliente. - Habilidad para la comunicación verbal y telefónica. - Habilidad para poner atención a los detalles. - Manejo de un segundo idioma. - Habilidad de orientación al huésped. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Amabilidad. - Compromiso. - Actitud positiva.
Jefe de cocina	<ul style="list-style-type: none"> -Capacitación, control y supervisión del personal de cocina, bar, meseros y tutora de cocina cartagenera. 	<p>Tecnólogo/profesional en gerencia de restaurante o chef.</p> <p>Requisitos indispensables</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -Inventario de alimentos y bebidas. -Reporte de compras de alimentos y bebidas. -Supervisión de las actividades del área de restaurante. -Programación y diseño del buffet del desayuno. 	<p>para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo un año de experiencia en el cargo. - Habilidad en manejo de inventario. - Conocimiento amplio de recetas. - Conocimiento e interpretación de las normativas sanitarias y de seguridad. - Capacidad para el manejo de personal. - Capacidad para planear menú. - Capacidad de organización. - Habilidades para resolución de conflictos. - Habilidad para la comunicación verbal y escrita. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Actitud positiva.
Cocineros.	<ul style="list-style-type: none"> -Preparación de los alimentos y bebidas solicitadas por los clientes. -Limpieza del área de cocina. -Reporte de averías al jefe de cocina. -Reporte de necesidades de suministros al jefe de cocina. 	<p>Técnico/tecnólogo en gastronomía.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de seis meses. - Habilidades para la preparación de platos. - Técnicas de limpieza. - Habilidad para la comunicación verbal y escrita. - Capacidad para trabajar bajo presión. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad.

		<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Actitud positiva.
Meseros	<ul style="list-style-type: none"> -Atención al cliente en el área de restaurante. -Entrega de comandas de los pedidos realizados por los clientes al personal de cocina. -Limpieza del restaurante. -Realización del servicio a la habitación. -Registro de cargos a la habitación por consumos en el restaurante o bar. -Cobro y manejo de caja del área de restaurante. 	<p>Técnico/tecnólogo en mesa y bar.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de seis meses. - Habilidad para la atención al cliente. - Capacidad para organizar. - Habilidad numérica. - Habilidad para manejar equipos tecnológicos. - Habilidad para la comunicación verbal y escrita. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Actitud positiva.
Tour operador	<ul style="list-style-type: none"> -Recorrido por los lugares emblemáticos de Bocachica, para los clientes. -Dar información e historia de los lugares a los clientes. -Capacitaciones ambientales a los clientes. -Preparación del vehículo e hidratación. 	<p>Técnico/tecnólogo en turismo.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de un año. - Conocimientos amplios de los sitios de interés. - Habilidad para la comunicación verbal. - Capacidad de organización. - Conocimientos amplios sobre cuidado del medio ambiente.

		<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos de la geografía local. - Conocimientos de cultura general. - Capacidad para la toma de decisiones. - Habilidad para resolución de problemas. - Buena presentación personal. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Actitud positiva. - Proactividad.
Tutor de clases de pesca.	<ul style="list-style-type: none"> -Capacitación sobre la pesca artesanal y su historia a los clientes. -Preparación de la lancha y suministros para la pesca. -Reporte de la compra de suministros. 	<p>Técnico/tecnólogo en</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de un año en el cargo. - Amplios conocimientos sobre la pesca artesanal. - Habilidad para una comunicación verbal. - Capacidad de organización. - Técnicas para preparación de materiales y manejo de transporte fluvial. - Manejo y diligenciamientos de formatos. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Actitud positiva.
	-Capacitación sobre la gastronomía de Cartagena de	Técnico/tecnólogo. Requisitos indispensables

	<p>Indias y su historia a los clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Acondicionamiento de los espacios y alimentos. -Reporte de la compra de suministros. 	<p>para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amplios conocimientos sobre la gastronomía típica de Cartagena. - Capacidad para interpretar y aplicar las técnicas básicas sanitarias. - Habilidad de comunicación verbal y escrita. - manejo de inventarios. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Actitud positiva.
<p>Lancheros</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Transportación de los clientes desde el muelle de la Bodeguita hasta el corregimiento de Bocachica y viceversa. -Entrega de información del hotel a clientes nuevos en el muelle de la bodeguita. -Asegurar la seguridad de los clientes en la lancha. -Reportar llegada de clientes a recepción. -Mantenimiento de las lanchas. -Reporte de averías de las lanchas. -Reporte de compra de combustible para las lanchas 	<p>Técnico/tecnólogo.</p> <p>Requisitos indispensables para el cargo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de un año en el cargo. - Amplios conocimientos en manejo de transporte fluvial. - Habilidad de comunicación escrita, verbal y telefónica. - Técnicas de seguridad. - Manejo del personal de forma efectiva. <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad. - Trabajo en equipo. - Honestidad. - Empatía. - Puntualidad. - Respeto. - Compromiso. - Actitud positiva.

Fuente: Elaboración propia.

5 Componente jurídico – tributario.

5.1 Determinación de la forma jurídica.

El Ecolodge Bocachica Summer estará constituido por el tipo de sociedad denominada SOCIEDAD ANÓNIMA (S.A). Después de analizar los diferentes tipos de sociedades que existen, los pros y los contras, se optó por la S.A, ya que permitirá obtener a futuro el ingreso de nuevos inversionistas. Adicionalmente, este tipo de sociedad proyecta una mejor imagen corporativa a la hora de buscar créditos en el sector financiero. Además, aporta otras ventajas como: tener un gobierno corporativo que servirá de mucho también a la hora de buscar aliados estratégicos, contribuye a proyectar una imagen de liquidez, seriedad y estabilidad en la línea de tiempo, los accionistas sólo responderían hasta el pago del aporte que hicieron en el momento de acceder a sus acciones, la dirección podría ser dejada a terceras personas, lo que permite llevar de una manera organizada la administración con personas especialistas en la actividad, por último, por ser una sociedad abierta sus socios pueden vender sus acciones en cualquier momento (Colombia Legal Corporation, 2015).

5.2 Obligaciones tributarias.

En conformidad con lo establecido legalmente dentro del marco regulatorio del sector hotelero, el Ecolodge Bocachica Summer, cumplirá a cabalidad con sus obligaciones tributarias. Entre las cuales se pueden destacar, los impuestos de carácter nacional, que consta del impuesto sobre el valor agregado (IVA), su tarifa general es del 19%. La empresa calcula dicho porcentaje adicional al valor del servicio, también, el impuesto de renta, el cual se paga anualmente, año vencido. Es importante mencionar que, de acuerdo a lo establecido por el gobierno, aquellos hoteles construidos entre 2017 y 2026 en municipios de menos de 200.000 habitantes, tributan renta con una tarifa del 9%, durante 20 años, el hotel gozaría de

este beneficio ya que está ubicado en la isla de Bocachica que tiene menos de 200.000 habitantes. Adicionalmente, el hotel cumplirá con el impuesto de carácter territorial, que implica el impuesto de industria y comercio (ICA), en régimen común, el cual se paga cada dos meses.

5.3 Permisos, licencias y documentación oficial.

NTS-TS 002: Norma Técnica Sectorial que establece los requisitos de sostenibilidad. Es una guía, la cual ayuda a que se lleven a cabo los procesos del hotel de tal manera que contribuyan al cuidado y preservación de tres aspectos fundamentales; aspecto ambiental, económico y sociocultural.

NTSH 008: Norma Técnica Sectorial Hotelera, la cual tiene como objetivo establecer requisitos para los hoteles que están ubicados en zonas rurales. Así mismo, establece una guía clara de cómo debe ser construido, para luego, llevar a cabo la prestación del servicio que se oferta.

NTS-USNA 007: Norma Técnica Sectorial que establece pautas sanitarias que debe seguir el hotel en materia de manipulación de alimentos y buen manejo de las materias primas, desde su almacenamiento hasta su procesamiento.

Licencias: Según la ley 99 de 1993 relacionada con el régimen legal del medio ambiente en su título VIII relacionado con las licencias ambientales, mediante este proceso se evalúa los posibles impactos que los proyectos y construcciones pueden generar al medio ambiente.

Invima: Documentos públicos que certifican que el establecimiento cumple con las normas sanitarias vigentes asociadas con el consumo y uso de alimentos.

5.4 Documentación oficial.

Registro único tributario (RUT): Es fundamental este registro ya que es la identificación de la empresa ante la DIAN.

Cámara de comercio: Legalización de la empresa, para lo cual se deben tener los siguientes documentos:

1. Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)
2. Copia de la cédula de quien vaya a ser el Representante Legal.
3. Formulario Pre-Rut,
4. Formato de Inspección, Vigilancia y Control diligenciado.
5. Estatutos conforme al tipo societario seleccionado.
6. Pago de los derechos de matrícula correspondientes.

Registro nacional de turismo (RNT): Es un registro público obligatorio al que deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos para poder funcionar, el cual debe ser actualizado anualmente, entre los primeros tres meses del año, de manera virtual y sin ningún costo.

Referente legal adicional: la ley 19 del 2012 relacionada con los beneficios tributarios que otorga la ley para las construcciones ambientalmente sostenibles. Enmarcada dentro del modelo de inspección, vigilancia y control sanitario del ministerio de salud.

Ley 9 de 1979 relacionada con el saneamiento a edificaciones y su clasificación campo de aplicación; en su título I relacionado con la protección del medio ambiente. Título II relacionado con el suministro del agua, título III relacionado con la salud ocupacional, título IV relacionado con el saneamiento de las edificaciones, el título V relacionado con los alimentos, título VIII desastres asociados a la existencia de un plan de contingencia.

Ley 232 de 1995, por el cual se dictan las normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.

Resolución 1229 por el cual se establece el modelo de Inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano. El campo de aplicación está relacionado con todos los bienes y servicios de uso y consumo humano.

5.5 Propiedad intelectual

Dentro de este ítem podemos mencionar los siguientes elementos:

- La marca del hotel, como propiedad intelectual la cual debe ser registrada ante la superintendencia de industria y Comercio. (SIC).
- La razón social también estará haciendo parte de la propiedad intelectual.
- La base de datos de clientes también es considerada una propiedad intelectual.
- Las estrategias comerciales diseñadas para captar clientes.
- Las estrategias financieras para buscar aliados estratégicos.
- Procedimientos internos que permitan la optimización de los procesos de la organización.
- Los diseños arquitectónicos en zonas habitacionales de la planta física relacionados con el ecosistema.
- El know how o conocimiento del negocio.

Conclusiones

El Ecolodge Bocachica Summer, será una opción turística innovadora y llamativa para los visitantes de Cartagena apuntando a la promoción de un turismo sostenible, teniendo en cuenta las pocas opciones ecoturísticas que existen en la ciudad. Además estará localizado en el corregimiento de Bocachica, el cual es un lugar lleno de un ambiente natural, cultural y patrimonial que vale la pena conocer

Por consiguiente, teniendo en cuenta que el turismo sostenible debe relacionarse con objetivos económicos, socioculturales, ambientales y de seguridad dentro del ámbito hotelero, la instalación del Ecolodge Bocachica Summer aportaría a la disminución de impactos negativos en los paisajes naturales de la población de las localidades de Bocachica, por lo cual tendrá como objetivo prestar un servicio ecoturístico con el fin de promover la conservación del medio ambiente, así como contribuir a la economía local mediante la activación de la actividad turística del corregimiento, y la generación de empleo, aportando así a la disminución de la pobreza.

Por otra parte, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta aplicada, se concluye que, existe un grado de interés significativo en los clientes potenciales sobre el producto que el Ecolodge prestará, lo que es un indicador del futuro sostenimiento de la empresa.

Teniendo todo esto en cuenta, se recomienda la continua promoción de los servicios, y una gestión óptima para el constante mejoramiento de los productos y servicios, así como el cumplimiento de la filosofía sostenible del Ecolodge con el fin de posicionarse como una empresa ecoturística importante de Colombia.

Bibliografía

- Banco Mundial. (2020). *Colombia: Panorama General*. Bancomundial.org. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>.
- Anónimo. (2019). *El turismo en Colombia creció 7,6%*. Blog Coopsetrans. Recuperado de <https://coopsetrans.org/2019/11/11/post->
- Cartagena comovamos. (2017). *Turismo en Cartagena 2017*. Recuperado de <https://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/turismo-en-cartagena/>.
- Cartagena comovamos. (2018). *Informe de calidad de vida 2017*. Recuperado de <http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/wp-content/uploads/2018/08/Informe-Calidad-de-Vida-2017-Pobreza.pdf>
- Colombia legal Corporation. (2015). *Sociedades mercantiles en Colombia*. Colombialelegalcorp.com. Recuperado de <https://www.colombialelegalcorp.com/blog/sociedades-mercantiles-en-colombia/>
- Economía y negocios. (2019). En cinco años el turismo del país ha crecido cerca del 50 %. *El tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/estudio-sobre-el-crecimiento-de-la-industria-del-turismo-en-colombia-430374>
- García, G. (2018). *¿Qué es la distribución exclusiva?*. Imagen y marketing: Emprendepyme.net. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-distribucion-exclusiva.html>
- ICONTEC. (2005) Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 007. *Norma sanitaria de manipulación de alimentos*. Recuperado de https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2005/NTS_USNA007.pdf

ICONTEC. (2006). Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 002.

Establecimientos de alojamiento y hospedaje: Requisitos de sostenibilidad. Recuperado de https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2006/NTS_TS002.pdf

ICONTEC. (2006). Norma Técnica Sectorial NTSH 008. *Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicio.* Recuperado de https://fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2006/NTSH008.pdf

MinComercio. (2018). *Resultados para el turismo para el año 2018.* Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2018/oev-turismo-2018-28-03-2019.pdf.aspx>

MinComercio. (2019). *Enero- Diciembre 2019.* Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo/2019/diciembre/oev-turismo-enero-diciembre-12-03-2020-29abr2020.pdf.aspx>

Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo. (2012). *Investigación internacional de mercados para la región de américa.* Recuperado de https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/INVESTIGACION_INTERNACIONAL_DE_MERCADOS_PARA_LA_REGION_DE_AMERICA.PDF.

Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza para Colombia. (2013). *Manual para la creación de un Ecolodge.* Recuperado de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=f6d0411b-1ce7-4eb3-bc89-d6b47d6b6095>

Portafolio. (2019). Economía colombiana crecería por debajo del 3% en el 2019. *Portafolio.* Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/proyecciones-crecimiento->

colombia-531855.

Thompson, I. (2007). Estrategias de precios. Pronegocios.net. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>.

Torres, I. (2019). *Impuesto ICA: porcentaje, formulario y tarifas*. Blog de DIAN: Rankia. Recuperado de [https://www.rankia.co/blog/dian/3510937-impuesto-ica-porcentaje-formulario-tarifas#:~:text=ICA%20es%20el%20Impuesto%20de,establecimiento%20de%20comercio%](https://www.rankia.co/blog/dian/3510937-impuesto-ica-porcentaje-formulario-tarifas#:~:text=ICA%20es%20el%20Impuesto%20de,establecimiento%20de%20comercio%20)

20

Anexos

Anexo 1.

Formato de la encuesta.

Encuesta investigativa- Ecolodge Bocachica Summer

***Obligatorio**

Datos personales

Los datos que suministre en este instrumento son estrictamente confidenciales, y sólo serán usados con fines investigativos.

Nombre Completo *

Tu respuesta _____

Edad *

Tu respuesta _____

Ciudad de residencia *

Tu respuesta _____

País *

Tu respuesta _____

Ocupación *

Tu respuesta _____

Estrato socioeconómico *

- 1 (bajo- bajo)
- 2 (bajo)
- 3 (medio bajo)
- 4 (medio)
- 5 (medio alto)
- 6 (alto)

Genero *

- Femenino
- Masculino

Cuestionario

Le agradecemos la colaboración y atención que usted preste a este instrumento de investigación.

¿Su posibilidad de viajar es...? *

- Alta
- Media
- Baja

¿Tiene pensado viajar en los próximos 12 meses? *

- Si
- No

Su último viaje por turismo fue... *

- Sol y playa
- Cultural o histórico
- De naturaleza
- Religioso
- Gastronómico

¿Qué tipo de ambiente natural es el de su preferencia? *

- Montaña
- Playa/ Isla
- Selva

¿Qué es lo que más valora usted en un alojamiento? *

- Servicios
- Atención al cliente.
- Responsabilidad social/ medioambiental
- Precio
- Comodidad
- Aseo

¿Sabe o había escuchado antes acerca del ecoturismo? *

- Si
- No

Ecoturismo

-Según la Organización Mundial de Turismo- OMT (2019) "El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local"

¿Ha realizado este tipo de turismo? *

- Sí
- No

En caso de no haberlo realizado, ¿Estaría interesado en realizar este tipo de turismo? *

- Sí
- No
- Ya lo realicé

Ecohotel

(Ecohotel: Son aquellos hoteles que tienen como objetivo lograr el disfrute de los huéspedes durante su estancia, y a su vez, la contribución a la preservación y cuidado la naturaleza)

¿Reservaría en un Ecohotel? *

- Sí
- No

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche en un ecohotel? *

- Entre 100.000\$ y 200.000\$ COP
- Entre 200.000\$ y 300.000\$ COP
- Entre 300.000\$ y 400.000\$ COP
- Hasta un poco más de 400.000\$ COP

¿Siente interés por conocer nuevas culturas y etnias? *

- Sí
- No

¿Conoce la ciudad de Cartagena de Indias?

- Sí
- No

En caso de ser negativa su respuesta, ¿Le gustaría conocerla? *

- Sí
- No
- Ya la conozco

¿Le interesaría aprender sobre la gastronomía de Cartagena de Indias? *

- Sí
- No

¿Estaría interesado en aprender y realizar la pesca artesanal? *

- Sí
- No

Atrás

Enviar

Página 3 de 3

