UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO/ A EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO HOTELERO, EN LA PARROQUIA BOMBOLÍ, DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2026

AUTORA:

INGRID ROXANA CAGUA GARCÍA

DIRECTOR(A):

ECON. CARMITA BORJA

PAR ACADÉMICO:

ING. GABRIELA GUERRA

FIS. SALOMÓN CARGUA

GUARANDA-ECUADOR

2026

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Estudio de factibilidad para la implementación de un negocio hotelero, en la parroquia Bombolí, de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2026.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más profundo agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente en un ambiente de excelencia académica, compromiso y valores. Les agradezco por abrirme las puertas del conocimiento y proporcionarme las herramientas necesarias para desarrollar las competencias que hoy me permiten culminar con satisfacción esta importante etapa de mi vida.

Mi más sincero agradecimiento a mi tutora de tesis, por su valioso acompañamiento, dedicación, paciencia y compromiso durante todo el proceso de desarrollo de este trabajo de titulación. Sus conocimientos, orientaciones y observaciones fueron fundamentales para fortalecer esta investigación y motivarme a dar siempre lo mejor de mí en cada etapa. Agradezco a mis pares académicos, quienes con su apoyo, cooperación y fraternidad contribuyeron significativamente al desarrollo de este trabajo. Sus consejos, observaciones, comentarios y palabras de motivación, así como el intercambio constante de ideas y experiencias, fueron un incentivo para superar los desafíos presentados y mantener la confianza hasta alcanzar esta meta. Extiendo mi gratitud a cada uno de los docentes de la carrera de Emprendimiento e Innovación Social, quienes, con profesionalismo, ética y vocación, compartieron sus conocimientos y experiencias autónomas durante mi formación universitaria. Sus enseñanzas no solo enriquecieron mi preparación académica, sino que también fortalecieron mi crecimiento personal y profesional, permitiéndome llegar con éxito a la culminación de esta etapa.

Por último, valoro de manera muy especial a mis padres, familiares y amigos por su amor, comprensión y apoyo incondicional. Gracias por creer siempre en mí, por cada palabra de aliento, mensajes sublimes y por acompañarme en los momentos de alegría y de dificultad. Su confianza y respaldo fueron una fuente constante de motivación para perseverar y alcanzar esta meta.

Ingrid Roxana Cagua García

DEDICATORIA

El presente proyecto de titulación, lo dedico principalmente a Dios, por su infinito amor, su inmensa misericordia y sus innumerables bendiciones día a día. Agradezco por haberme concedido la vida, por fortalecer mi espíritu en los momentos de dificultad y por brindarme la sabiduría, la fortaleza y la esperanza necesaria para seguir adelante en cada uno de los planes y proyectos que he emprendido. Sin su guía y presencia constante, la culminación de esta etapa no habría sido posible.

A mis padres y a mi hermano quiénes amo con todo el amor del mundo y han sido el pilar fundamental de mi vida y la fuente de mi inspiración. Se les agradece por su amor incondicional, su apoyo permanente, su comprensión y sus palabras de aliento en los momentos más difíciles. Su confianza en mí, sus sacrificios y su compañía han sido el motor que me ha impulsado a perseverar, a levantarme ante cada obstáculo y a luchar con determinación por alcanzar cada uno de mis sueños. Este logro también les pertenece, porque es el reflejo del esfuerzo y del amor que siempre me han brindado.

Finalmente, me dedico este logro a mí misma, por mi perseverancia, fortaleza y resiliencia. Por creer en mis capacidades, enfrentar con valentía cada desafío y no rendirme ante las adversidades que se presentaron durante esta linda experiencia universitaria. Comprendo que, con esfuerzo, disciplina, dedicación y constancia, es posible convertir los sueños en realidad y alcanzar las metas proyectadas. Este trabajo representa la recompensa de cada sacrificio realizado y el inicio de nuevos desafíos que asumiré con la misma convicción y determinación.

Todo es posible con fe en Dios, compromiso y perseverancia, los sueños se alcanzan.

¡Valiente no es quién no siente miedo, sino aquel que lo conquista!

Ingrid Roxana Cagua García

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICO

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR | FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Econ. ***Carmita Borja***, Ing. ***Gabriela Guerra***, e Fis. ***Salamón Cargua***, en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación "Estudio de factibilidad para la implementación de un negocio hotelero, en la parroquia Bomboli, de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2026" desarrollado por la señorita Ingrid Roxana Cagua García.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Emprendimiento e Innovación Social**, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, julio 2026

Econ. Carmita Borja
Director

Ing. Gabriela Guerra
Par Académico

Fis. Salomón Cargua
Par Académico

DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo Ingrid Roxana Cagua García, portadora de la Cédula de Identidad No 2300713084 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO HOTELERO, EN LA PARROQUIA BOMBOLÍ, DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2026, modalidad proyecto de investigación, de conformidad con el Art.114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedo a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La autora declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Ingrid Roxana Cagua García

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....I

AGRADECIMIENTO..... II

DEDICATORIA.....III

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICO IV

INTRODUCCIÓN 1

RESUMEN..... 3

ABSTRACT..... 4

CAPÍTULO I..... 5

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO..... 5

1.1. Descripción del problema 5

1.2. Formulación del problema 8

1.2.1. Preguntas de investigación..... 8

1.3. Justificación..... 8

1.4. Objetivos 9

1.4.1. Objetivo General 9

1.4.2. Objetivos Específicos..... 9

1.5. Idea a defender 11

CAPÍTULO II 12

MARCO TEÓRICO..... 12

2.1 Antecedentes..... 12

Objetivos específicos..... 12

2.2 Científico 18

2.2.1. Estudio factibilidad..... 18

Tipos de estudio de factibilidad 18
2.2.2. Características del estudio de factibilidad 19
2.2.3. Importancia de un estudio de factibilidad 20
2.2.4. Implementación de un negocio 20
Etapas de la implementación de un negocio 20
2.2.5. Características de la implementación de un negocio 21
2.2.6. Importancia de la implementación de un negocio 21
2.2.7. Ventajas de la implementación de un negocio 21
2.2.8. Desventajas de la implementación de un negocio 22
2.3 Conceptual 22
2.4 Legal 25
2.4.1. Georreferencial 27
CAPITULO III 30
METODOLOGÍA 30
3.1 Tipo de investigación 30
3.1.1 Investigación aplicada 30
3.1.2 Investigación descriptiva 30
3.1.3 Investigación bibliográfica 31
3.1.4 Investigación exploratoria 31
3.2 Enfoque de la investigación 31
3.2.1 Enfoque cualitativo 32
3.2.2. Enfoque cuantitativo 32
3.3 Métodos de la investigación 33
3.3.1 Método deductivo 33

3.3.2 Método inductivo 33
3.3.3 Método mixto 33
3.4 Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos 34
3.5 Universo, Población y Muestra 35
3.6 Procesamiento de la Información 36
CAPITULO IV 38
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 38
5.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados 38
CAPITULO V 51
PROPUESTA 51
5.1 Tema 51
5.2 Justificación 51
5.3 Objetivos 52
Objetivo general 52
5.4 Estudio de mercado 52
5.5 Definición del servicio 52
5.6 Presentación del servicio 53
5.7 Análisis de la demanda 54
Demanda potencial 55
5.8. Proyección de la demanda 56
5.9. Cálculo de la oferta 57
5.10. Proyección de la oferta 58
5.11. Análisis de la demanda insatisfecha 58
5.12. Análisis de precios 59

5.13. Segmentación de mercado 60
5.14. Estrategias de marketing 61
5.15. Análisis de la comercialización 62
Publicidad en plataformas turísticas 66
5.16. Estudio Técnico 68
5.16.1. Capacidad del servicio del hotel 68
5.16.2. Descripción técnica de los servicios 69
5.16.3. Macro localización 71
5.16.4. Ingeniería del hotel 72
5.16.5. Descripción del proceso del servicio 73
5.16.6. Requerimiento de maquinarias y equipos 76
5.16.7. Distribución de la planta y el espacio físico 78
6. Estudio administrativo 79
6.1. Presentación del negocio 79
6.2. Nombre o razón social 79
Colores Corporativos 82
6.3. Organigrama estructural 83
6.4. Organigrama funcional 84
7. Estudio Financiero 87
7.2. Estructura de Financiamiento 88
7.3. Depreciación anual de activos fijos 90
7.4. Estructura de costos 91
Ingresos por hospedaje 92
8. CONCLUSIONES 99

9. RECOMENDACIONES 101

10. BIBLIOGRAFÍA 102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de visitantes que se hospeda en hoteles 38
Tabla 2 . Número de frecuencias de visitas a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas 39
Tabla 3. Principales motivos de visita a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas 40
Tabla 4. Tipos de alojamiento y precios que se pagarían por una noche de hospedaje 41
Tabla 5. Opciones de precios que se pagarían por los servicios adicionales del hotel 42
Tabla 6 . Aspectos que se valoran más al elegir un hotel 44
Tabla 7. Disposición a pagar un valor adicional por servicios personalizados 45
Tabla 8. Factores que influyen en la decisión final al elegir un hotel 46
Tabla 9. Frecuencia de visitas a hoteles competitivos de Santo Domingo de los Tsáchilas 47
Tabla 10 . Nivel de interés en la utilización de un nuevo establecimiento hotelero ... 48
Tabla 11 . Medios de preferencia para la recepción de información de los servicios hoteleros 42
Tabla 12. Análisis de la demanda 54
Tabla 13 . Demanda potencial estimada 46
Tabla 14 . Población analizada 55
Tabla 15 . Mercado objetivo 55
Tabla 16. Mercado objetivo con la participación anual 47
Tabla 17 . Proyección de la demanda 56
Tabla 18. Cálculo de la oferta 49
Tabla 19 . Proyección de la oferta con la tasa anual 1,5% 49
Tabla 20. Demanda insatisfecha proyectada 59
Tabla 21. Análisis de precios del tipo de hotel y los servicios complementarios que se ofrecerá 59
Tabla 22. Segmentación de mercado 51

Tabla 23. Marketing mix 4P 61
Tabla 24 . Capacidad instalada del hotel (diaria, mensual y anual) 58
Tabla 25. Servicios de hospedaje 59
Tabla 26 . Servicios complementarios 59
Tabla 27. Distribución general del hotel 72
Tabla 28. Inversión en activos fijos del hotel 76
Tabla 29. Costos del Proyecto (Eclipse Mu Hotel) 87
Tabla 30. Tabla de Amortización de la Deuda (Cuota Fija) 89
Tabla 31. Depreciación Anual de Activos Fijos y Valor Residual (Línea Recta) 90
Tabla 32. Amortización de Activos Intangibles (Línea Recta) 91
Tabla 33. Estructura de Costos del Proyecto (Eclipse Mu Hotel) 91
Tabla 34. Estado de Resultados Proyectado a 5 Años (Eclipse Mu Hotel). 94
Tabla 35. Flujo de Caja Proyectado e Indicadores de Rentabilidad (Eclipse Mu Hotel) 95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas 28
Figura 2. Ubicación exacta del negocio hotelero 29
Figura 3. Número de visitantes que se hospeda en hoteles 38
Figura 4. Número de frecuencias de visitas a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas 39
Figura 5. Principales motivos de visita a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas 40
Figura 6. Tipos de alojamiento y precios que se pagarían por una noche de hospedaje 42
Figura 7. Opciones de precios que se pagarían por los servicios adicionales del hotel 43
Figura 8. Aspectos que se valoran más al elegir un hotel 44
Figura 9. Disposición a pagar un valor adicional por servicios personalizados 45
Figura 10. Factores que influyen en la decisión final al elegir un hotel 46
Figura 11. Frecuencia de visitas a hoteles competitivos de Santo Domingo de los Tsáchilas 47
Figura 12. Nivel de interés en la utilización de un nuevo establecimiento hotelero ... 49
Figura 13. Medios de preferencia para la recepción de información de los servicios hoteleros 50
Figura 14. Página de Facebook de Eclipse Mu Hotel 63
Figura 15. Página de Instagram de Eclipse Mu Hotel 64
Figura 16. Página de Tik Tok de Eclipse Mu Hotel 65
Figura 17. Página web de Eclipse Mu Hotel 66
Figura 18. Mapa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y ubicación estratégica de la parroquia Bombolí 71
Figura 19. Localización exacta del hotel 72
Figura 20. Ingeniería del negocio hotelero 73
Figura 21. Flujograma de procesos 75

Figura 22. Distribución de la planta 78
Figura 23. Organigrama estructural 83
Figura 24. Punto de equilibrio – Eclipse Mu Hotel 83

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación gira en torno al estudio de factibilidad para la implementación de un negocio hotelero en la parroquia Bombolí de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas en el año 2026. La propuesta nace a partir de la necesidad de fortalecer la oferta de alojamiento en una de las zonas con mayor dinamismo comercial y turístico de la provincia. El estudio parte del análisis de las limitaciones que actualmente presenta el sector hotelero, tales como la insuficiente diferenciación de los servicios, la disminución de la ocupación hotelera, la inseguridad, las restricciones de financiamiento y la creciente competencia, factores que afectan el desarrollo del turismo y la inversión en nuevos emprendimientos.

Por otra parte, la metodología empleada en el desarrollo de la investigación abarca un enfoque mixto y métodos inductivo, deductivo y mixto esenciales para determinar el mercado objetivo como el análisis de la competencia en el entorno económico y financiero del negocio hotelero. Cabe destacar que, el objetivo general del proyecto propone determinar de manera integral la factibilidad de implementar un negocio hotelero que incorpore servicios complementarios, especialmente un restaurante, orientado a satisfacer las nuevas necesidades de turistas, comerciantes y visitantes tanto nacionales como extranjeros.

El contenido del proyecto de investigación está estructurado entorno a cinco capítulos. En el primer capítulo se planteó el problema de investigación, la formulación del estudio, la justificación, los objetivos y la idea a defender. El segundo capítulo se plantea el marco teórico, científico, conceptual, legal y georreferencial mediante la revisión de fuentes bibliográficas actualizadas que corresponda al estudio. Posteriormente, en el tercer capítulo se detalla los tipos de investigación y la metodología adquirida, incluyendo las técnicas e instrumentos de recolección de datos para su previo análisis.

En el cuarto capítulo se expone la interpretación de los resultados de la investigación de mercado, a través de las encuestas captando una gran aceptación por la

implementación de un nevo negocio hotelero. En última instancia, el quinto capítulo muestra la propuesta integral del estudio de factibilidad por medio del estudio de mercado, técnico, administrativo y el financiero, asimismo las conclusiones y recomendaciones generales del proyecto.

RESUMEN

El proyecto de investigación tiene como finalidad determinar la factibilidad para la implementación de un negocio hotelero en la parroquia Bombolí de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, mediante un análisis integral de mercado, técnico, administrativo y financiero. La investigación se efectuó en un enfoque mixto con investigación aplicada, descriptiva, bibliográfica y exploratoria, utilizando métodos mixtos, deductivo e inductivo. Como principal técnica de recolección de información se aplicó una encuesta a 382 visitantes, permitiendo identificar la demanda insatisfecha, el perfil del consumidor y las preferencias respecto a los servicios de hospedaje. Los resultados evidenciaron una elevada aceptación hacia un nuevo establecimiento hotelero que integre alojamiento, restaurante y servicios complementarios, destacándose la importancia de la atención personalizada, la seguridad, la ubicación estratégica y los paquetes de servicios como principales factores de decisión de compra.

Con base en los resultados obtenidos, se diseñó la propuesta técnica y administrativa del negocio, estableciendo su ubicación estratégica, capacidad instalada, infraestructura, estructura organizacional, cumplimiento legal y planificación operativa. Asimismo, se desarrolló el estudio financiero mediante la cuantificación de la inversión inicial, costos operativos, proyección de ingresos y evaluación de indicadores financieros como el VAN, el TIR y el período de recuperación de la inversión, demostrando la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto. En síntesis, el estudio concluye que la implementación del negocio hotelero constituye una alternativa económicamente viable y competitiva que contribuirá al fortalecimiento del sector turístico, la generación de empleo y el desarrollo económico de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, negocio hotelero, demanda insatisfecha, huéspedes, economía, financiamiento, viabilidad.

ABSTRACT

This research project aims to determine the feasibility of establishing a hotel business in the Bombolí parish of Santo Domingo de los Tsáchilas through a comprehensive market, technical, administrative, and financial analysis. The study employed a mixed-methods approach—incorporating applied, descriptive, bibliographic, and exploratory research—and utilized deductive and inductive reasoning. A survey of 382 visitors served as the primary data collection method, making it possible to identify unmet demand, consumer profiles, and preferences regarding accommodation services. The results revealed strong interest in a new hotel establishment offering lodging, dining, and complementary services; personalized service, security, strategic location, and service packages emerged as key factors influencing purchasing decisions.

Based on these findings, a technical and administrative proposal was developed, outlining the business's strategic location, installed capacity, infrastructure, organizational structure, legal compliance, and operational planning. Additionally, a financial study was conducted to quantify the initial investment, operating costs, and projected revenue, while evaluating financial indicators such as NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), and the payback period, thereby demonstrating the project's profitability and sustainability. In summary, the study concludes that establishing this hotel business represents an economically viable and competitive option that will contribute to strengthening the tourism sector, creating jobs, and fostering economic development in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas.

Keywords: Feasibility study, hotel business, unmet demand, guests, economy, financing, viability.

CAPÍTULO I

1. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1.Descripción del problema

Es importante mencionar que el desarrollo del sector turístico en Ecuador tiene una estrecha relación con el establecimiento y la creación de hoteles, lo que se considera un motor esencial para generar ingresos, empleo y dinamizar la economía del país. No obstante, la inversión en la creación y la evolución del sector hotelero se ven obstaculizadas por múltiples restricciones estructurales que impactan su viabilidad y sostenibilidad, cabe mencionar que las dificultades más significativas se determinan por:

La inseguridad, dado que, según informes de las industrias y del Ministerio de Turismo, la participación de turistas internacionales en la demanda hotelera ha bajado hasta aproximadamente el 9 %, mientras que los índices promedio de ocupación siguen por debajo del 35 %. Esta situación se intensifica en contextos donde se percibe un alto nivel de delitos como la violencia, la extorsión y el robo ha incrementado los costos operativos de los hoteles porque resulta necesario invertir en seguros, sistemas de seguridad y planes de contingencia, lo que disminuye los márgenes de ganancia.

Además, uno de los principales problemas que incide en la creación de hoteles en el país es la contracción del turismo y la disminución de la demanda hotelera. El turismo ha experimentado fluctuaciones importantes en los últimos años, afectando directamente la rentabilidad de los proyectos hoteleros. Por ejemplo, el aporte del turismo al Producto Interno Bruto (PIB) ecuatoriano ha mostrado variaciones significativas, pasando de representar aproximadamente el 2,1 % en 2019 a 0,7 % en 2020, lo que representa una disminución de 1,4 puntos porcentuales. En términos relativos, esta contracción equivale a una reducción cercana al 66,7 % evidenciando una reducción en la actividad económica del sector (Zambrano, 2024).

La disminución de visitantes internacionales es otro problema importante, ya que restringe la producción de divisas y el crecimiento del sector hotelero. A pesar de que Ecuador tiene una notable diversidad cultural y natural, la cual podría permitirle ser un destino turístico competitivo, no ha conseguido establecer un plan eficaz para promocionarse en el extranjero ni incrementar su infraestructura turística de forma completa. Por lo tanto, en años recientes la ocupación hotelera por parte de turistas extranjeros ha caído drásticamente, pasando del 14 o el 15 % en años precedentes a cifras alrededor del 9 % en 2024, disminuyendo el gasto promedio de los turistas y perjudica la actividad del sector (Pinchao, 2025).

La renovación de los hoteles actuales o la construcción de nuevos se ve dificultada por el alto nivel de deuda y los problemas para acceder a financiamiento del sector hotelero ecuatoriano, dado que, los empresarios del sector turístico tienen deudas pendientes con instituciones públicas, proveedores y entidades financieras, lo cual restringe su habilidad para invertir y expandirse. La carencia de líneas de crédito especializadas para la industria hotelera y turística hace que un gran número de empresas no pueda financiar sus proyectos de infraestructura o mejorar sus servicios, lo que disminuye la competitividad nacional frente a otros lugares turísticos de la región (Tapia, 2022).

Desde un punto de vista investigativo, la falta de políticas públicas integrales dirigidas a potenciar el sector turístico y hotelero en Ecuador es una restricción estructural para poner en marcha nuevos negocios en este sector. Esto crea un clima de poca competitividad y elevada incertidumbre para invertir. La capacidad del país para atraer tanto a turistas como a capital privado disminuye debido a la falta de programas de financiamiento específicos, incentivos fiscales y estrategias sostenidas de promoción internacional. Esta situación se manifiesta en indicadores como el bajo nivel de ocupación hotelera, que a escala nacional se sitúa por debajo del 35 %, lo que muestra una demanda insuficiente que pone en peligro la viabilidad económica de nuevos proyectos hoteleros (Zambrano, 2024).

Asimismo, otro problema que repercute a este tipo de emprendimiento son los factores sociales como la inestabilidad política del país y los altos índices de inseguridad y violencia que generan temor y poca afluencia de turistas nacionales y extranjeros que cancelan viajes y servicios turísticos, afectando no solo a los hoteles sino también a pequeñas y medianas empresas que viven del turismo.

En la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas las notables barreras que limitan este emprendimiento son causadas por la falta de financiamiento ya que, limita la inversión inicial que se requiere para infraestructura, promoción y equipamiento, lo cual tiene un impacto negativo en la calidad de los servicios ofrecidos, la poca gestión administrativa y financiera produce deficiencias en la planificación, el control de costos y la toma de decisiones estratégicas, resultando en una estructura organizativa poco sólida.

Por otra parte, la alta competencia y las tendencias de mercado exigen que los establecimientos innoven de manera continua; no obstante, si no se adaptan, disminuye su posicionamiento y atractivo frente a otros proveedores, la escasez de experiencia y capacitación de los emprendedores en competencias técnicas y operacionales afecta de manera negativa la optimización de procesos internos, la calidad de servicio y generan poca movilidad al igual que no ofrecen más propuestas atractivas a sus clientes.

Según datos de la asociación de hoteles y empresarios locales de Santo Domingo, la actividad de los negocios hoteleros se encuentra en una etapa de contracción, debido a que ha bajado la ocupación en estos últimos meses y, por ende, en el sector turístico también precisando una reducción que bordea el 50%, sumado la inseguridad y el mal estado de las vías que inciden en la percepción de los turistas que consideran que la ciudad es peligrosa por los altos índices de robos y crímenes, siendo una de las causas que prefieren elegir otros destinos (Hora, 2026).

Por otro lado, la parroquia Bombolí es una zona comercial y estratégica de alta afluencia de personas, dado que, se encuentra cerca del terminal terrestre de la ciudad de Santo Domingo en los que hay hoteles con baja promoción y publicidad reduciendo

su visibilidad y captación de clientes potenciales, poca inversión en infraestructura, limitación de servicios, mientras que otros poseen costos de hospedajes elevados. Entre otros desafíos es la débil propuesta de valor que provoca falta de diferenciación y afecta a su competitividad, sumando a esto factores externos como la inseguridad, la inestabilidad económica contribuyen a crear incertidumbre a clientes e inversionistas, de igual modo, los permisos y requisitos legales municipales para la construcción de una nueva edificación causan retrasos en la ejecución de proyectos hoteleros e incrementan costos en su progreso.

1.2.Formulación del problema

¿De qué manera incide el estudio de factibilidad en la implementación de un negocio hotelero en la parroquia Bombolí, de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2026?

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la demanda potencial del servicio hotelero en Bombolí?
- ¿Qué características y preferencias tienen los clientes potenciales?
- ¿Cuál es el tamaño óptimo y la capacidad instalada del hotel?
- ¿Cuál es la estructura organizacional adecuada?
- ¿Es rentable el proyecto según VAN, TIR y PRI?

1.3.Justificación

El presente proyecto de investigación es importante, ya que la propuesta de implementación de un hotel tiene como factor diferenciador la inclusión de un restaurante en su infraestructura y que brinde servicios turísticos integrales, motivo por el cual, se justifica la necesidad de mejorar la oferta turística a través de la creación de lugares que atiendan las necesidades de los clientes y turistas de manera integral. Los turistas actuales buscan, vivencias que incluyan alojamiento, gastronomía y servicios adicionales en un solo lugar, por ende, contribuye a elevar la calidad de la estancia y a incrementar la competitividad del hotel. En este contexto, la incorporación del restaurante en el hotel no solo expande el abanico de servicios existentes, sino que

fomenta la promoción de la gastronomía local y la creación de experiencias culturales relacionadas con la zona.

Desde el punto de vista empresarial y económico, el desarrollo de este proyecto es viable gracias al incremento continuo de la actividad turística y a la demanda en aumento de servicios de hospedaje y alimentación, de ahí que, la construcción del hotel posibilita diversificar las fuentes de ingresos del emprendimiento, pues no solo se obtienen beneficios a partir del hospedaje, sino también por medio de la oferta gastronómica, la organización de eventos y otros servicios adicionales, esta diversificación aumenta la rentabilidad del proyecto y mejora su estabilidad financiera a largo plazo.

Por otra parte, los actores directos que se benefician con este proyecto son los dueños, los inversores, los empleados del hotel y del restaurante, quienes tendrán la posibilidad de acceder a empleos y oportunidades de crecimiento profesional, de igual manera se benefician de manera indirecta las compañías de transporte, los comerciantes locales, los guías turísticos, los proveedores alimentarios y los productores locales, por cuanto permitirá generar plazas de empleo e incrementar el dinamismo de la economía en la provincia.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar el estudio de factibilidad para la implementación de un negocio hotelero, en la parroquia Bombolí, de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Analizar la demanda insatisfecha y el perfil del consumidor mediante investigación de campo para el posicionamiento competitivo del negocio hotelero.

2. Definir la ubicación, la capacidad instalada, el tamaño óptimo y los requerimientos de infraestructura para la operatividad técnica del establecimiento.
3. Estructurar el modelo organizacional y el cumplimiento normativo vigente para la gestión legal y administrativa del negocio.
4. Cuantificar la inversión inicial, los costos operativos y proyección de ingresos del negocio hotelero, a fin de su viabilidad económica.
5. Evaluar la rentabilidad del proyecto mediante indicadores financieros como el VAN, TIR y periodo de recuperación de la inversión, para su viabilidad.

1.5. Idea a defender

El estudio de factibilidad para la implementación de un negocio hotelero en la parroquia Bombolí, de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, es importante por su capacidad de generar rentabilidad y sostenibilidad, mediante una variedad integral de servicios turísticos que abarca hospedaje y un restaurante; motivo por el cual, este enfoque se dirige a optimizar la experiencia del visitante y estar a la vanguardia de las actuales tendencias del mercado.

Cabe mencionar, que la incorporación de servicios de gastronomía a las instalaciones posibilita diversificar los ingresos y elevar el valor que el cliente percibe, lo cual contribuye a su lealtad y permanencia. Del mismo modo, la demanda del servicio se incrementa por la localización estratégica del hotel, que se caracteriza por un flujo elevado de visitantes, logrando una mejor estabilidad operativa en el tiempo, fomentando la creación de empleo, el uso eficaz de los recursos y la coordinación con proveedores locales desde el enfoque de sostenibilidad, de ahí que, se expone como una opción empresarial factible y también como un promotor de la economía local, ya que fomenta cadenas productivas, aumenta la actividad comercial y contribuye a fortalecer el sector del turismo en la provincia.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Según Jonathan Stalyn Placencia de la Cruz (2025), autor de la tesis denominada, plan de negocios para la creación de un hotel en la isla Santa Cruz, provincia de las Galápagos, durante el período 2024-2028, elaborada en la Universidad Estatal de Bolívar, plantea como objetivo general:

Elaborar un Plan de negocios para la creación de un hotel en la isla Santa Cruz, provincia de las Galápagos en el periodo 2024-2028.

Objetivos específicos

- Desarrollar el estudio de mercado para un hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos en el periodo 2024-2028.
- Determinar el estudio técnico para el tamaño del proyecto y la ubicación óptima del hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos en el periodo 2024-2028.
- Realizar el estudio económico- financiero para la viabilidad económica para la creación del hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos en el periodo 2024-2028.

Se empleó una metodología mixta descriptiva, exploratoria y teórica, con enfoques cualitativo y cuantitativo, métodos inductivo y deductivo, técnicas de encuestas a 370 turistas y 172 oferentes de hospedaje, fuentes primarias y secundarias, y procesamiento en Microsoft Excel.

Entre las conclusiones más relevantes se destacan:

1. Un Valor Actual Neto (VAN) positivo de 66.361,93 USD a una Tasa de Rendimiento Económico Mínima Aceptable (TREMA) del 16,89%, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28,26% superior a la TREMA, y una relación beneficio-costo de 1,57, lo que demuestra la factibilidad del proyecto por su

rentabilidad al superar los ingresos a los costos actualizados, generar empleo directo e indirecto, y satisfacer la demanda insatisfecha de hospedaje económico y sostenible en una zona de alta afluencia turística (Cruz, 2025).

2. La evaluación también ha revelado que el VAN se torna negativo cuando se utiliza una tasa de descuento más alta (30%), lo que sugiere que el proyecto es sensible a cambios en las tasas de interés o inflaciones, esto implica que factores externos podrían afectar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

El presente estudio aporta al proyecto a indagar un análisis estructurado de mercado, técnico y financiero que permite la evaluación de la factibilidad del negocio en situaciones reales a través de la implementación de metodologías mixtas y herramientas como el análisis de la demanda, las proyecciones financieras y la evaluación de indicadores (TIR y VAN) posibilitan establecer con mayor exactitud la viabilidad financiera y la sostenibilidad del proyecto del plan de negocios que se realizó para fundar un hotel en la isla Santa Cruz. En este contexto, el estudio mejora la toma de decisiones estratégicas, disminuye la incertidumbre del inversionista y ayuda a crear propuestas hoteleras más competitivas que se ajustan a las exigencias del mercado turístico contemporáneo.

En el artículo publicado en la revista Uniandes Episteme. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación, denominada Innovación hotelera: conducta innovadora, factores limitantes y percepciones frente a la crisis COVID-19. Caso Bahía Blanca, Argentina, se analiza la importancia de la innovación en el sector hotelero como factor de competitividad, de autoría de Carolina Pasciaroni (2023)

> El objetivo general del estudio fue caracterizar el comportamiento innovador de hoteles de pequeño y mediano tamaño en una etapa previa a la pandemia y determinar si la crisis COVID-19 fue percibida como una oportunidad para innovar.

Metodológicamente, la investigación adoptó un enfoque de estudio de caso con alcance descriptivo y exploratorio, utilizando encuestas dirigidas a gerentes de seis hoteles de tres y cuatro estrellas, complementadas con información secundaria de fuentes oficiales.

Los resultados evidencian que los hoteles presentan un perfil innovador orientado principalmente a la incorporación de tecnologías (software, hardware y equipos) y mejoras incrementales en sus servicios; sin embargo, factores como la falta de financiamiento, el alto costo de innovación y la escasez de personal calificado limitan estos procesos.

En cuánto, a las conclusiones más relevantes se destacan

1. La innovación constituye un elemento clave para la sostenibilidad y competitividad del negocio hotelero, ya que permite mejorar la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la adaptación a cambios del entorno; no obstante, en contextos de crisis, como la pandemia, las limitaciones económicas pueden frenar estos procesos. Estos hallazgos aportan valor a la creación de nuevos hoteles al evidenciar que la implementación de estrategias innovadoras y tecnológicas incrementa la factibilidad del negocio, al fortalecer su capacidad de adaptación, diferenciación y permanencia en el mercado.
2. Tal como señala la literatura empírica sobre innovación en hotelería la actitud conservadora emergió como uno de los factores internos obstaculizadores del proceso de innovación. Entre los factores externos, se registró la falta de personal cualificado, las limitaciones de acceso a financiamiento, así como también, la demanda poco exigente y sofisticada proveniente de huéspedes que permanecen por pocos días en el hotel dado que el trabajo constituye el principal motivo de llegada a la ciudad.

El presente artículo científico expuesto influye de manera significativa a la investigación, al demostrar que el uso de tecnologías, la optimización de los procesos

y las tácticas novedosas de comercialización producen más eficiencia operativa y ventajas competitivas. En este sentido, el estudio muestra que la innovación posibilita que los servicios se diferencien, se mejore su calidad y se ajusten a las necesidades del cliente; esto eleva la rentabilidad y la demanda del proyecto. Igualmente, su implementación en el ámbito local favorece la toma de decisiones estratégicas con respecto al empleo de instrumentos digitales y a la capacitación del talento humano.

Como plantea Valeria Nathaly Taco Vargas (2024) autora de la tesis desarrollada en la Universidad San Francisco de Quito USFQ, titulada Plan de negocios para la creación de un hotel restaurante en el Centro Histórico de Quito que promueva el desarrollo turístico en el Ecuador, se aborda como tema central la implementación y viabilidad de un establecimiento hotelero combinado con servicios de alojamiento tipo Airbnb y un restaurante rooftop.

El objetivo general del estudio fue diseñar un modelo de negocio que permita ofrecer una experiencia de hospedaje diferenciada, satisfaciendo las necesidades de los turistas mediante servicios integrales y estratégicamente ubicados.

Objetivos específicos

- Identificar a los competidores del sector y analizar el tipo de servicios que brindan para desarrollar un factor diferencial en las estrategias a aplicarse.
- Identificar los factores que son importantes al momento de elegir un hospedaje en la ciudad de Quito.
- Identificar los factores que son importantes para la implementación del restaurante estilo rooftop en la ciudad de Quito.

En cuánto, a la metodología, la investigación adoptó un enfoque mixto, apoyándose en el análisis de información primaria mediante entrevistas a actores del sector turístico y encuestas a turistas, así como en fuentes secundarias; además, se aplicaron herramientas de análisis estratégico como el FODA y el modelo de las cinco fuerzas de Porter para evaluar la competitividad y tendencias del mercado.

1. Entre las principales conclusiones, se determinó que el proyecto es factible debido a su ubicación estratégica en el Centro Histórico de Quito, la existencia de una demanda creciente de experiencias turísticas integrales y la diferenciación del servicio mediante la integración de hospedaje, gastronomía y turismo comunitario; asimismo, se identificó que la innovación en la oferta y las alianzas estratégicas fortalecen la competitividad del negocio, lo cual aporta significativamente a la creación de nuevos hoteles al evidenciar que la combinación de valor agregado, planificación estratégica y análisis de mercado incrementa la sostenibilidad y viabilidad del emprendimiento hotelero (Vargas, 2024).
2. Existe interés significativo entre los turistas extranjeros por hospedajes con experiencias culturales integrales y servicios personalizados, como paquetes turísticos que incluyan alimentación y transporte. La percepción de inseguridad y la falta de infraestructura turística adecuada en Quito son barreras importantes que requieren estrategias

La investigación de esta tesis ha contribuido notablemente al proyecto en cuestión debido a que incorpora un análisis exhaustivo que incluye el estudio del mercado, la evaluación financiera y las estrategias de competitividad para determinar su viabilidad, a través del estudio muestra que la ubicación estratégica, la diferenciación de los servicios y la incorporación de experiencias complementarias como servicios gastronómicos mejoran tanto la demanda como la posición del establecimiento. Además, demuestra la relevancia de emplear instrumentos como las cinco fuerzas de Porter y el análisis FODA para detectar riesgos y oportunidades, logrando el desempeño eficiente en la toma de decisiones al disminuir la incertidumbre y la optimización de recursos.

En el artículo científico publicado en la Revista Kosmos Científica, titulado Plan de marketing para la expansión hotelera y coctelería en Mindo, Ecuador, se aborda como tema central la planificación estratégica del marketing aplicada al sector hotelero con fines de expansión y posicionamiento turístico dirigida por los autores Andrés

Alonso Altamirano Espinosa, Joselyn Vanessa Cabascango Noboa y Gerardo David Peñafiel Cargua (2025).

El objetivo general de la investigación fue diseñar un plan de marketing orientado a la captación de turistas nacionales e internacionales, con el propósito de mejorar la comercialización de los servicios hoteleros y potenciar su rentabilidad.

En relación con su metodología, el estudio adoptó un enfoque cualitativo de tipo descriptivo y exploratorio, con corte transversal, empleando una revisión sistemática de literatura bajo el método PRISMA, así como métodos teóricos y empíricos como el histórico-lógico, análisis-síntesis, hipotético-deductivo y observación directa, lo que permitió comprender integralmente el fenómeno estudiado.

Conclusiones

1. Se determina que la implementación de estrategias de marketing innovadoras y el uso de herramientas digitales son factores clave para fortalecer la gestión comercial, incrementar la afluencia turística y posicionar destinos como Mindo en mercados internacionales; además, se destaca que la adecuada planificación estratégica, junto con la diversificación de la oferta turística y la incorporación de criterios de calidad, rentabilidad y sostenibilidad, contribuyen significativamente a la factibilidad de los negocios hoteleros, al mejorar su competitividad, garantizar su permanencia en el mercado y generar impactos positivos en la economía local y nacional.
2. Los principales grandes retos que hoy afronta el sector turístico se orientan hacia la mejora del servicio, la profesionalización de los recursos humanos, la introducción de metodología de calidad y atención al cliente, la diversificación de la oferta, la garantía de calidad, la optimización de la administración y gestión, la adecuación de los precios al mercado

competitivo y la planificación sostenible que integre aspectos económicos con el medio ambiente.

El artículo aporta en gran medida al proyecto en estudio al resaltar la importancia de estrategias de marketing innovadoras y una adecuada gestión comercial orientada al turismo, lo cual, evidencia que el uso de herramientas estratégicas mejora la captación de clientes y el posicionamiento del hotel, incrementando su rentabilidad. Además, destaca la relevancia de la planificación, la calidad del servicio y la sostenibilidad para la competitividad, estos elementos contribuyen a reducir la incertidumbre en la toma de decisiones y a su vez permiten diseñar proyectos hoteleros más eficientes y acordes a las tendencias del mercado actuales.

2.2 Científico

2.2.1. Estudio factibilidad

El estudio de factibilidad construye un análisis que realiza una empresa para medir la viabilidad de un nuevo proyecto o negocio. Su objetivo principal es determinar si la idea se puede llevar a la práctica y si resultará rentable, antes de invertir grandes recursos en ella (Quiroa, 2025).

Tipos de estudio de factibilidad

Los estudios de factibilidad se dividen en distintas dimensiones que permiten evaluar de manera integral la viabilidad del proyecto, como se mencionan a continuación:

1. **Factibilidad operativa:** Se relaciona con el personal que tiene que realizar el proyecto, por ende, se analiza si el personal posee las competencias laborables necesarias para desarrollarlo y llevarlo a cabo. Sobre todo, la factibilidad operativa depende de los recursos humanos que forman parte de la organización (Quiroa, 2025).
2. **Factibilidad técnica:** Se evalúa si la infraestructura técnica que posee la empresa puede responder de manera favorable y eficiente para desarrollar el proyecto o negocio que se tiene panificado. También se debe verificar si las

personas poseen los conocimientos técnicos necesarios para poder utilizar el equipo y el software necesario (Quiroa, 2025).

3. **Factibilidad económica:** Se debe realizar un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto y sopesar ambos aspectos. Si en la evaluación se observa que los costos superan a los beneficios sería mejor no desarrollarlo. Mientras que, si el beneficio supera los costos, la decisión de la implementación del proyecto se vuelve menos arriesgada, aunque no implica que no existan riesgos (Quiroa, 2025).
4. **Factibilidad comercial:** Se determina si existe una potencial posibilidad que exista un número adecuado de clientes. Estos clientes deben estar dispuestos a consumir o utilizar los productos que el negocio o proyecto permitirá ofrecer al mercado (Quiroa, 2025).
5. **Factibilidad política y legal:** Se verifica si el tipo de negocio o de proyecto por desarrollar, no atenta o incumple alguna ley o norma de carácter municipal, estatal o mundial. De lo contrario no puede implementarse porque estará en contra de las disposiciones legales y por lo tanto no resulta viable (Quiroa, 2025).
6. **Factibilidad de tiempo:** Permite conocer si el tiempo que se tiene planificado para llevar a cabo el proyecto coincide con el tiempo real que se necesita para poderlo implementar (Quiroa, 2025).

2.2.2. Características del estudio de factibilidad

- Integralidad
- Perspectiva en la toma de decisiones
- Carácter prospectivo
- Metodología rigurosa
- Evaluación de la viabilidad a nivel financiero y económico
- Evaluación de mercado
- Viabilidad técnica
- Consideración de la ley y las regulaciones

- Análisis de la organización
- Evaluación de implicaciones
- Disminución de riesgos
- Documento organizado y formal

2.2.3. Importancia de un estudio de factibilidad

La importancia se encuentra en que facilita la evaluación exhaustiva de la viabilidad de un proyecto previo a su implementación, disminuyendo el riesgo y la incertidumbre vinculados con la inversión, al examinar factores cruciales como las finanzas, el mercado, la técnica y el contexto legal. Este análisis brinda datos organizados y objetivos que hacen más sencillo el proceso de tomar decisiones estratégicas, mejoran la utilización de los recursos y elevan las probabilidades de que el emprendimiento tenga éxito, al detectar oportunidades, restricciones y eventuales situaciones futuras (Pérez, 2023).

2.2.4. Implementación de un negocio

Se entiende como el proceso de implementación de una idea de empresa que ha sido planificada con anterioridad, la cual implica integrar recursos humanos, materiales y financieros. También incluye llevar a cabo tácticas administrativas y operativas enfocadas en lograr las metas de la organización y generar valor en el mercado. Este proceso supone un cambio desde la etapa de planificación hasta la ejecución real del emprendimiento, garantizando que se coordinen las actividades esenciales como la gestión, el control y la venta del negocio (Carrero, 2024).

Etapas de la implementación de un negocio

Se trata de un proceso en secuencia que comienza por:

1. Planificación operativa, durante la cual se establecen las actividades, los recursos y el calendario.
2. Organización de los recursos humanos, materiales y financieros requeridos para iniciar operaciones.

3. Ejecución, que incluye el comienzo de las operaciones y el uso de estrategias comerciales.
4. Control y evaluación, cuyo objetivo es medir resultados, identificar desviaciones y realizar mejoras constantes para asegurar que el negocio sea sostenible en el mercado (Hidalgo, 2025).

2.2.5. Características de la implementación de un negocio

- Énfasis en la acción
- Integración de recursos
- Planeación operativa
- Adaptación y flexibilidad
- Concentración en los resultados
- Coordinación de la organización
- Supervisión y control
- Manejo de riesgos
- Perspectiva estratégica
- Creación de valor

2.2.6. Importancia de la implementación de un negocio

Su relevancia reside en que convierte ideas y análisis anteriores en resultados concretos, lo cual hace posible validar el modelo de negocio, adecuarse al entorno competitivo y afianzar la sostenibilidad de la empresa a largo plazo. Además, posibilita detectar y rectificar desviaciones operativas de manera adecuada (Hidalgo, 2025).

2.2.7. Ventajas de la implementación de un negocio

- Autonomía económica
- Autonomía en la toma de decisiones
- Capacidad de crecimiento
- Creación de puestos de trabajo
- Desarrollo tanto personal como profesional
- Flexibilidad en el trabajo

- Creatividad e innovación
- Satisfacción personal

2.2.8. Desventajas de la implementación de un negocio

- Riesgo financiero
- Alta inversión inicial
- Incertidumbre de los ingresos
- Trabajo y carga laboral en exceso
- Presión y tensión en la toma de decisiones contantes en la dinámica de mercado
- Competencia en el ámbito comercial
- Falta de experiencia y desconocimiento del negocio a ejecutar
- Gestiones administrativas y jurídicas

2.3 Conceptual

Análisis financiero: Es el estudio e interpretación de la información contable de una empresa, persona u organización con el fin de conocer su situación actual y poder proyectar su comportamiento financiero futuro (Roldán, 2025).

En este sentido al examinar los ingresos, costos, flujo de caja y rentabilidad, el análisis financiero posibilita la evaluación de la factibilidad económica del proyecto hotelero, centrándose en disminuir la incertidumbre en el proceso de tomar decisiones y garantizar que el negocio sea sostenible. Además, este estudio es determinante para establecer si la inversión producirá ganancias netas a lo largo del tiempo.

Capacidad instalada: Es el rendimiento máximo que se puede producir en una planta de producción o empresa en un período dado, usando los recursos que se tienen disponibles en un momento determinado. Es un aspecto importante del sistema de producción, se trata de una medida de eficiencia que se puede ajustar de tal manera que la producción esté de acuerdo con la demanda (Corvo, 2023).

El análisis de la capacidad instalada en el negocio hotelero contribuye a mejorar la utilización del personal, habitaciones e infraestructura, asegurando la eficiencia operativa, evitando el uso excesivo o insuficiente de los recursos disponibles.

Demanda potencial: Es el tamaño total del mercado para un producto en un momento específico. Representa el límite máximo del mercado para un producto. Generalmente, se mide por el valor de las ventas o el volumen de ventas. Por tanto, se refiere al volumen máximo de ventas de cualquier producto o servicio en un mercado determinado, antes de que el producto o servicio alcance la saturación del mercado (Lifeder, 2023).

Este concepto contribuye a la proyección de ingresos y a la elaboración de estrategias comerciales dentro del negocio hotelero, por ende, una eficiente evaluación garantiza que el proyecto satisfaga las verdaderas necesidades y preferencias del mercado.

Gestión de operaciones: Es el conjunto de estrategias, planes y acciones que se llevan a cabo para que una empresa funcione de manera óptima. Su objetivo es lograr un eficiente proceso de fabricación, producción y administración interna, para garantizar así la satisfacción del cliente y elevar la productividad de las organizaciones (Santos, 2023).

La gestión de operaciones centrada en planificar, organizar y supervisar los procesos internos del hotel, facilita optimizar la eficiencia, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Por lo tanto, es fundamental para lograr una mayor optimización de procesos competitiva.

Infraestructura turística: Es el conjunto de instalaciones físicas y dotación de bienes y servicios de un país o región destinada a atender visitantes extranjeros. Algunos ejemplos de estos elementos son instalaciones de alojamiento y gastronómicas, transporte, servicios de alquiler de productos, excursiones, entre otros (Paéz, 2022).

Este término es de gran relevancia, por lo que, su aplicación posibilita definir la competitividad del destino donde estará ubicado en negocio hotelero, siendo así que, una infraestructura apropiada aumenta la llegada de visitantes y el éxito empresarial.

Implementación: Es el procedimiento a través del cual se pone en marcha o se lleva a cabo un plan, proyecto o idea previamente concebida, transformándola en acciones específicas. Significa coordinar tareas, gestionar recursos y ejecutar las estrategias requeridas para lograr los objetivos fijados (Tristancho, 2025).

La base práctica del negocio hotelero es la implementación, de manera que abarca el estudio de viabilidad integral del proyecto, garantizando que se cumplan con los recursos, estrategias y objetivos propuestos adecuadamente para alcanzar estabilidad en el mercado.

Punto de equilibrio: Es el nivel de ventas o ingresos en el que una empresa logra cubrir con exactitud sus costos totales, tanto fijos como variables, sin obtener ganancias ni pérdidas. En otras palabras, representa el instante en que la empresa tiene equilibrio financiero (Clavijo, 2023).

El punto de equilibrio establece el monto de ingresos en el que el hotel logra cubrir todos sus costos sin producir pérdidas ni ganancias, cabe destacar, que este indicador es fundamental para analizar el riesgo financiero del proyecto y, asimismo, facilita la fijación de ventas mínimas de ocupación y ventas requeridas para poder mantener la sostenibilidad.

Sector hotelero: Abarca todas las actividades económicas relacionadas con la gestión de alojamientos temporales para viajero. Esto incluye desde pequeños hoteles boutique y hostales hasta grandes cadenas hoteleras y complejos turísticos. El objetivo principal de este sector es proporcionar alojamiento, pero en muchos casos también ofrece servicios complementarios que mejoran la experiencia del huésped, como restaurantes, espacios para eventos, gimnasios, spa, otros (Lacalle, 2024).

El sector hotelero ofrece una perspectiva de las oportunidades, las tendencias del mercado y del entorno competitivo, por lo cual, es indispensable para situar estratégicamente el negocio dentro del sector turístico.

2.4 Legal

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador 2008, se considera los siguientes artículos:

En el Artículo 283 dispone que la economía ecuatoriana reconoce al ser humano como sujeto y fin, integrando formas de organización pública, privada, mixta y popular-solidaria, lo que permite la participación de emprendimientos turísticos como los hoteles dentro de un marco de equilibrio entre Estado y mercado (Cosntituyente, 2008).

Así también, en el artículo 284 define objetivos clave como la distribución equitativa de la riqueza, el impulso a la producción nacional y la generación de empleo, elementos que favorecen directamente la inversión en el sector hotelero. Estas disposiciones garantizan que la actividad empresarial se desarrolle en armonía con el buen vivir y la sostenibilidad (Cosntituyente, 2008).

En el artículo 285, establece que la política fiscal debe financiar servicios públicos y promover incentivos para la inversión, lo cual impacta directamente en la creación de negocios turísticos mediante beneficios tributarios y políticas de fomento (Cosntituyente, 2008).

Por otra parte, en el artículo 300, señala que el régimen tributario se regirá por principios como progresividad, eficiencia y simplicidad administrativa, facilitando el cumplimiento de obligaciones fiscales por parte de emprendedores. Este marco asegura que exista estabilidad en términos legales y condiciones propicias para establecer una empresa, lo que resulta fundamental para implementar un negocio hotelero, teniendo en cuenta la inversión inicial y la sostenibilidad financiera que se requiere (Cosntituyente, 2008).

En cuestión, a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) establece normas para los métodos de producción comunitarios y asociativos, fomentando así el crecimiento territorial y la inclusión en términos económicos. La normativa es significativa para los proyectos hoteleros rurales o comunitarios porque promueve la cooperación, el acceso a financiamiento y la participación en mercados

locales. La ley, a través de la responsabilidad social, la autogestión y la solidaridad, robustece la estructura productiva al posibilitar que las empresas turísticas colaboren en el desarrollo local. En este escenario, la implementación de un hotel puede coordinarse con los actores locales, lo que puede conducir a la creación de cadenas productivas y al impulso de la economía regional (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011).

Según la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación promueve la formación de empresas a través de procedimientos que simplifican el proceso, entre los cuales resalta la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), que posibilita establecer negocios con menos carga administrativa. Esta legislación fomenta la innovación, el acceso a financiamiento y la simplificación de trámites; elementos esenciales para el sector hotelero, en el que son cruciales tanto la formalización como la inversión. Asimismo, promueve la sostenibilidad y la competencia en el ámbito empresarial, que son elementos cruciales para establecer un hotel en el mercado turístico nacional e internacional (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020).

Conforme a la normativa del Servicio de Rentas Internas (SRI), es crucial seguir procedimientos como sacar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), emitir comprobantes de venta autorizados y declarar impuestos, por ejemplo, el IVA y el Impuesto a la Renta. Además, el régimen RIMPE fomenta la formalización y al mismo tiempo permite que las pequeñas y medianas empresas cumplan con sus obligaciones tributarias con menor carga administrativa. Estas obligaciones son necesarias para asegurar que el hotel sea legal y sostenible, además de que permiten acceder a beneficios fiscales y evitar sanciones (Servicio de Rentas Internas, 2023).

A la vez, también es importante tener en cuenta otros aspectos legales, como obtener licencias de funcionamiento, permisos municipales, por ejemplo, patentes y el uso del suelo, registrarse en el Ministerio de Turismo y acatar las normativas de seguridad, medio ambiente y sanidad. Además, es necesario que el personal esté inscrito en el sistema de seguridad social y cumpla con las regulaciones laborales actuales. Estos requerimientos garantizan que el establecimiento funcione con estándares de legalidad,

calidad y seguridad, lo cual mejora su capacidad para competir y favorece el crecimiento del sector turístico y local.

En conjunto, el marco legal define las condiciones normativas que permiten implementar correctamente el negocio hotelero, asegurando que opere dentro de los parámetros legales, tributarios y operativos del Ecuador.

2.4.1. Georreferencial

El negocio hotelero se pretende implementar en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas una zona céntrica altamente estratégica para el comercio, ya que es un portal entre la región Sierra y la Costa ecuatoriana. De manera concreta, se ubicará en el cantón Santo Domingo, que cuenta con una infraestructura vial consolidada en su cabecera cantonal, destacándose la intersección de las vías Quito-Santo Domingo (E20) y Santo Domingo-Quevedo (E25), además, la provincia actúa como núcleo con salidas a las cuatro provincias limítrofes como Pichincha, Esmeraldas, Manabí y Los Ríos, lo que permite que turistas y visitantes locales e internacionales puedan acceder fácilmente. Esta localización geográfica facilita el comercio, la movilidad y el desarrollo de actividades turísticas y gastronómicas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santo Domingo, s.f.).

Figura 1

Ubicación de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas



Nota: *Google Maps. (2026)*

En la parroquia Bombolí, se distingue por su desarrollo urbanístico, la disponibilidad de servicios básicos y la proximidad a áreas de recreación y comercio de la ciudad. Por ende, la zona de ubicación del negocio hotelero estará situada en la Coop. Jorge Mahuad Sector 4 calle principal José Gabriel Navarro y calle Leandro Venegas como puntos de referencia se encuentra el redondel de la virgen de los Rosales en la Av Abraham Calazacón y la Compañía Maldonado RentaCar, mientras que, en su lado derecho está Seri Arts y Tecnicentro Vega y Vegas.

Figura 2

Ubicación exacta del negocio hotelero



Nota: *Google Maps. (2026)*

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

3.1.1 Investigación aplicada

Es aquella que permite resolver un problema puntual, también, es conocida como investigación práctica o empírica. Su propósito es encontrar soluciones que puedan ser implementadas en diferentes áreas de la vida, como la salud, la educación, la industria, la agricultura, la tecnología o la economía, entre otras. Asimismo, se utiliza para el desarrollo de productos, métodos y procesos que tengan un impacto directo en la sociedad o en un sector en particular (Kiss, 2025).

La investigación aplicada es de gran valor al estudio del negocio hotelero debido a que posibilita que se empleen conocimientos teóricos para solucionar problemas reales del entorno de forma práctica y a su vez contribuye a obtener información precisa del estudio de mercado, la competencia y la demanda turística, facilitando tomar decisiones basadas en fundamentos. También, permite establecer la factibilidad técnica, económica y operacional del proyecto, disminuyendo los riesgos e incrementando su viabilidad.

3.1.2 Investigación descriptiva

Consiste en observar y describir un determinado fenómeno para conocer sus principales características y componentes, además, su propósito es identificar y detallar características sin establecer relaciones causales entre los elementos estudiados (Pérez A. , 2024).

Cabe destacar que esta investigación posibilita describir los problemas y las tendencias del mercado, las características de la competencia, el análisis de la oferta y la demanda como el perfil de los consumidores. Por lo tanto, su función proporciona una perspectiva objetiva y clara sobre la realidad del marco en el que se llevará a cabo el proyecto, a través de la recopilación y organización de datos oportunos.

3.1.3 Investigación bibliográfica

Se define como un proceso sistemático de recopilación y análisis de información a partir de fuentes documentales previas, con el objetivo de desarrollar una comprensión exhaustiva y actualizada sobre un tema en particular. Cabe señalar que esta investigación se centra en el análisis de estudios ya realizados o documentados (Ministerio de Educación Deporte y Cultura, pág. 3)

La aplicación de esta investigación genera un fundamento metodológico y teórico a través de la utilización y revisión de fuentes primarias como secundarias, entre ellos, libros, artículos científicos y revistas de estudio. Su finalidad es recopilar y examinar conocimientos previos acerca de la administración hotelera, la evaluación de proyectos existentes y la construcción del marco científico y conceptual. Esta información favorece la sustentación del análisis y aporta validez al proyecto.

3.1.4 Investigación exploratoria

Es aquella investigación científica que permite realizar estudios exploratorios que sirven para conocer fenómenos relativamente desconocidos y obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo un análisis completo sobre un contexto particular de la vida real e investigar problemas de comportamiento (Sampieri, 2022).

Este tipo de investigación al promover un estudio del problema a nivel integral, proporciona una visión inicial del mercado, ayudando a identificar las necesidades de los clientes, las tendencias en el turismo y el comportamiento de la competencia. De igual manera, posibilita que la incertidumbre disminuya y que las etapas siguientes del estudio de viabilidad se dirijan de manera más adecuada, esta razón favorece una toma de decisiones mejor fundamentada

3.2 Enfoque de la investigación

La investigación se plantea desde un enfoque mixto, por lo que, combina técnicas cualitativas y cuantitativas para analizar de forma integral la viabilidad del proyecto, mediante los siguientes enfoques:

3.2.1 Enfoque cualitativo

Busca entender la complejidad de fenómenos a través de datos no numéricos y descriptivos. Asimismo, se centra en comprender y describir fenómenos desde una perspectiva subjetiva. También, busca explorar significados, interpretaciones y contextos (2024).

Este enfoque en el estudio de la viabilidad del negocio hotelero posibilita entender detalladamente las expectativas, necesidades y percepciones de los clientes y actores del entorno, dado que, se adquieren datos específicos acerca de factores subjetivos como los problemas del mercado, las experiencias y preferencias que afectan la selección de los servicios de hospedaje mediante la observación y .la investigación. Su contribución consiste en enriquecer el análisis con una perspectiva interpretativa que permite la detección de oportunidades para diferenciarse y mejorar el servicio.

3.2.2. Enfoque cuantitativo

Se orienta en medir y analizar fenómenos a través de datos numéricos, empleando técnicas estadísticas para establecer patrones y relaciones cuantificables. Además, se centra en realizar medición y analizar los fenómenos a través de datos numéricos y estadísticas. También, busca establecer relaciones causales y patrones (2024).

El enfoque cuantitativo se relaciona al análisis y la medición de datos numéricos vinculados con la demanda, el mercado y la rentabilidad del proyecto en cuestión, siendo así que, promueve la toma de decisiones al posibilitar la obtención de resultados generales y objetivos a través de instrumentos como análisis estadísticos y la aplicación de encuestas. Su contribución principal es establecer la viabilidad económica y comercial del negocio hotelero, ofreciendo indicadores precisos que disminuyen la incertidumbre y fortalezcan la planificación estratégica.

3.3 Métodos de la investigación

3.3.1 Método deductivo

Se conoce como método o razonamiento deductivo a un tipo de razonamiento lógico que se caracteriza por inferir de manera necesaria una conclusión a partir de una serie de premisas, por lo que analiza lo general a lo particular según el objeto de estudio (Espínola, 2024).

Se emplea el método deductivo en la investigación del negocio hotelero, utilizando teorías y principios generales acerca de la gestión, el mercado turístico y la evaluación de proyectos con el objetivo de examinar su utilización en un contexto particular. Su contribución consiste en dirigir el análisis de manera coherente y organizada, lo que posibilita la formulación de hipótesis y su contraste con la realidad del entorno, logrando fundamentar decisiones estratégicas en base a conocimientos que se han validado previamente.

3.3.2 Método inductivo

Es un tipo de razonamiento que consiste en obtener conocimientos generalizables a partir de conocimientos específicos. Así, va de la observación de fenómenos particulares a la formulación de conclusiones generales (Arellano, 2025).

El método inductivo está centrado en la observación y el análisis de datos específicos recopilados del mercado, tales como las preferencias de los consumidores, el comportamiento de la demanda y de la competencia. A partir de estos factores, se producen generalizaciones y conclusiones que muestran la realidad del contexto, de ahí que, su utilidad se basa en generar conocimiento a partir de la evidencia empírica, generando exactitud y relevancia del análisis de la viabilidad del negocio hotelero.

3.3.3 Método mixto

El método mixto se considera un enfoque metodológico completo que fusiona métodos cualitativos y cuantitativos para entender los fenómenos de forma holística,

incorporando tanto datos que se pueden medir como interpretaciones y cualidades sociales de un contexto o estudio determinado (Martha Jasso, 2024).

La utilización de este método posibilita combinar el análisis estadístico del mercado con la comprensión de los comportamientos y percepciones de los clientes, por lo que, el método cualitativo permite detectar expectativas, preferencias y niveles de satisfacción, los datos cuantitativos hacen posible la evaluación de factores como la demanda, el perfil del visitante y la viabilidad financiera. Esta combinación de métodos ofrece una perspectiva más integral del contexto, disminuye el riesgo y mejora la toma de decisiones estratégicas.

3.4 Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos

Encuesta

Son un tipo de instrumentos de recopilación de información, que consisten en un conjunto prediseñado de preguntas normalizadas, dirigidas a una muestra socialmente representativa de individuos, con el fin de conocer sus opiniones o visiones respecto de alguna problemática o asunto determinado. Además, existen encuestas abiertas en las que las personas expresan sus opiniones de forma autónoma, mientras que en las cerradas eligen opciones ya establecidas de acuerdo a su preferencia (Farías, 2026).

La encuesta es una técnica esencial para obtención de datos en el negocio hotelero, ya que, brinda la información directa proveniente de un número representativo de turistas potenciales, por lo cual, facilita conocer las expectativas, hábitos de consumo, grado de satisfacción y preferencias del mercado objetivo. De este modo, proporciona información que puede ser cuantificada y que ayuda a determinar la demanda real del proyecto y a sostener su viabilidad comercial.

Cuestionario

Se definen como una serie de preguntas ordenadas, que buscan obtener información de la población de un entorno en específico, son utilizados como técnica

de evaluación, de guía de investigación o también para efectuar encuestas. De esta forma se interroga sobre determinadas cuestiones que se quiere averiguar o estudiar en cada uno de los ámbitos sociales (Vásquez, 2024).

El cuestionario, como una herramienta estructurada de la encuesta, facilita la organización ordenada y sistemática de las preguntas cerradas que se plantean a los turistas para conocer sus preferencias y opiniones. A través de su correcto diseño asegura que se obtenga información precisa, fiable y sencilla de analizar, lo cual favorece la interpretación de los resultados debido a la solución de los problemas y dar respuestas a las necesidades del mercado por medio de decisiones informadas y estrategias del negocio hotelero.

3.5 Universo, Población y Muestra

Como indica Patricia Quirola directora de desarrollo económico (2026) en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas al ser una ciudad altamente comercial se registraron una movilidad de 200.000 visitantes en el 2025, siendo este el universo de estudio general que busca obtener la información de viabilidad del negocio hotelero, lo cual permite entender a grandes rasgos las características demográficas y el entorno en el que se efectuará el proyecto.

Sin embargo, la población objetiva se encuentra delimitada a partir del universo, considerando a turistas, comerciantes y supervisores de las cadenas de empresas competitivas del país, que se quedan en la provincia por mayor tiempo generando un total de 63.000 personas y representan el grupo con mayor capacidad para decidir, consumir y económicamente activos. Esta población es la base para analizar la demanda potencial de los servicios hoteleros, por ende, la muestra se procede a calcular a partir de este número de visitantes, logrando generar datos confiables que sustente el estudio

Muestra

$$\boldsymbol{n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}}$$

Donde

- **N** = 63000 (número de visitantes)
- **Z** = 1,96 (nivel de confianza 95%)
- **p** = 0,5 (probabilidad de éxito)
- **q** = 0,5 (probabilidad de fracaso)
- **e** = 0,05 (margen de error)

$$N = \frac{63000 \times (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2(63000 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$N = \frac{60505,2}{158,45}$$

$$\mathbf{N = 381,9}$$

$$\mathbf{N = 382}$$

El tamaño de la muestra calculado señala que se requieren 382 encuestas para representar correctamente a la población de 63000 personas con un nivel de confianza del 95%, este resultado permite asegurar que los datos recopilados representen de manera veraz las preferencias, necesidades y rasgos del mercado objetivo en el proyecto.

3.6 Procesamiento de la Información

El procesamiento de la información de la presente investigación sobe el estudio de factibilidad para la implementación de un negocio hotelero se lo realizará de la siguiente manera:

Cabe señalar que la encuesta es el principal método para recopilar información en la investigación de la viabilidad del negocio hotelero, debido a que va a facilitar la obtención de datos directamente de los turistas y clientes potenciales, a través de la identificación de sus hábitos de consumo, necesidades y preferencias mediante preguntas estructuradas. Esto ayuda a determinar la demanda del servicio y las

expectativas del mercado objetivo, de esta manera, se consigue una base de información fiable para el desarrollo del proyecto.

La tabulación de los datos será procesada en Excel y otras herramientas, lo cual simplificará la organización sistemática y clara de la información, por lo que, este procedimiento implica clasificar y codificar las respuestas recogidas en la encuesta para hacer que su gestión resulte más sencilla. Asimismo, permite conseguir frecuencias y porcentajes, así como resultados de comparación que mejoren la interpretación de los datos recopilados.

Por otra parte, se emplearán gráficos de pastel para representar los resultados, ya que estos permiten una mejor visualización de la distribución en porcentaje de las respuestas. Es importante mencionar que, este tipo de gráfico, al destacar las tendencias más notables del estudio, ayuda a entender la información y a mostrar los resultados de una manera atractiva y ordenada comunicando de forma efectiva los hallazgos.

Por último, se llevará a cabo el análisis e interpretación de los resultados logrados para extraer conclusiones significativas para el estudio de viabilidad, mediante este proceso se conoce y se detectan las oportunidades, las necesidades del mercado y los posibles desafíos de la implementación del negocio hotelero. Con base a este conocimiento, se podrán adoptar decisiones estratégicas fundamentadas para el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

1. **¿Usted cuando visita la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas se hospeda en hoteles?**

Tabla 1.

Número de visitantes que se hospeda en hoteles

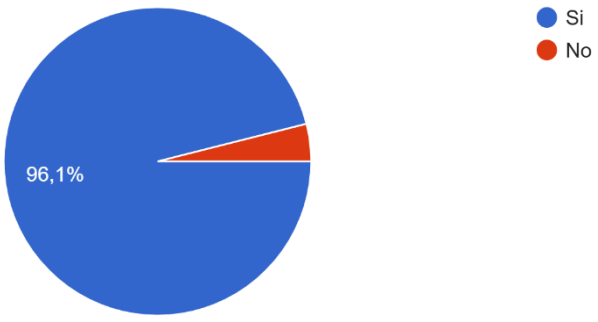
Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Si	367	96,1%
No	15	3,9%
Total	382	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Nota: *Encuesta (2026)*

Figura 3

Número de visitantes que se hospeda en hoteles



.

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Nota: *Encuesta (2026)*

De acuerdo a los resultados indican que el hotel sigue siendo la opción de alojamiento principal para los visitantes de la ciudad con el 96,1% de aceptación por este tipo de servicio en el mercado turístico local. De este modo, esta tendencia permite reconocer

una demanda firme y continua de alojamiento formal, enfocada en lugares que brinden seguridad, confort y una atención eficiente. Por lo que, estos datos constituyen una oportunidad ventajosa para entrar al mercado con una propuesta diferenciada y competitiva, mediante estrategias centradas en la calidad del servicio, el posicionamiento comercial y la experiencia del cliente.

2. ¿Con qué frecuencia visita la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas?

Tabla 2 .

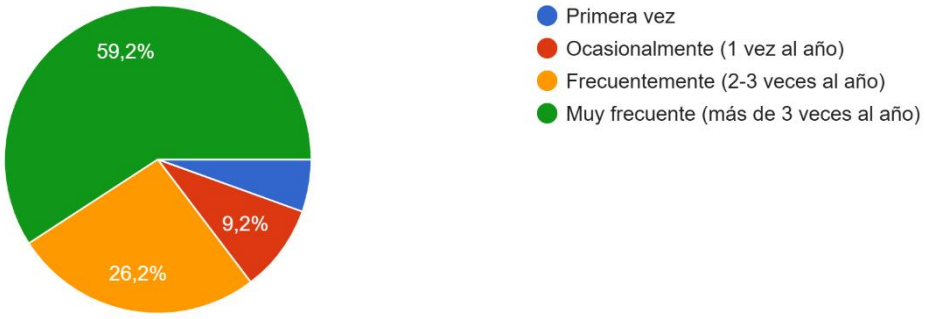
Número de frecuencias de visitas a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas

Visita	Frecuencia	Porcentaje
Diario	41	11%
Semanal	100	27%
Mensual	226	62%
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 4

Número de frecuencias de visitas a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

La gran afluencia de los viajeros que visitan Santo Domingo de los Tsáchilas con regularidad demuestra que hay un flujo constante de personas con el 59,2% que mantienen una relación frecuente con la ciudad por diversas actividades, siendo una de las principales el comercio. Esta conducta manifiesta la necesidad de servicios

hoteleros constantes y personalizados para clientes habituales que desean comodidad, accesibilidad y rapidez en el servicio. Con base en estos resultados, es factible generar promociones para huéspedes fijos, alianzas estratégicas con sectores de empresas y comercio y los programas de fidelización de clientes con el fin de mayor captación y permanencia de clientes en el hotel.

3. ¿Cuál es el principal motivo de su visita?

Tabla 3.

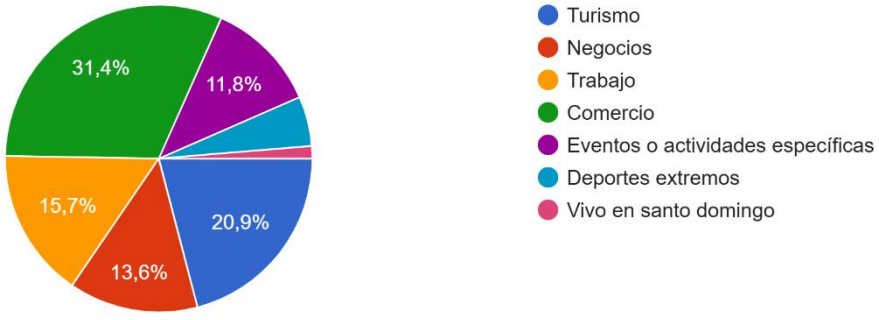
Principales motivos de visita a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Turismo	80	20,9%
Negocios	52	13,6%
Trabajo	60	15,7%
Comercio	120	31,4%
Eventos o actividades específicas	45	11,8%
Deportes extremos	10	5,2%
Vivo en Santo Domingo	0	1.3%
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 5

Principales motivos de visita a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Es notable destacar que, la provincia es altamente comercial ya que se encuentra en el centro de la sierra y la costa, por lo que, el principal motivo de visita es el comercio con el 31,4% lo que refleja la gran cantidad de movilidad y hospedaje, no obstante, el sector hotelero no solo se basa en el turismo, sino también en los visitantes relacionados con trabajo, negocios y actividades comerciales y culturales. Por lo tanto, al tener un enfoque multifuncional que integre conectividad, confort y servicios adicionales para comerciantes y ejecutivos, permitirá implementar espacios para salón de eventos para servicios corporativos y reuniones especiales.

4. **¿Qué tipo de alojamiento prefiere y cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por una noche de hospedaje?**

Tabla 4

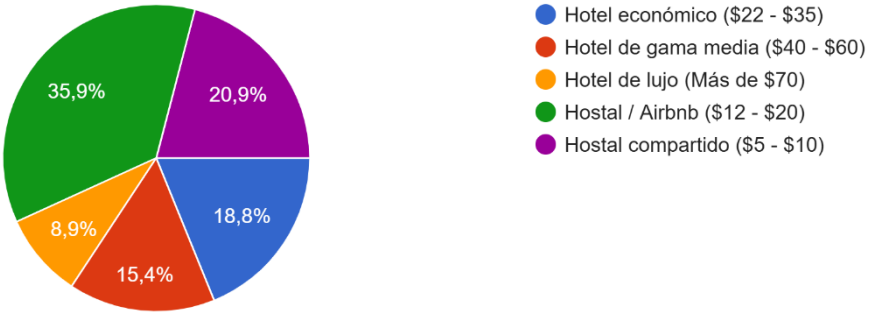
Tipos de alojamiento y precios que se pagarían por una noche de hospedaje

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Hotel económico ($22-$35)	72	18,8%
Hotel de gama media ($40-$60)	59	15,4%
Hotel de lujo (Más de $70)	34	8,9%
Hostal/Airbnb ($12-$20)	137	35,9%
Hostal compartido ($5-$10)	65	20,9%
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 6

Tipos de alojamiento y precios que se pagarían por una noche de hospedaje



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Las preferencias de hospedaje indican que los visitantes valoran el balance entre el costo y la calidad del servicio al elegir un Hostal/Airbnb, debido a que muestran una tendencia en alternativas accesibles y funcionales, de ahí que, este comportamiento posibilita la identificación de un mercado que es sensible al costo, pero que conserva expectativas vinculadas a la comodidad y a la atención especializada. A partir de estos resultados, se opta por tarifas competitivas y paquetes que se adapten a diferentes perfiles de clientes, asimismo, crear tácticas de diferenciación para estar a la vanguardia de la competencia y las plataformas en línea de alojamiento.

5. ¿Qué precio pagaría usted por los siguientes servicios adicionales del hotel?

Tabla 5.

Opciones de precios que se pagarían por los servicios adicionales del hotel

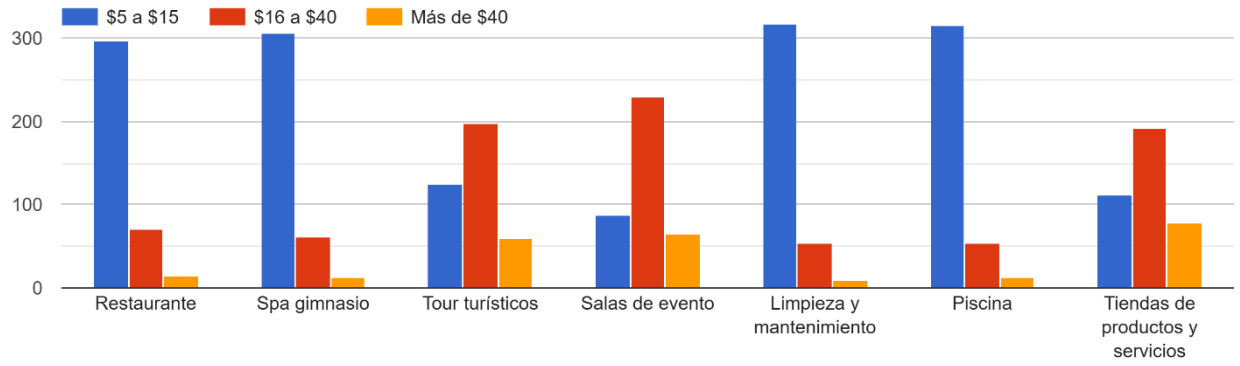
Alternativas	Precios ($5-$15)	Precios ($16-$40)	Precios (Más de $40)	Total
Restaurante	282	71	14	367
Spa gimnasio	292	62	13	367
Tours turísticos	110	198	59	367

Salas de evento	72	230	65	367
Limpieza y mantenimiento	302	55	10	367
Piscina	300	54	13	367
Tiendas de productos y servicios	97	192	78	367

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 7

Opciones de precios que se pagarían por los servicios adicionales del hotel



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Los datos señalan que los usuarios prefieren los servicios adicionales que tienen precios razonables, como aquellos relacionados con la comodidad y la funcionalidad durante su experiencia de alojamiento demostrando que los consumidores aprecian la incorporación de beneficios complementarios, siempre y cuando estos tengan un costo razonable y acorde a sus expectativas y preferencias. En consecuencia, es de gran importancia generar políticas de precios flexibles que permitan la percepción de calidad y accesibilidad de acuerdo a cada tipo de huésped.

6. ¿Qué aspectos valora más al elegir un hotel?

Tabla 6 .

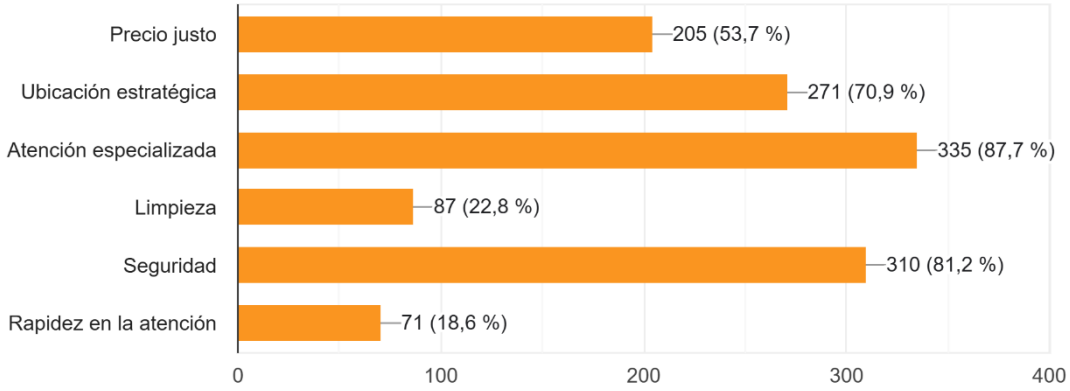
Aspectos que se valoran más al elegir un hotel

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Precio justo	205	53,7%
Ubicación estratégica	271	70,9%
Atención especializada	335	87,7%
Limpieza	72	22,8%
Seguridad	310	81,2%
Rapidez en la atención	71	18,6%
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 8

Aspectos que se valoran más al elegir un hotel



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

La atención especializada destaca como uno de los elementos más decisivos al seleccionar un hotel con el 87,7%, lo que demuestra que la experiencia del cliente es un componente esencial en términos de competitividad. Estos datos evidencian que los clientes no solo buscan hospedaje, sino también un servicio confiable, eficaz y personalizado durante su estadía. De este modo, en el negocio hotelero se aplicará una capacitación continua del personal, la aplicación de estándares de calidad en el servicio

y se brindará mayor enfoque en aspectos de mayor valor como la seguridad y la ubicación estratégica para aumentar la satisfacción del cliente.

7. **¿Qué tan dispuesto estaría a pagar un valor adicional por servicios personalizados (tours, transporte, experiencias)?**

Tabla 7

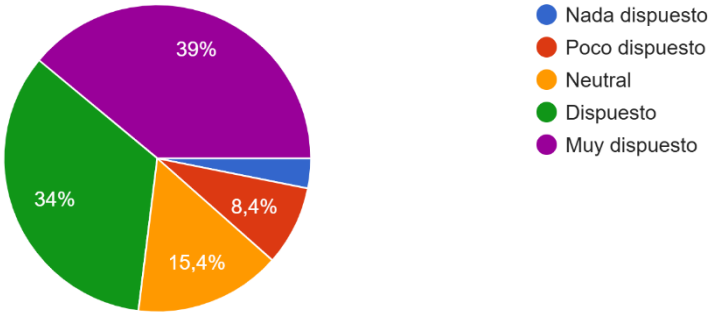
Disposición a pagar un valor adicional por servicios personalizados

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Nada dispuesto	12	3,1%
Poco dispuesto	17	8,4%
Neutral	59	15,4%
Dispuesto	130	34%
Muy dispuesto	149	39%
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 9

Disposición a pagar un valor adicional por servicios personalizados



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

La aceptación positiva de los servicios personalizados indica que el 39% y 34% de los visitantes poseen un gran interés en experiencias únicas que mejoran su estadía tradicional, lo cual favorece en gran medida la oportunidad de introducir servicios innovadores que eleven el valor percibido y optimicen la experiencia completa del cliente. En base a estos resultados, el negocio hotelero tiene la capacidad de crear

paquetes que incorporen actividades recreativas, tours turísticos y transporte para diferentes grupos de visitantes, permitiendo mejorar la diferenciación y la rentabilidad en comparación con los competidores locales.

8. ¿Qué factores influyen más en su decisión final al elegir un hotel?

Tabla 8

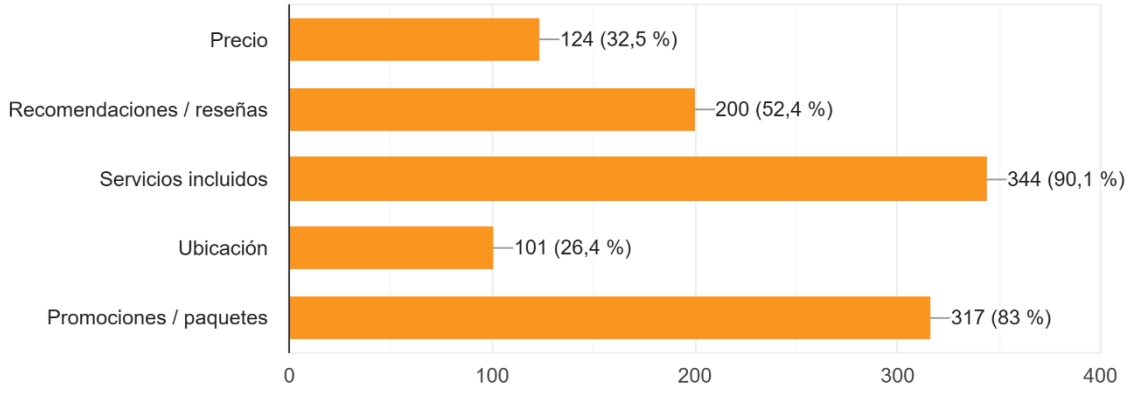
Factores que influyen en la decisión final al elegir un hotel

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Precio	109	32,5%
Recomendaciones/ reseñas	200	52,4%
Servicios incluidos	344	90,1%
Ubicación	101	26,4%
Promociones/ paquetes	317	83%
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 10

Factores que influyen en la decisión final al elegir un hotel



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Conforme a los resultados los visitantes valoran las ofertas integrales que mantengan servicios incluidos con el 90,1% de preferencia que mejoran la relación costo-

beneficio, la funcionalidad y la comodidad, como también las promociones y paquetes. Este comportamiento refleja que la elección de hospedaje se basa en gran parte en los beneficios complementarios que brinda el establecimiento, sin embargo, el 52,4% de personas perciben confianza al elegir un hotel de acuerdo a la información y las recomendaciones positivas que obtengan. Por tal motivo, se induce a diseñar ofertas atractivas que incluyan servicios adicionales sin elevar el precio final y elaborar estrategias promocionales que resalten las ventajas únicas del hotel de su competencia.

9. ¿Cuál de los siguientes hoteles visita con mayor frecuencia?

Tabla 9.

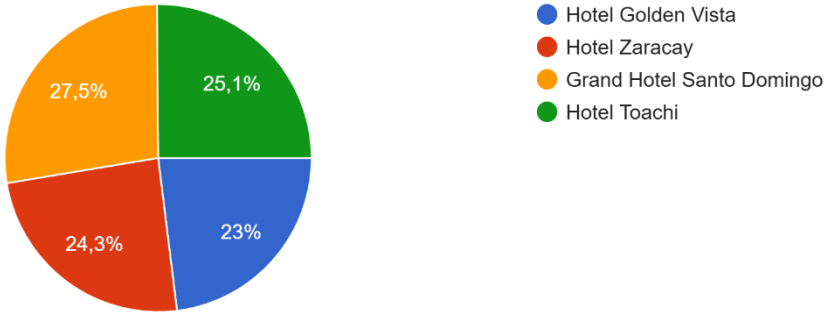
Frecuencia de visitas a hoteles competitivos de Santo Domingo de los Tsáchilas

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Hotel Golden Vista	73	23%
Hotel Zaracay	93	24,3%
Grand Hotel Santo Domingo	105	27,5%
Hotel Toachi	96	25,1%
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 11.

Frecuencia de visitas a hoteles competitivos de Santo Domingo de los Tsáchilas



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

La existencia de una competencia dinámica y variada en el mercado hotelero de Santo Domingo se evidencia debido a la distribución equilibrada de las preferencias entre los hoteles competidores, mostrando que los usuarios analizan continuamente distintas opciones, tomando en cuenta sus necesidades, experiencias y beneficios percibidos. De esta manera, se analizan las fortalezas de los hoteles ya existentes para detectar oportunidades de diferenciación y posicionamiento. En este escenario, será crucial innovar en los servicios personalizados, la atención y la infraestructura para atraer participación de mercado, así como alianzas estratégicas empresariales.

10. ¿Qué tan interesado estaría en utilizar el servicio de un nuevo hotel que cumpla con sus expectativas?

Tabla 10 .

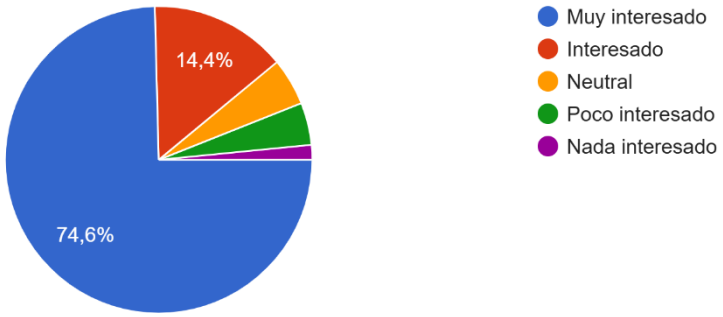
Nivel de interés en la utilización de un nuevo establecimiento hotelero

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Muy interesado	285	74,6%
Interesado	55	14,4%
Neutral	19	5%
Poco interesado	8	4,5%
Nada interesado	0	1,6%
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 12

Nivel de interés en la utilización de un nuevo establecimiento hotelero



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Los resultados revelan una alta demanda de un nuevo establecimiento hotelero con el 74,6% de aceptación indicando que el mercado está abierto a las propuestas innovadoras que cumplen con las expectativas actuales de los visitantes. En efecto, existe una demanda potencial que desea explorar nuevos establecimientos de alojamiento con una experiencia y condiciones de servicio satisfactorios, por consiguiente, el negocio hotelero obtiene una fundamentación sólida para su desarrollo y ejecución competitiva en la ciudad. Por lo tanto, para asegurar su aceptación en el mercado, será crucial centrarse en la diferenciación, la calidad y la generación de confianza de los clientes.

11. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre los servicios del hotel?

Tabla 11

Medios de preferencia para la recepción de información de los servicios hoteleros

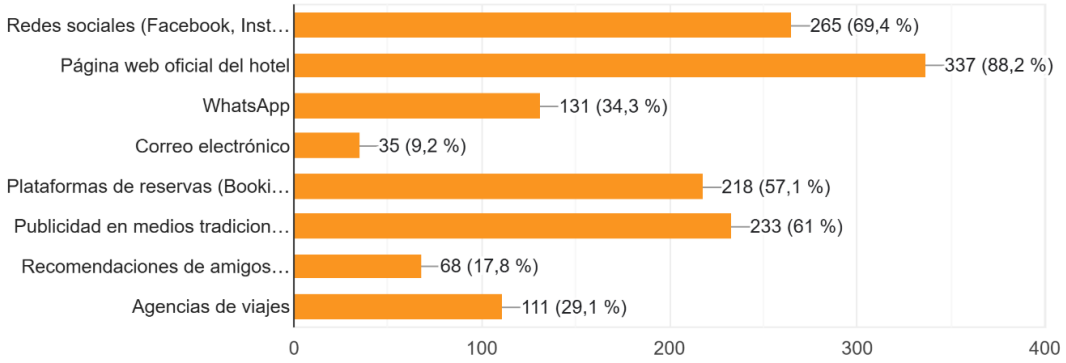
Alternativas	Frecuencias	Porcentaje %
Redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok)	265	69,4%
Página web oficial del hotel	337	88,2%
WhatsApp	131	34,3%

Correo electrónico	20	9,2%
Plataforma de reservas (Booking, Airbnb,	218	57,1%
Expedia)	233	61%
Publicidad en medios tradicionales (radio, TV,	68	17,8%
prensa)	111	29,1%
Recomendaciones de amigos o familiares		
Agencias de viaje		
Total	367	100%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Figura 13

Medios de preferencia para la recepción de información de los servicios hoteleros



Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Las personas prefieren las plataformas digitales oficiales como medios rápidos, accesibles y confiables para obtener información sobre servicios hoteleros, siendo así que, se requiere una necesidad de sostener una presencia digital fuerte que permita la comunicación constante y directa con los posibles clientes. Por lo tanto, el proyecto del negocio hotelero implementara un marketing digital a través de una página web oficial, que responda las necesidades de los consumidores y la presencia activa en las redes sociales, al igual que, la optimización de la experiencia del usuario incorporando sistemas de reservas en línea y plataformas de atención inmediata.

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 Tema

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO HOTELERO, EN LA PARROQUIA BOMBOLÍ, DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2026.

5.2 Justificación

La presente propuesta de estudio de factibilidad se deriva a la evidente demanda de nuevas opciones de alojamiento en la parroquia Bombolí, en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, dado que, a través de los resultados obtenidos dentro del marco de estudio de mercado se comprende esta necesidad latente. Por lo que, el 89% de los encuestados afirmó que les gustaría la creación de un nuevo hotel en esta zona estratégica, lo que demuestra la gran disposición de los turistas y visitantes a pagar un valor adicional para acceder a servicios adicionales y diferenciados que mejoren su estadía.

En la actualidad, los visitantes, buscan vivir experiencias integrales que fusionen descanso, seguridad y atención especializada en un solo espacio, por lo que, consideran que existen muy pocas opciones de hoteles que brinden estas expectativas de personalización y confort. De este modo no solo se atenderá una necesidad auténtica y constante en el mercado con la implementación del negocio hotelero en este sector que ofrezca un entorno moderno, eficaz y sostenible, sino que, se fomentará directamente la competitividad, el desarrollo económico y social del lugar, promoviendo el turismo y generando empleos directos e indirectos.

5.3 Objetivos

Objetivo general

Diseñar una propuesta de negocio hotelero en la parroquia Bombolí, de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, orientada en satisfacer la demanda insatisfecha de servicios de hospedaje mediante una oferta de calidad, segura y competitiva.

5.4 Estudio de mercado

Un estudio de mercado es un proceso de investigación que permite a las empresas comprender a fondo un sector específico, sus consumidores y la competencia. Se utiliza para analizar la viabilidad de un nuevo producto o servicio, identificar oportunidades de crecimiento y tomar decisiones estratégicas informadas. Para ello, se necesita de conclusiones precisas acerca del entorno en el que se quiere desenvolver y el resultado que tendría una entrada dentro del mismo las características del bien o servicio en el que han trabajado. Toda la información obtenida supondrá una previsión de la empresa, útil a la hora de plantear una inversión o la entrada hacia un nuevo mercado (Galán, 2024).

5.5 Definición del servicio

El proyecto consiste en crear un negocio hotelero cuyo objetivo es ofrecer servicios integrales de alojamiento, alimentación y atención personalizada. Está destinado a turistas tanto nacionales como extranjeros, así como a comerciantes, ejecutivos, empleados y visitantes que llegan a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas por razones laborales, comerciales, turísticas o familiares.

El establecimiento hotelero proporcionará cómodos, seguros y modernos servicios de hospedaje. Además, contará con un restaurante y otros servicios complementarios que atiendan las demandas actuales del mercado comercial y turístico.

La propuesta se enfoca en brindar una experiencia integral al cliente mediante:

- Habitaciones modernas y confortables.

- Servicio de restaurante.
- Atención personalizada.
- Seguridad permanente.
- Conectividad digital.
- Servicios adicionales personalizados.
- Reservaciones en línea.
- Espacios adecuados para descanso y reuniones.

El servicio hotelero estará diseñado bajo criterios de calidad, comodidad y accesibilidad económica, factores que actualmente son altamente valorados por los consumidores dentro del mercado hotelero local.

5.6 Presentación del servicio

El negocio hotelero estará ubicado estratégicamente en la parroquia Bombolí, específicamente en la Coop. Jorge Mahuad Sector 4, calle principal José Gabriel Navarro y calle Leandro Venegas, zona caracterizada por su conectividad vial, actividad comercial y facilidad de acceso para visitantes nacionales y extranjeros.

El establecimiento contará con una infraestructura moderna y funcional orientada a ofrecer comodidad y eficiencia en el servicio. Entre las principales áreas y servicios que conformarán el hotel se encuentran:

Servicios de hospedaje

- Habitaciones simples.
- Habitaciones dobles.
- Habitaciones familiares.
- Suites ejecutivas.

Servicios complementarios

- Restaurante.
- Servicio de internet.
- Área de estacionamiento.

- ❖ Reservaciones digitales.
- ❖ Servicio de limpieza.
- ❖ Atención personalizada las 24 horas.
- ❖ Transporte turístico.
- ❖ Salón de eventos y reuniones.
- ❖ Tours turísticos.

Asimismo, el hotel implementará herramientas tecnológicas que permitan optimizar la experiencia del usuario mediante plataformas digitales, sistemas de reservas y atención inmediata.

5.7 Análisis de la demanda

El presente estudio posibilita determinar las necesidades, preferencias y comportamientos de los posibles clientes en relación con los servicios hoteleros en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, por lo que, se tomaron en cuenta las preguntas de la encuesta que se vinculan directamente con la demanda del servicio.

De ahí que se ha considerado las preguntas 3 y 4 sobre el principal motivo de visita y los tipos de alojamiento y precios que se pagarían por una noche de hospedaje.

Tabla 12

Análisis de la demanda

# preguntas	Preguntas	Opciones	Porcentajes
Pregunta 3	¿Cuál es el principal motivo de su visita?	Comercio	31.4%
Pregunta 4	¿Qué tipo de alojamiento prefiere y cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por una noche de hospedaje?	Hostal/Airbnb ($12-$20)	35,9%
		Hostal compartido ($5-$10)	20,9%
	TOTAL		88.2
	Promedio		44%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Encuestas (2026)*

Los resultados indican que el valor promedio obtenido de las 2 preguntas es del 44%, indicando que la demanda es favorable y potencial para el proyecto de la implementación del negocio hotelero.

Demanda potencial

Tabla 13

Demanda potencial estimada

Universo por promedio de preguntas		
Población de estudio	**Promedio**	**Mercado meta**
382	44	168

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Con la finalidad de obtener el mercado meta de 168 personas, se analizaron las preguntas 3 y 4 de la encuesta que representan la demanda, en la cual, se sumaron cada uno de sus porcentajes para determinar uno solo de forma global siendo el 88,2% y al dividirlo para las dos preguntas se genera un total de 44% promedio.

Con estos resultados, se multiplica por los 382 demandantes, obteniendo un total de 168 personas que conforman el mercado objetivo, luego determinamos la frecuencia con la que realizan la visita a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, según los datos obtenidos de la pregunta 2.

Tabla 14

Población analizada

Visita	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Diario	41	11%
Semanal	100	27%
Mensual	226	62%
Total	**367**	**100%**

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Tabla 15

Mercado objetivo

Visita	**Porcentaje**	**Número**

Diario	11%	40
Semanal	27%	99
Mensual	62%	228
Total	**100%**	**367**

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

A continuación, se detalla el mercado objetivo con una participación anual.

Tabla 16.

Mercado objetivo con la participación anual

Visitas	Número	Variables	Valor anual
Diario	40	365	14600
Semanal	99	48	4752
Mensual	228	12	2736
Total			**22088**

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

5.8. Proyección de la demanda

La tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2022) es del 1,5%. A continuación, se presenta su respectivo cálculo:

Fórmula: DF = DA(1+i)^n

Donde: DF = Demanda futura, DA = Demanda actual (22088), i = 1,5% = 0,015

Tabla 17

Proyección de la demanda

Año	Demanda proyectada
2026	22.088
2027	22.419
2028	22.756
2029	23.097
2030	23.443
2031	23.795

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

La proyección de la demanda muestra que el mercado hotelero local tiene una tendencia en aumento y positiva del 1,5% anual, lo que indica que la demanda seguirá creciendo de manera continua, alcanzando el 23795 de clientes potenciales para el año 2031. Este comportamiento permite que el proyecto sea más viable, ya que posibilita anticipar un crecimiento sostenido del número de clientes potenciales y más oportunidades para posicionarse en el mercado.

5.9. Cálculo de la oferta

La oferta incluye los hoteles y establecimientos de alojamiento que actualmente están en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. Para el cálculo de la oferta anual se consideró la pregunta 9, de la encuesta realizada, en la cual se consideró el porcentaje más bajo de aceptación del 23%.

Tabla 18

Cálculo de la oferta

Concepto	Valor
Demanda anual	22.088
Porcentaje de oferta	23%
Subtotal oferta actual	5080

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

5.10. Proyección de la oferta

Tabla 19

Proyección de la oferta con la tasa anual 1,5%

Año	Oferta proyectada
2026	5080
2027	5.156
2028	5.234
2029	5.312
2030	5.392
2031	5.473

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

El análisis de la tabla muestra que la oferta hotelera va en aumento constante, conforme a cada año, siendo un factor clave para el crecimiento y comercialización del negocio.

5.11. Análisis de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta existente, permitiendo identificar oportunidades de mercado y sustentar la viabilidad comercial del proyecto.

Tabla 20.

Demanda insatisfecha proyectada

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2026	22.088	5080	17008
2027	22.419	5.156	17263
2028	22.756	5.234	17522
2029	23.097	5.312	17785
2030	23.443	5.392	18051
2031	23.795	5.473	18322

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Los resultados obtenidos evidencian la existencia de una demanda insatisfecha creciente dentro del mercado hotelero de Santo Domingo de los Tsáchilas, generando una diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada. De este modo, se inicia con una demanda insatisfecha del 17008 en el presente año 2026 y se aumentaría al 18322 en el 2031 estimando una variación del 1,50% cada año. Esta circunstancia evidencia que la oferta actual no alcanza a satisfacer del todo las expectativas y requerimientos de los visitantes, sobre todo en lo que respecta a atención personalizada, infraestructura moderna, servicios adicionales y plataformas digitales para reservación.

En este marco, el proyecto hotelero tiene una oportunidad positiva para entrar y establecerse en el mercado, ya que su propuesta se enfoca en satisfacer las necesidades insatisfechas a través de servicios novedosos, tecnología aplicada y una experiencia integral centrada en complacer a los clientes.

5.12. Análisis de precios

Tabla 21

Análisis de precios del tipo de hotel y los servicios complementarios que se ofrecerá

Alternativas	($12 entre $20)	Porcentaje %

Hostal/Airbnb	137	35,9%
Alternativas	**($5-$15)**	**Porcentaje %**
Restaurante	282	73,8%
Spa gimnasio	292	76,4%
Limpieza y mantenimiento	302	79%
Piscina	300	78,5%
Alternativas	**($16-$40)**	**Porcentaje %**
Tours turísticos	198	51,8%
Salas de evento	230	60,2%
Tiendas de productos y servicios	192	50,3%

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

5.13. Segmentación de mercado

El hotel estará dirigido a los siguientes segmentos de mercado:

Tabla 22.

Segmentación de mercado

Segmento	Características
Turistas nacionales	Personas que visitan Santo Domingo por recreación y descanso.
Turistas extranjeros	Visitantes internacionales interesados en turismo cultural y natural.
Ejecutivos y empresarios	Clientes corporativos que requieren hospedaje cómodo y conectividad.
Familias	Grupos familiares que demandan seguridad y espacios amplios.
Participantes de eventos	Personas que asisten a capacitaciones, reuniones y convenciones.

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Mercado meta: Estará integrado principalmente por ejecutivos, empresarios, comerciantes y turistas nacionales que visitan Santo Domingo de los Tsáchilas, debido a su demanda de hospedaje cómodo, seguro y con servicios personalizados.

5.14. Estrategias de marketing

Tabla 23.

Marketing mix 4P

Variable	Estrategia	Acción específica	Indicador de medición
Producto	Diferenciación de servicios integrales	Ofrecer hospedaje, restaurante, internet, piscina, spa, gimnasio, salas de eventos, transporte turístico, estacionamiento y tours turísticos para brindar una experiencia completa al cliente.	Alcanzar una satisfacción del cliente superior al 90% y una ocupación hotelera mínima del 70% durante el primer año.
Precio	Precios competitivos y flexibles	Establecer tarifas diferenciadas según temporada, tipo de habitación y paquetes promocionales que incluyan hospedaje y servicios complementarios.	Incrementar las reservas en un 15% durante temporadas de baja demanda y mantener una rentabilidad positiva.
Plaza	Accesibilidad y disponibilidad del servicio	Comercializar los servicios desde las instalaciones del hotel en la parroquia Bombolí y mediante canales digitales de reserva.	Lograr que el 60% de las reservas se realicen a través de medios digitales durante el primer año de operación.
Promoción	Marketing digital y publicidad turística	Difundir los servicios mediante redes sociales, página web, plataformas turísticas y campañas publicitarias segmentadas para atraer turistas y clientes corporativos.	Alcanzar un crecimiento mensual del 10% en seguidores y generar al menos 100 consultas mensuales por medios digitales.

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

5.15. Análisis de la comercialización

La comercialización del negocio hotelero estará orientada a posicionar el establecimiento dentro del mercado local y regional mediante estrategias comerciales modernas y competitivas. La investigación demuestra que los consumidores prefieren recibir información mediante plataformas digitales oficiales y redes sociales, siendo la página web del hotel y las redes sociales los medios de mayor aceptación. En consecuencia, se implementará un modelo de comercialización basado en herramientas tecnológicas, atención personalizada y promoción digital.

Canales de distribución

Los canales de distribución permitirán facilitar el acceso de los clientes a los servicios hoteleros.

Canales directos

- Atención presencial en recepción.
- Página web oficial.
- WhatsApp empresarial.
- Redes sociales.

Canales indirectos

- Plataformas de reservas hoteleras.
- Agencias de viajes.
- Convenios corporativos.
- Operadoras turísticas.

Plataformas digitales

- Booking.
- Airbnb.
- Expedia.

Estos canales permitirán ampliar la cobertura comercial y facilitar el proceso de reservación para clientes nacionales y extranjeros.

Estrategias de publicidad

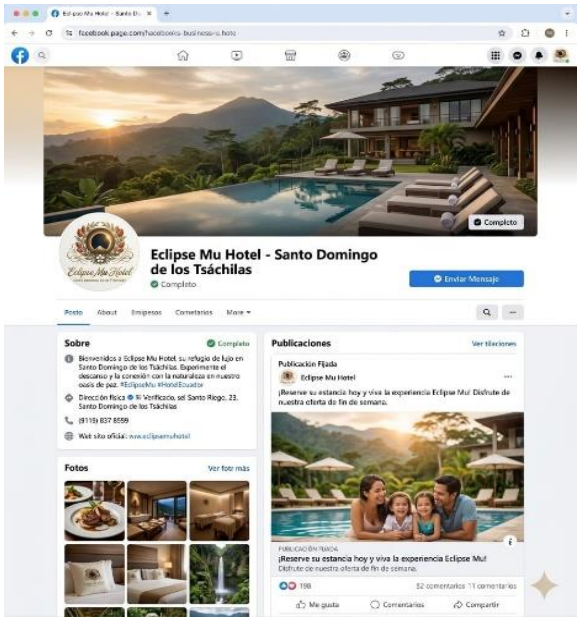
Las estrategias publicitarias estarán enfocadas en fortalecer el posicionamiento del hotel y captar clientes potenciales.

Marketing digital

Se utilizarán redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok para promocionar los servicios, promociones y experiencias del hotel.

Figura 14

Página de Facebook de Eclipse Mu Hotel



Nota: *Elaborado por Ingrid Cagua mediante la IA Gemini*

Figura 15

Página de Instagram de Eclipse Mu Hotel



Nota: *Elaborado por Ingrid Cagua mediante la IA Gemini*

Figura 16

Página de Tik Tok de Eclipse Mu Hotel



Nota: *Elaborado por Ingrid Cagua mediante la IA Gemini*

Página web corporativa

El hotel contará con una página web moderna que incluirá:

- Reservaciones en línea.
- Información de servicios.
- Galería fotográfica.
- Atención inmediata.

Figura 17

Página web de Eclipse Mu Hotel



Nota: *Elaborado por Ingrid Cagua mediante la IA Gemini*

Publicidad en plataformas turísticas

El establecimiento se promocionará mediante plataformas digitales de hospedaje y turismo.

Publicidad tradicional

- Radio local.
- Banners publicitarios.
- Vallas.

- Material impreso.

Estrategias promocionales

- Descuentos por temporadas.
- Promociones corporativas.
- Paquetes familiares.
- Programas de fidelización.

Marketing relacional

Se implementarán estrategias orientadas a generar satisfacción y fidelización del cliente mediante:

- Atención personalizada.
- Seguimiento post hospedaje.
- Programas de recomendación.

5.16. Estudio Técnico

5.16.1. Capacidad del servicio del hotel

El presente negocio hotelero tiene como prioridad cubrir las exigencias de hospedaje y servicios turísticos de visitantes locales, nacionales y extranjeros que arriban a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas con fines corporativos, turísticos, laborales o recreativos. Por lo tanto, el establecimiento se diseñará con base en criterios de calidad, funcionalidad y confort, en virtud de lo cual, contará con medios tecnológicos para mejorar la experiencia del cliente a través de sistemas digitales que permitan realizar reservas, recibir atención inmediata y mantener una conectividad constante.

Cabe mencionar que, el hotel constará de cuatro plantas y se pretende lograr alcanzar un nivel de tres estrellas por la extensión de sus servicios adicionales, su infraestructura moderna y su atención personalizada las 24 horas. La infraestructura va a posibilitar que se ofrezca accesibilidad, seguridad y comodidad a diversos sectores del mercado.

Tabla 24

Capacidad instalada del hotel (diaria, mensual y anual)

Tipo de habitación	Número de habitaciones	Capacidad por habitación	Capacidad diaria	Capacidad mensual (30 días)	Capacidad anual (360 días)
Habitaciones simples	10	1 persona	10 huéspedes	300 huéspedes	3.600 huéspedes
Habitaciones dobles	12	2 personas	24 huéspedes	720 huéspedes	8.640 huéspedes
Habitaciones familiares	6	4 personas	24 huéspedes	720 huéspedes	8.640 huéspedes
Suites ejecutivas	4	2 personas	8 huéspedes	240 huéspedes	2.880 huéspedes
Total	32 habitaciones	—	66 huéspedes	1.980 huéspedes	23.760 huéspedes

Elaborado por: *Ingrid Cagua*
Nota: *Proyección basada en ocupación máxima.*

El hotel tiene la capacidad de atender hasta 66 huéspedes por día en el caso de una ocupación máxima. En lo que respecta a la proyección, esta capacidad representa alrededor de 1.980 huéspedes en el mes y 23.760 huéspedes al año, tomando como base un promedio de 30 días al mes y 360 días al año operativos. Para la realización del análisis financiero, esta estimación es esencial, pues representa el fundamento para proyectar ingresos, examinar la rentabilidad y valorar la viabilidad económica de un negocio hotelero en la parroquia Bombolí.

5.16.2. Descripción técnica de los servicios

Tabla Servicios de hospedaje

Tabla 25.

Servicios de hospedaje

Servicio	Descripción técnica
Habitaciones simples	Equipadas con cama individual, televisión LED, aire acondicionado, baño privado, escritorio de trabajo, conexión a internet y sistema digital de reservación.
Habitaciones dobles	Habitaciones con dos camas o cama matrimonial, mobiliario completo, climatización y servicios tecnológicos integrados.
Habitaciones familiares	Espacios amplios para grupos familiares, con varias camas, área de descanso y mayor capacidad de alojamiento.
Suites ejecutivas	Habitaciones premium dirigidas al segmento corporativo y ejecutivo, con sala privada, minibar y mobiliario de alta gama.

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Tabla 26 .

Servicios complementarios

Servicio complementario	Características técnicas
Restaurante	Área equipada con cocina industrial, capacidad para 60 personas y menú gastronómico regional y nacional.
Spa gimnasio	Zona con caminadoras, pesas, bicicletas elípticas y área de masajes

Piscina	Alberca con sistema de agua climatizada y un área de hamacas y tumbonas para tomar el sol.
Servicio de limpieza y mantenimiento	Personal especializado y cronograma permanente de mantenimiento e higiene.
Salón de eventos	Espacio acondicionado para reuniones empresariales y eventos sociales con equipos audiovisuales.
Tours turísticos	Paquetes turísticos coordinados con operadores locales y servicio de movilización para traslados turísticos.
Tiendas de productos y servicios	Stands y tiendas físicas que ofrecerán diferentes productos o servicios que requieran los clientes y huéspedes durante su estancia.

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

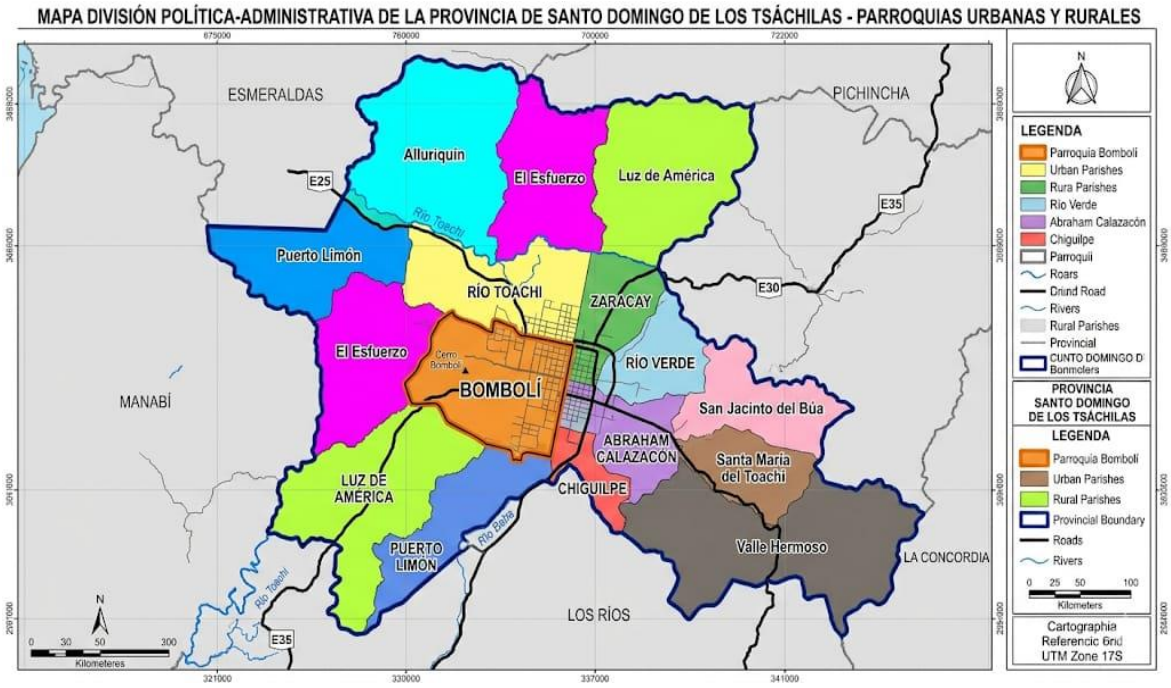
Localización

El negocio hotelero estará situado en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cantón Santo Domingo, parroquia Bombolí, precisamente en la Coop. Jorge Mahuad Sector 4 en el barrio “Los Girasoles”. La elección de esta ubicación es una zona estratégica debido a la cercanía de las vías principales de conectividad a la ciudad, a los comercios, al terminal terrestre facilitando el acceso de múltiples personas locales, nacionales como extranjeros que transitan a esta provincia.

5.16.3. Macro localización

Figura 18

Mapa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y ubicación estratégica de la parroquia Bombolí



Nota: *Google Maps (2026)*

Micro Localización

Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas

Cantón: Santo Domingo

Parroquia y sector: Bombolí, Coop. Jorge Mahuad Sector 4. Barrio “Los Girasoles”

Calle principal: José Gabriel Navarro

Calle secundaria: Abraham Calazacón

Figura 19

Localización exacta del hotel



Nota: *Google Maps. (2026)*

5.16.4. Ingeniería del hotel

La ingeniería del proyecto incluye el diseño de infraestructura, el sistema operativo, la funcionalidad y la parte física del hotel, asegurando que los servicios se presten de manera eficiente y que los visitantes estén cómodos.

El edificio tendrá cuatro plantas, que estarán distribuidos de manera estratégica:

Tabla 27

Distribución general del hotel

Planta	**Áreas funcionales**
Primera planta	Recepción, lobby, restaurante, cocina, mini bar, tiendas de productos y servicios, oficinas administrativas, baños sociales y estacionamiento.
Segunda planta	Habitaciones simples y dobles.
Tercera planta	Habitaciones familiares y suites ejecutivas.
Cuarta planta	Salón de eventos, área recreativa, piscina, spa gimnasio, sistema de control y seguridad, lavandería y bodegas.

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Capacidad instalada: El hotel contará con capacidad para atender aproximadamente a 66 huéspedes, ofreciendo habitaciones simples, dobles, familiares y suites ejecutivas. Además, dispondrá de un restaurante, un salón de eventos y espacios complementarios para brindar un servicio cómodo y de calidad.

Figura 20

Ingeniería del negocio hotelero



Nota: *Elaborado por Ingrid Cagua mediante la IA Gemini*

5.16.5. Descripción del proceso del servicio

El proceso operativo del hotel comienza con la reserva efectuada por el huésped y termina al momento en que su estadía finaliza del establecimiento y ofrece su opinión sobre el servicio. Con la finalidad de asegurar la satisfacción del cliente, el control administrativo y la eficiencia operativa, cada fase está siendo creada de manera técnica por medio de procedimientos estandarizados y soporte tecnológico.

Reservación: El procedimiento comienza cuando el cliente solicita la disponibilidad de alojamiento por medio de la plataforma digital, llamadas telefónica o presencialmente en persona. El sistema de reservas posibilita la consulta en tiempo real de tarifas, promociones, habitaciones disponibles y servicios adicionales. Después de que la reserva ha sido confirmada, el sistema crea automáticamente un registro con información sobre el huésped, las fechas de entrada y la salida, el método de pago y el tipo de habitación que prefiere. Por tal motivo este proceso ayuda a planificar las actividades turísticas, las operaciones y evitar la sobreocupación.

Registro: El huésped ingresa al hotel y el equipo de recepción lleva a cabo el check-in confirmando documentos personales, validando la reserva y registrándola en el sistema del establecimiento. Luego se le asigna la habitación que le corresponde y se le da la llave o tarjeta electrónica para acceder. En esta fase, también se le comunica al cliente acerca de los horarios, las reglas internas y los servicios que el establecimiento ofrece.

Hospedaje: Se caracteriza por la estancia del huésped dentro del hotel, en esta etapa se llevan a cabo tareas operativas vinculadas con el hospedaje, la limpieza, el mantenimiento y la atención personalizada. Mientras la recepción está constantemente en contacto para satisfacer necesidades, solicitudes especiales o asistencia inmediata, el personal de limpieza se encarga de preparar las habitaciones diariamente. El objetivo técnico de esta fase es asegurar la calidad, la seguridad y el confort del servicio.

Consumo de servicios: El huésped tiene acceso a servicios adicionales durante su estancia, incluyendo Wi-Fi, restaurante, transporte turístico, salón de eventos, espacios recreativos y tours turísticos. Para conservar el control financiero y operativo, cada consumo se registra de forma automática en el sistema administrativo del hotel. Esta fase posibilita que se aumente la satisfacción del cliente y que el establecimiento obtenga ingresos extras.

Facturación: Una vez que la estadía termina, el sistema organiza de forma automática todos los gastos efectuados por el visitante, incluyendo no solo el alojamiento sino también por los servicios utilizados. Alineándose con las regulaciones fiscales actuales,

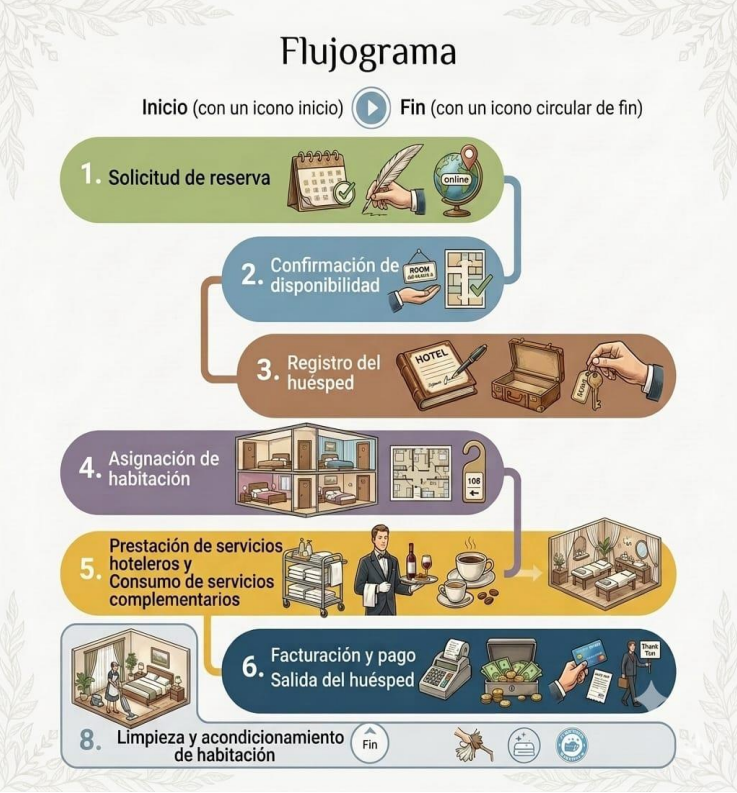
el departamento administrativo genera la factura correspondiente y gestiona el pago a través de tarjeta de crédito, efectivo, transferencia bancaria o plataformas digitales. Este proceso asegura control contable y transparencia en el área financiera.

Check out: El proceso de salida incluye que el huésped entregue la habitación formalmente y que los empleados operativos comprueben el estado de las instalaciones. Después, se cierra la cuenta administrativamente y se pide que los usuarios que brinden comentarios sobre la calidad del servicio a través de encuestas en línea o el balcón de servicios. Por último, la habitación es pasada a la sección de limpieza y mantenimiento para ser reacondicionada y estar disponible para nuevos clientes.

Flujograma

Figura 21

Flujograma de procesos



Nota: *Elaborado por Ingrid Cagua mediante la IA Gemini*

5.16.6. Requerimiento de maquinarias y equipos

Tabla 28.

Inversión en activos fijos del hotel

Concepto	Detalle	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Equipamiento de habitaciones	Camas matrimoniales	32	1.250	40.000
	Televisores Smart TV	32	500	16.000
	Aires acondicionados	32	500	16.000
	Minibares	16	500	8.000
Subtotal equipamiento habitaciones				**80.000**
Equipamiento restaurante	Mesas	15	800	12.000
	Sillas	60	150	9.000
	Cocina industrial	1	8.000	8.000
	Refrigeradores comerciales	2	3.000	6.000
Subtotal equipamiento restaurante				**35.000**
Equipos informáticos	Computadoras administrativas	6	1.200	7.200
	Impresoras multifunción	2	800	1.600
	Sistema de gestión hotelera	1	2.000	2.000

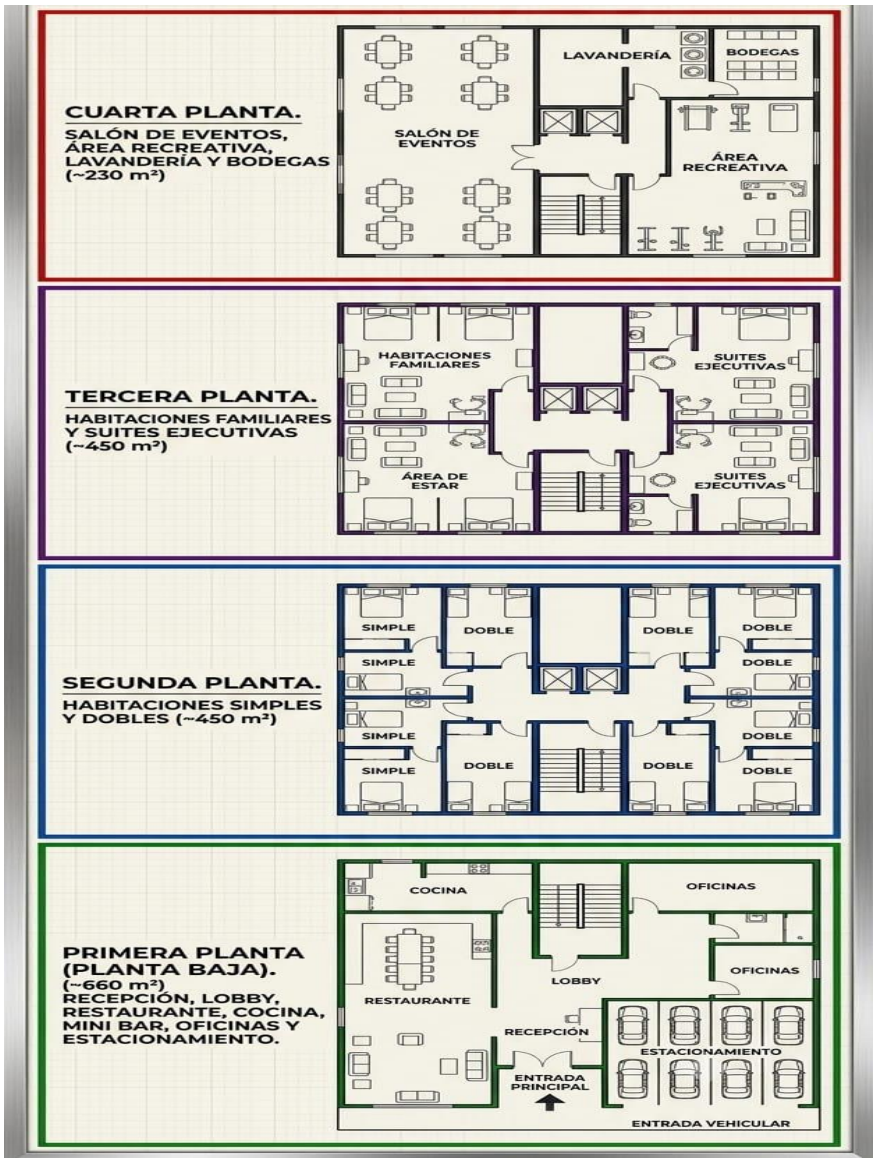
	Equipos de red y comunicación	1	1.200	1.200
Subtotal equipos informáticos				**12.000**
Equipos de lavandería	Lavadoras industriales	2	5.000	10.000
	Secadoras industriales	2	3.500	7.000
	Planchadora industrial	1	1.000	1.000
Subtotal lavandería				**18.000**
Sistema de seguridad	Cámaras de vigilancia	20	250	5.000
	Sistema de alarmas	1	2.000	2.000
	Control de acceso electrónico	1	3.000	3.000
Subtotal seguridad				**10.000**
Piscina y área recreativa	Construcción y equipamiento	1	20.000	20.000
	Mobiliario recreativo	20	250	5.000
	Sombrillas y accesorios	10	500	5.000
Subtotal piscina				**30.000**
TOTAL, INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS				**185.000 USD**

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

5.16.7. Distribución de la planta y el espacio físico

Figura 22

Distribución de la planta



Nota: *Elaborado por Ingrid Cagua mediante la IA Gemini*

El análisis técnico evidencia que el proyecto hotelero es operativamente viable, ya que cuenta con los requerimientos necesarios de infraestructura, equipamiento y servicios para su funcionamiento. Además, la distribución propuesta permitirá optimizar los recursos y brindar una experiencia satisfactoria a los huéspedes.

6. Estudio administrativo

6.1. Presentación del negocio

El negocio hotelero Eclipse Mu Hotel es un espacio proyectado para brindar servicios de alojamiento, hospedaje y experiencias turísticas de alta calidad en la parroquia Bombolí, ubicada en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. De ahí que, su propuesta de valor radica en generar confort, innovación, seguridad y experiencias turísticas exclusivas, dirigidas a comerciantes, ejecutivos y turistas nacionales e internacionales un espacio moderno que promueve la identidad local. El hotel contará con infraestructura funcional, servicios adicionales y atención personalizada, orientados a satisfacer las necesidades de los visitantes y a contribuir al desarrollo económico, social y turístico de la región. Además, se pretende posicionarse como una alternativa diferenciada dentro del sector hotelero mediante la integración de elementos culturales y sostenibles en su gestión empresarial.

6.2.Nombre o razón social

Eclipse Mu Hotel

El nombre del negocio hotelero nace a partir de la composición de dos palabras significativas que representan la dinámica y la identidad cultural del hotel, el término "Eclipse" simboliza una experiencia única, inolvidable y extraordinaria, despertando sensaciones de admiración, elegancia, exclusividad e innovación, características que el establecimiento pretende transmitir a sus huéspedes durante su estadía. Mientras que, la palabra "Mu" significa achiote en el idioma tsáfiqui, elemento emblemático de la cultura Tsáchila, utilizado tradicionalmente como símbolo de identidad, espiritualidad y conexión con la naturaleza**.**

La incorporación de estos términos constituye un homenaje a las raíces culturales de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, fortaleciendo el sentido de pertenencia territorial y diferenciando al hotel dentro del mercado turístico. De esta manera, la denominación Eclipse Mu Hotel representa la convergencia entre modernidad,

exclusividad y patrimonio cultural, proyectando una imagen corporativa sólida y auténtica que contribuye al posicionamiento estratégico de la empresa.

Base filosófica

Eclipse Mu Hotel se orienta en ofrecer hospedaje de alta calidad, al tiempo que fomenta el respeto por la cultura Tsáchila, la protección del medioambiente y el desarrollo turístico responsable, por lo que, su administración se basa en los principios de innovación, excelencia, compromiso social y satisfacción del cliente, a través de la creación de experiencias significativas que mejoren la competitividad empresarial y el desarrollo económico de la zona.

Misión

Brindar servicios de hospedaje de calidad, ofreciendo comodidad, seguridad, atención personalizada tanto a huéspedes nacionales como extranjeros, mediante un equipo comprometido, infraestructura moderna y prácticas sostenibles que generen experiencias memorables.

Visión

Eclipse Mu planea en el año 2031, será un hotel referente en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, reconocido por la excelencia en el servicio, la innovación, la sostenibilidad y alcanzando altos niveles de competitividad a través de la preferencia de turistas nacionales y extranjeros.

Valores corporativos

- **Excelencia en el servicio:** Orientamos nuestras actividades hacia la satisfacción integral del huésped, garantizando calidad, eficiencia y atención personalizada en cada servicio prestado.
- **Respeto cultural:** Promovemos y valoramos las tradiciones, costumbres y conocimientos ancestrales de la nacionalidad Tsáchila, fortaleciendo la identidad cultural de la región.

- **Responsabilidad:** Actuamos con ética, transparencia y compromiso en cada una de las decisiones empresariales, cumpliendo con nuestras obligaciones hacia clientes, colaboradores y sociedad.
- **Innovación:** Fomentamos la mejora continua de los procesos, servicios e infraestructura para adaptarnos a las nuevas tendencias y necesidades del sector hotelero.
- **Trabajo en equipo**: Impulsamos la colaboración, comunicación y participación activa del talento humano para alcanzar los objetivos organizacionales de manera eficiente.
- **Sostenibilidad:** Desarrollamos nuestras operaciones bajo criterios de responsabilidad ambiental y social, contribuyendo a la conservación de los recursos naturales y al bienestar comunitario.
- **Hospitalidad:** Ofrecemos un ambiente cálido, amable y acogedor que permita a los huéspedes sentirse valorados, seguros y plenamente satisfechos durante su estancia.
- **Integridad:** Mantenemos una conducta basada en la honestidad, confianza y coherencia entre nuestros principios y acciones empresariales.

Imagen corporativa



La imagen corporativa de Eclipse Mu Hotel refleja una identidad elegante, exclusiva y profundamente vinculada con la cultura de Santo Domingo de los Tsáchilas. El logotipo integra un eclipse solar como elemento central,

representando una experiencia única e inolvidable para el huésped, mientras que las ramas y frutos de achiote simbolizan la riqueza cultural de la nacionalidad Tsáchila. La montaña ubicada en el centro transmite estabilidad, seguridad y conexión con la naturaleza, atributos que fortalecen el posicionamiento del hotel como un espacio de descanso, confort y autenticidad.

Colores Corporativos

Dorado: Representa elegancia, prestigio, calidad y excelencia en el servicio hotelero.

Negro y tonos oscuros: Simbolizan exclusividad, sofisticación, liderazgo y distinción dentro del sector turístico.

Naranja rojizo (achiote): Evoca la identidad cultural Tsáchila, la energía, hospitalidad y calidez que caracterizan la atención al cliente.

Blanco: Refleja pureza, armonía, tranquilidad y limpieza, valores esenciales en la prestación de servicios de hospedaje.

Marca

Eclipse Mu Hotel nace de la unión entre la exclusividad de una experiencia única, simbolizada por el eclipse, y la riqueza ancestral de la cultura Tsáchila, representada por el término "Mu", que hace referencia al achiote en idioma tsáfiqui. Esta combinación crea una identidad diferenciada que proyecta lujo, autenticidad cultural y hospitalidad, posicionando al hotel como un referente turístico que ofrece mucho más que alojamiento: una experiencia memorable conectada con la esencia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Eslogan: "Donde la cultura ilumina tu descanso"

Este eslogan expresa la propuesta de valor de Eclipse Mu Hotel al combinar dos elementos fundamentales de su identidad. Por un lado, la palabra "cultura" resalta el compromiso del hotel con la promoción y preservación de la herencia Tsáchila, mientras que "ilumina tu descanso" transmite la idea de una experiencia de

hospedaje placentera, acogedora y memorable. La frase busca permanecer en la mente de los visitantes al asociar el descanso y confort con una experiencia auténtica y enriquecida por la cultura local, convirtiendo cada estancia en un recuerdo especial.

6.3.Organigrama estructural

Figura 23

Organigrama estructural



Elaborado por: *Ingrid Cagua*

La estructura organizacional propuesta para el Hotel Eclipse Mu, se fundamenta en un modelo jerárquico funcional que facilita la coordinación, supervisión y control de las actividades operativas y administrativas. De modo que, la distribución permite una adecuada división del trabajo, optimizando los recursos humanos y garantizando una atención eficiente a los huéspedes. Asimismo, la organización establece líneas claras de autoridad y responsabilidad, favoreciendo la

comunicación interna y la toma de decisiones para cumplir con los objetivos estratégicos y asegurar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

6.4.Organigrama funcional

Gerente General

- Dirigir y supervisar todas las actividades del hotel.
- Establecer objetivos, políticas y estrategias organizacionales.
- Tomar decisiones financieras, operativas y comerciales.
- Evaluar el desempeño general de las áreas del hotel.
- Representar legalmente al establecimiento ante organismos públicos y privados.
- Aprobar presupuestos, inversiones y planes de mejora.
- Garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad y servicio.

Administrador y Finanzas

- Gestionar los recursos financieros y administrativos del hotel.
- Elaborar presupuestos y controlar gastos e ingresos.
- Realizar pagos a proveedores y control de cuentas.
- Gestionar procesos de contratación y documentación del personal.
- Elaborar informes financieros para la gerencia.
- Supervisar el cumplimiento de obligaciones tributarias y legales.
- Coordinar actividades administrativas con las demás áreas.

Recepcionista

- Atender y recibir a los huéspedes durante el check-in y check-out.
- Gestionar reservas, cancelaciones y modificaciones de alojamiento.
- Brindar información sobre servicios, tarifas y normas del hotel.
- Atender consultas, solicitudes y reclamos de los clientes.
- Coordinar la asignación de habitaciones.
- Mantener actualizados los registros de huéspedes.

- ❖ Gestionar cobros y emisión de facturas.

Ama de llaves

- ❖ Mantener limpias y ordenadas las habitaciones y áreas comunes.
- ❖ Supervisar el estado de las habitaciones antes de la llegada de huéspedes.
- ❖ Controlar el inventario de ropa de cama, toallas y suministros.
- ❖ Reportar daños o necesidades de mantenimiento.
- ❖ Garantizar el cumplimiento de estándares de higiene y presentación.
- ❖ Coordinar la reposición de amenidades y materiales de limpieza.
- ❖ Verificar el adecuado acondicionamiento de las habitaciones.

Cocinero

- ❖ Planificar y preparar alimentos del restaurante.
- ❖ Elaborar menús y controlar la calidad de los platos.
- ❖ Preparar bebidas básicas y apoyar la operación del bar.
- ❖ Supervisar el almacenamiento y conservación de alimentos.
- ❖ Mantener la higiene y seguridad alimentaria en cocina y bar.
- ❖ Controlar inventarios de insumos y materias primas.
- ❖ Coordinar con el mesero la entrega oportuna de pedidos.
- ❖ Verificar el cumplimiento de normas sanitarias.

Mesero

- ❖ Atender a los clientes del restaurante y bar.
- ❖ Tomar pedidos de alimentos y bebidas.
- ❖ Servir platos y bebidas de manera eficiente y cordial.
- ❖ Mantener limpias y organizadas las mesas y áreas de servicio.
- ❖ Gestionar cobros y cierre de cuentas cuando corresponda.
- ❖ Informar promociones y recomendaciones del menú.
- ❖ Apoyar en el montaje y desmontaje de eventos o reuniones.
- ❖ Coordinar con cocina para garantizar una atención rápida y de calidad.

Director de operaciones logísticas

- Coordinar y supervisar las operaciones diarias del hotel.
- Gestionar el abastecimiento de materiales, insumos y equipos.
- Planificar la distribución eficiente de recursos operativos.
- Supervisar el cumplimiento de procedimientos internos.
- Coordinar actividades entre las diferentes áreas del hotel.
- Optimizar procesos para mejorar la productividad y calidad del servicio.
- Controlar el uso adecuado de equipos e instalaciones.
- Elaborar reportes operativos para la gerencia.

Jefe de seguridad y mantenimiento

- Garantizar la seguridad de huéspedes, colaboradores e instalaciones.
- Supervisar sistemas de vigilancia y control de accesos.
- Realizar inspecciones periódicas de infraestructura y equipos.
- Ejecutar programas de mantenimiento preventivo y correctivo.
- Atender emergencias y contingencias operativas.
- Verificar el funcionamiento de sistemas eléctricos, hidráulicos y tecnológicos.
- Coordinar reparaciones y trabajos técnicos necesarios.
- Velar por el cumplimiento de normas de seguridad y salud ocupacional.

El estudio administrativo demuestra que, Eclipse Mu Hotel contará con una estructura organizacional definida, sustentada en una base filosófica de misión, visión, valores corporativos y funciones claramente establecidas. Por consiguiente, permitirá una gestión eficiente de las actividades operativas y administrativas, favoreciendo el cumplimiento de los objetivos y la calidad del servicio.

7. Estudio Financiero

El estudio financiero tiene como finalidad determinar la viabilidad económica del proyecto de implementación del Hotel Eclipse Mu en la parroquia Bombolí, ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. Para ello se analiza la inversión inicial requerida, los costos operativos, los ingresos proyectados, el financiamiento, los flujos de efectivo y los principales indicadores financieros que permiten evaluar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto.

La proyección financiera se realiza para un horizonte de cinco años considerando una tasa de descuento del 12%, una ocupación promedio inicial del 70% sustentada en los resultados del estudio de mercado y un crecimiento anual de los ingresos del 5%.

Tabla 29

Costos del Proyecto (Hotel Eclipse Mu)

Concepto	**Referencia**	**Parcial (USD)**	**Valor Total (USD)**
Costos de Operación (Directos)			
Suministros hoteleros (Habitaciones)	Anexo / Tabla 33	18.000,00	
Insumos de restaurante	Anexo / Tabla 33	45.000,00	
Mantenimiento de equipos e instalaciones	Anexo / Tabla 32	15.000,00	
Subtotal Costos Directos			78.000,00
Costos Indirectos (Administrativos)			
Sueldos y beneficios del personal	Anexo / Tabla 32	193.596,00	
Servicios básicos (Agua, luz)	Anexo / Tabla 32	24.000,00	
Internet y telecomunicaciones	Anexo / Tabla 32	3.600,00	

Seguros del hotel	Anexo / Tabla 32	5.000,00	
Depreciación de activos fijos	Anexo / Tabla 29	62.200,00	
Amortización de activos intangibles	Anexo / Tabla 30	1.000,00	
Otros gastos operativos	Anexo / Tabla 32	8.000,00	
Subtotal Costos Indirectos			297.396,00
Costos de Venta (Comercialización)			
Publicidad y promoción turística	Anexo / Tabla 32	12.000,00	
Subtotal Costos de Venta			12.000,00
TOTAL, COSTOS ANUALES			387.396,00

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

La estructura de costos anuales de Eclipse Mu Hotel consolida un presupuesto de 387.396,00 USD para su primer año, el cual se encuentra fuertemente centralizado en los costos indirectos (76,77% / $297.396,00) debido, a que representan los sueldos del personal operativo y administrativo ($193.596,00) junto a la depreciación de activos fijos ($62.200,00); seguidos por los costos directos (20,13% / $78.000,00) destinados al abastecimiento de insumos para el restaurante, suministros de habitaciones y mantenimiento técnico. Finalmente, se obtiene un 3,10% ($12.000,00) asignado a costos de venta para la promoción turística del establecimiento, configurando un modelo financiero típico del sector hotelero donde mantener una ocupación alta es clave para absorber eficientemente estos costos operativos y asegurar la rentabilidad.

7.2.Estructura de Financiamiento

Para la ejecución del proyecto se plantea una combinación de recursos propios y financiamiento externo.

Estructura del Capital

- Aporte Propio (40%): 490.000,00 USD
- Aporte Externo / Préstamo (60%): 735.000,00 USD
- Inversión Total: 1.225.000,00 USD

Tabla 30

Tabla de Amortización de la Deuda (Cuota Fija)

Año	Saldo Inicial (USD)	Cuota Anual (USD)	Interés (10.5%) (USD)	Amortización (USD)	Saldo Final (USD)
1	735.000,00	196.223,38	77.175,00	119.048,38	615.951,62
2	615.951,62	196.223,38	64.674,92	131.548,46	484.403,16
3	484.403,16	196.223,38	50.862,33	145.361,05	339.042,11
4	339.042,11	196.223,38	35.599,42	160.623,96	178.418,15
5	178.418,15	196.223,38	18.733,91	177.489,47	0,00

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Fórmula aplicada:

Para la cuota fija se utilizó la fórmula financiera $C = \frac{P \cdot i}{1-(1+i)^{-n}}$,

Donde: $P = 735.000$, $i = 0.105$ y $n = 5$.

7.3.Depreciación anual de activos fijos

Tabla 31

Depreciación Anual de Activos Fijos y Valor Residual (Línea Recta)

RUBROS	VIDA ÚTIL	VALOR INICIAL (USD)	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	1 (USD)	2 (USD)	3 (USD)	4 (USD)	5 (USD)	Valor Residual (USD)
Construcción del hotel	20	850.000,00	0,05 (5%)	42.500	42.500	42.500	42.500	42.500	637.500,00
Equipamiento habitaciones	10	80.000,00	0,10 (10%)	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	40.000,00
Equipamiento restaurante	10	35.000,00	0,10 (10%)	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	17.500,00
Equipos informáticos	5	12.000,00	0,20 (20%)	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	0,00
Equipos de lavandería	10	18.000,00	0,10 (10%)	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	9.000,00
Sistema de seguridad	10	10.000,00	0,10 (10%)	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000,00
Piscina y área recreativa	20	30.000,00	0,05 (5%)	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	22.500,00
Mobiliario administrativo	10	15.000,00	0,10 (10%)	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	7.500,00
TOTAL		**1.170.000,00**		**62.200**	**62.200**	**62.200**	**62.200**	**62.200**	**741.500,00**

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Tabla 32

Amortización de Activos Intangibles (Línea Recta)

CONCEPTOS	VIDA ÚTIL	VALOR INICIAL (USD)	1 (USD)	2 (USD)	3 (USD)	4 (USD)	5 (USD)	Valor Residual (USD)
Permisos y constitución legal	5 años	5.000,00	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0,00
TOTAL		5.000,00	1.000					

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

7.4.Estructura de costos

Tabla 33

Estructura de Costos del Proyecto (Eclipse Mu Hotel)

Concepto	Costo fijo	Costo variable	Valor (USD)
COSTOS DE SERVICIOS			125.200,00
Costos directos			
Suministros hoteleros (Habitaciones)		18.000,00	
Insumos de restaurante / Alimentos		45.000,00	
Costos indirectos			
Depreciación de activos fijos	62.200,00		
Amortización de intangibles	1.000,00		
Active / Mantenimiento de instalaciones	1.000,00		
COSTOS ADMINISTRATIVOS			230.196,00
Sueldos y beneficios del personal	193.596,00		
Servicios básicos (Agua y luz)	24.000,00		
Internet y telecomunicaciones	3.600,00		

Seguros del hotel	5.000,00		
Otros gastos operativos administrativos	8.000,00		
Mantenimiento de equipos e instalaciones	14.000,00		
COSTOS DE VENTA			12.000,00
Publicidad y promoción turística	12.000,00		
TOTAL, COSTOS	324.396,00	63.000,00	387.396,00

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Ingresos por hospedaje

Ingresos Hospedaje: 518.665,00 USD

Ingresos Complementarios: 148.000,00 USD

TOTAL, INGRESOS AÑO 1: 666.665,00 USD

Punto de Equilibrio

Con los datos reales del hotel como son ($324.396 de costos fijos, $63.000 de costos variables y $666.665 de ingresos totales), el cálculo se realiza aplicando el margen de contribución:

- **Punto de Equilibrio en dólares:**

$$PE_{\$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}\right)} = \frac{324.396}{1 - \left(\frac{63.000}{666.665}\right)} = \frac{324.396}{0{,}9055} = \mathbf{358.250{,}69}\ \text{USD}$$

- **Punto de Equilibrio en Porcentaje:**

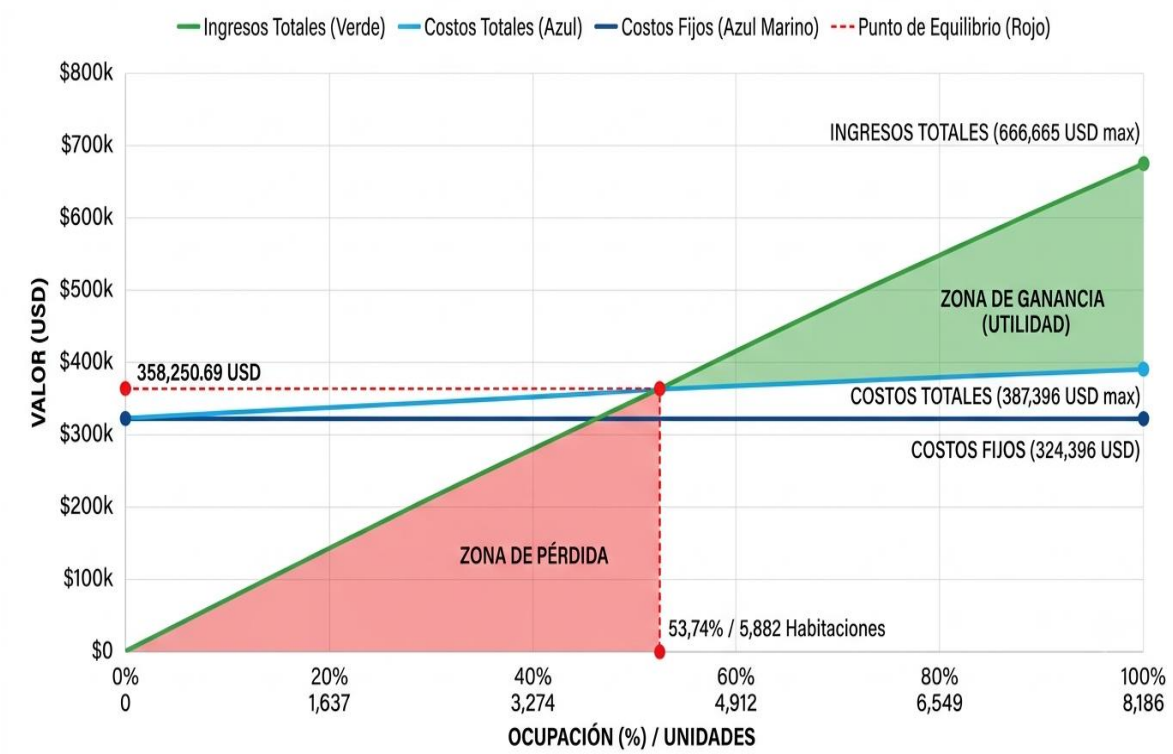
$$PE_{\%} = \frac{358.250{,}69}{666.665{,}00} \times 100 = \mathbf{53{,}74\%}$$

❖ **Punto de Equilibrio en Unidades (Habitaciones de ocupación al año):**

Se estima que, el hotel necesita un 53,74% de su ocupación para mantener una estabilidad económica y no generar ganar pérdidas, por lo que, se necesita alquilar un promedio de **5.882 habitaciones al año**.

Para insertar una gráfica de líneas típica de Punto de Equilibrio se lo ejecuto en Excel donde la línea de Ingresos Totales se cruce con la de Costos Totales exactamente en los **358.250,69 USD**.

Figura 24. *Punto de equilibrio – Eclipse Mu Hotel*



Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Tabla 34

Estado de Resultados Proyectado a 5 Años (Eclipse Mu Hotel)

Concepto	Año 1 (USD)	Año 2 (USD)	Año 3 (USD)	Año 4 (USD)	Año 5 (USD)
INGRESOS	666.665,00	700.000,00	735.000,00	771.750,00	810.337,50
(-) COSTOS Y GASTOS					
Costos de producción / operación	63.000,00	66.150,00	69.458,00	72.931,00	76.577,00
Costos de administración	262.196,00	262.196,00	262.196,00	262.196,00	262.196,00
Costos de venta (Publicidad)	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Costos financieros (Interés Préstamo)	77.175,00	64.674,92	50.862,33	35.599,42	18.733,91
Total, Costos y Gastos	414.371,00	405.020,92	394.516,33	382.726,42	369.506,91
(=) Utilidad antes de Impuestos y Part.	252.294,00	294.979,08	340.483,67	389.023,58	440.830,59
(-) 15% Participación Trabajadores	37.844,10	44.246,86	51.072,55	58.353,54	66.124,59
(=) Utilidad antes de Impuesto Renta	214.449,90	250.732,22	289.411,12	330.670,04	374.706,00
(-) Impuesto a la Renta (22%)	47.178,98	55.161,09	63.670,45	72.747,41	82.435,32
(=) UTILIDAD NETA	167.270,92	195.571,13	225.740,67	257.922,63	292.270,68

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Tabla 35

Flujo de Caja Proyectado e Indicadores de Rentabilidad (Eclipse Mu Hotel)

Concepto	Año 0 (USD)	Año 1 (USD)	Año 2 (USD)	Año 3 (USD)	Año 4 (USD)	Año 5 (USD)
Utilidad Neta		167.270,92	195.571,13	225.740,67	257.922,63	292.270,68
(+) Depreciación Activos Fijos		62.200,00	62.200,00	62.200,00	62.200,00	62.200,00
(+) Amortización Intangibles		1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
(-) Amortización de la Deuda (Capital)		-119.048,38	-131.548,46	-145.361,05	-160.623,96	-177.489,47
(+) Valor Residual de Activos						741.500,00
Flujo Neto de Efectivo Operativo		111.422,54	127.222,67	143.579,62	160.498,67	919.481,21
Inversión Inicial Neta (Aporte Propio)	-490.000,00					
FLUJO NETO DEL INVERSIONISTA	-490.000,00	111.422,54	127.222,67	143.579,62	160.498,67	919.481,21

Elaborado por: *Ingrid Cagua*

Evaluación financiera

Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^{n} \frac{FNE_t}{(1+i)^t}$$

Procedimiento

$$VAN = -490.000 + \frac{111.422,54}{(1+0,12)^1} + \frac{127.222,67}{(1+0,12)^2} + \frac{143.579,62}{(1+0,12)^3} + \frac{160.498,67}{(1+0,12)^4} + \frac{919.481,21}{(1+0,12)^5}$$

Calculamos el valor actual de cada año

- Año 1: $\frac{111.422,54}{1,12} = 99.484,41$
- Año 2: $\frac{127.222,67}{1,2544} = 101.421,13$
- Año 3: $\frac{143.579,62}{1,404928} = 102.197,14$
- Año 4: $\frac{160.498,67}{1,573519} = 101.999,83$
- Año 5: $\frac{919.481,21}{1,762342} = 521.738,13$

Suma de los flujos actualizados:

$$99.484,41 + 101.421,13 + 102.197,14 + 101.999,83 + 521.738,13 = 926.840,64$$

Resultado final del VAN:

$$VAN = -490.000 + 926.840,64 = 436.840,64 \text{ USD}$$

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa que hace que el VAN sea exactamente igual a cero ($VAN = 0$):

$$0 = -490.000 + \frac{111.422,54}{(1+TIR)^1} + \frac{127.222,67}{(1+TIR)^2} + \frac{143.579,62}{(1+TIR)^3} + \frac{160.498,67}{(1+TIR)^4} + \frac{919.481,21}{(1+TIR)^5}$$

Resultado de la TIR: 33,18%

Como la TIR (33,18%) es mayor que la TMAR (12%), el proyecto se acepta y es financieramente muy rentable.

Cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

$$PRI = \text{Año anterior a la recuperación} + \frac{\text{Saldo por recuperar}}{\text{Flujo del año siguiente}}$$

$$PRI = 3 + \frac{107.775,17}{160.498,67} = 3 + 0,6715 = 3,67 \text{ años}$$

Conversión:

- $0,6715 \times 12$ meses $= 8,05$ meses.
- $0,05 \times 30$ días $= 1,5$ días.
- Resultado del PRI: 3 años, 8 meses y 2 días.

Conclusión financiera

Eficiencia en la Recuperación del Capital (PRI): El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) determinó que el capital social aportado por los promotores del proyecto se recuperará en su totalidad en un plazo de 3 años, 8 meses y 2 días. Este tiempo de retorno es sumamente favorable y eficiente para la industria hotelera, donde los horizontes de recuperación suelen ser a más largo plazo, mitigando así el riesgo financiero del inversionista.

Sostenibilidad Operativa y Punto de Equilibrio: El análisis operativo determinó que el hotel alcanza su Punto de Equilibrio con ingresos anuales de 358.250,69 USD, lo que equivale a un nivel de ocupación promedio del 53,74% (5.882 habitaciones alquiladas

al año). Al estar este umbral significativamente por debajo de la ocupación proyectada por el estudio de mercado (70%), se concluye que el proyecto cuenta con un amplio margen de seguridad para soportar fluctuaciones en la demanda turística sin caer en escenarios de pérdida.

Impacto Socioeconómico y Cumplimiento Legal: El Estado de Resultados y el Flujo de Caja proyectados a 5 años demuestran que el hotel genera la liquidez suficiente para cumplir de forma estricta con el marco legal ecuatoriano. Esto incluye el pago anual del 15% de Participación a los Trabajadores y el 22% de Impuesto a la Renta, garantizando que el negocio sea un motor de desarrollo formal, sostenible y con un impacto socioeconómico positivo en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

8. CONCLUSIONES

La investigación de mercado permitió identificar una demanda potencial favorable para la implementación del negocio hotelero, evidenciando un elevado interés de los visitantes por acceder a nuevos servicios de hospedaje que integren calidad, seguridad, ubicación estratégica y atención personalizada. El análisis del perfil del consumidor permitió conocer sus hábitos de viaje, preferencias de alojamiento y disposición a contratar servicios complementarios, constituyendo una base sólida para el diseño de estrategias comerciales orientadas al posicionamiento competitivo del establecimiento. En consecuencia, el estudio demuestra que existe un mercado objetivo claramente definido que respalda la viabilidad comercial del proyecto.

El estudio técnico permitió determinar que la parroquia Bombolí constituye una ubicación estratégica debido a su alta conectividad, actividad comercial y cercanía a importantes vías de acceso, factores que favorecen la captación permanente de clientes. Del mismo modo, se establecieron el tamaño óptimo del proyecto, la capacidad instalada y la infraestructura necesaria para garantizar una operación eficiente, incorporando espacios destinados al hospedaje, restaurante y servicios complementarios. Estos elementos aseguran una adecuada utilización de los recursos físicos y una prestación de servicios con estándares de calidad.

El estudio organizacional permitió diseñar una estructura administrativa funcional que establece claramente los niveles jerárquicos, responsabilidades y funciones de cada área del hotel, favoreciendo una gestión eficiente de los recursos humanos y operativos. Paralelamente, el análisis del marco legal determinó los requisitos normativos, tributarios, laborales y turísticos necesarios para el correcto funcionamiento del establecimiento, garantizando que el proyecto opere conforme a la legislación ecuatoriana vigente y minimizando riesgos legales durante su ejecución.

El estudio económico permitió establecer de manera técnica la inversión inicial requerida para la implementación del hotel, así como la estimación de los costos fijos, variables y operativos necesarios para su funcionamiento. De igual manera, las proyecciones de ingresos evidenciaron que la demanda estimada permitirá cubrir los

costos de operación y generar utilidades sostenibles a lo largo del horizonte de evaluación, demostrando que el proyecto posee una estructura económica sólida y financieramente sostenible.

El análisis financiero evidencia que el proyecto presenta una alta viabilidad económica, debido a que los indicadores de rentabilidad obtenidos demuestran la capacidad del negocio para generar beneficios en el largo plazo. Al igual que, el período de recuperación de la inversión PRI indica que el capital inicial se recuperará dentro del horizonte de 3 años, asimismo, se obtiene un VAN positivo de $436840,64 como ganancia neta y un TIR de 33,18% anual sobre el capital invertido. En consecuencia, el proyecto es positivamente factible, ya que generará flujos de efectivo suficientes para recuperar la inversión en un plazo menor al evaluado, ofreciendo rentabilidad y sostenibilidad financiera.

9. RECOMENDACIONES

- Desarrollar estrategias permanentes de investigación de mercado que permitan monitorear las preferencias del consumidor y los cambios en el comportamiento de la demanda. Asimismo, resulta conveniente fortalecer las acciones de marketing digital, programas de fidelización y alianzas estratégicas con empresas e instituciones para consolidar el posicionamiento del hotel dentro del mercado local y regional.
- Implementar un programa de mantenimiento preventivo de la infraestructura y equipamiento, además de planificar futuras ampliaciones de la capacidad instalada conforme incremente la demanda del mercado. Igualmente, es importante incorporar tecnologías modernas que optimicen la gestión operativa y mejoren la experiencia del cliente.
- Mantener una actualización permanente sobre las reformas legales relacionadas con la actividad hotelera y capacitar continuamente al personal en el cumplimiento de las normativas laborales, tributarias, sanitarias y de atención al cliente, fortaleciendo la calidad del servicio y la seguridad jurídica del negocio.
- Realizar un control permanente de los costos operativos, implementar políticas de optimización de recursos y actualizar periódicamente las proyecciones financieras de acuerdo con las condiciones económicas y el comportamiento del mercado, garantizando la estabilidad financiera del negocio.
- Ejecutar evaluaciones financieras periódicas mediante el seguimiento de indicadores de rentabilidad, liquidez y eficiencia operativa, con el propósito de identificar oportunamente posibles desviaciones financieras y adoptar decisiones estratégicas que fortalezcan la competitividad y sostenibilidad del negocio hotelero a largo plazo.

10. BIBLIOGRAFÍA

Andrés Espinosa, J. C. (2025). Plan de marketing para la expansión hotelera y coctelería en Mindo, Ecuador. *Revista Kosmos Científica*.

Arellano, F. (13 de Mayo de 2025). *Enciclopedia Significados*. Obtenido de https://www.significados.com/metodo-inductivo/

Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). Obtenido de Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario: https://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/ley_organica_de_la_economia_popular_y_solidaridad_y_del_sector_financiero_popular_y

Asamblea Nacional del Ecuador. (28 de Febrero de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.* Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/filesasambleanacionalnameuid-29/Leyes%202013-2017/744-ealbornoz/2020-02-28-SRO151_20200228.pdf

Carrero, J. G. (2024). Modelo para la elaboración de un plan de negocios orientado a emprendedores. *Revista Tiempo de Gestión*.

Censos, I. N. (2022). *Censo Ecuador.* Obtenido de https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Info_Santo_Domingo_De_Los_Tsachilas.pdf

Clavijo, C. (19 de Mayo de 2023). *Hubspot*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa

Corvo, H. S. (26 de Abril de 2023). *Lifeder*. Obtenido de https://www.lifeder.com/capacidad-instalada/

Cosntituyente, A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de https://www.constituteproject.org/constitution/Ecuador_2015?lang=es

Cruz, J. S. (2025). *Plan de negocios para la creación de un hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos en el período 2024-2028.* Tesis de grado, Universidad Estatal de Bol{ivar, Guaranda.

Espínola, J. P. (24 de Octubre de 2024). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de https://humanidades.com/metodo-deductivo/

Farías, G. (16 de Enero de 2026). *Enciclopedia Concepto*. Obtenido de https://concepto.de/encuesta/

Galán, J. S. (Septiembre de 15 de 2024). *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santo Domingo. (s.f.). *Ubicación geográfica y características generales*. Obtenido de https://www.santodomingo.gob.ec/?page_id=3151

Hidalgo, D. A. (2025). *Diseño de un modelo de gestión para emprendimientos BIC del sector de servicios en el Ecuador.* Universidad Andina Simón Bolívar.

Hora, L. (21 de Enero de 2026). *Obras viales e inseguridad inciden en la ocupación hotelera de Santo Domingo*. Obtenido de https://www.lahora.com.ec/santodomingo/obras-viales-e-inseguridad-inciden-en-la-ocupacion-hotelera-de-santo-domingo-20260121-0021.html

Kiss, T. (20 de Mayo de 2025). Obtenido de Enciclopedia Concepto: https://concepto.de/investigacion-aplicada/

Lacalle, E. (28 de Noviembre de 2024). *Mews*. Obtenido de https://www.mews.com/es/blog/sector-hotelero

Lifeder. (12 de Junio de 2023). Obtenido de https://www.lifeder.com/demanda-potencial/

Martha Jasso, R. A. (2024). *El Método Mixto para la investigación social: Una alternativa integral para los estudios desde el Trabajo Social con Niños,*

Niñas y Adolescentes en movilidad. REVISTA ACANITS REDES TEMÁTICAS EN TRABAJO SOCIAL,3(5), 8–36.

Ministerio de Educación Deporte y Cultura. (s.f.). *Estrategias y pasos para la investigación bibliográfica.* Obtenido de https://recursos.educacion.gob.ec/wp-content/uploads/Ferias_escolares/29-pasos%20para%20la%20investigaci%C3%B3n%20bibliografica.pdf

Oscar Tarrillo Saldaña, Jhonner Mejía Huamán, José Stalin Dávila Mego, Cesar Agusto Pintado Castillo, Carlos Evitt Tapia Idrogo, William Martín Chilón Camacho, Sol Beatriz Velez Escobar . (2024). *Metodología de la investigación una mirada global Ejemplos prácticos.* CID - Centro de Investigación y Desarrollo.

Paéz, G. (24 de Noviembre de 2022). *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/infraestructura-turistica.html

Pasciaroni, C. (2023). Innovación hotelera: conducta innovadora, factores limitantes y percepciones frente a la crisis COVID-19. Caso Bahía Blanca, Argentina. *Uniandes Episteme. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*.

Pérez, A. (14 de Noviembre de 2024). Obtenido de https://tesisdoctoralesonline.com/como-elaborar-una-investigacion-descriptiva/

Pérez, J. C. (2023). Importancia del estudio de factibilidad en la creación de nuevas empresas. *Revista Latinoamericana de Administración*.

Pinchao, J. (29 de Octubre de 2025). *Ecuavisa*. Obtenido de https://www.ecuavisa.com/economia/ecuador-atrae-a-menos-turistas-extranjeros-y-desaprovecha-ese-potencial-economico-20251029-0067.html

Quiroa, M. (14 de Agosto de 2025). *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html

Quirola, P. (14 de Abril de 2026). Dirección de Desarrollo Económico. Gad Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas. (I. Cagua, Entrevistador)

Roldán, P. (29 de Mayo de 2025). *Economipedia*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html

Sampieri, H. (2022). *Euroinnova*. Obtenido de https://www.euroinnova.com/blog/que-es-la-investigacion-exploratoria

Santos, D. (10 de Julio de 2023). *Hubspot*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/gestion-operaciones

Servicio de Rentas Internas. (20 de Junio de 2023). *Normativa Tributaria Vigente.* Obtenido de file:///C:/Users/user/Downloads/Codigo_Tributario_20_junio_2023.pdf

Tapia, E. (28 de Mayo de 2022). *Primicias*. Obtenido de https://www.primicias.ec/noticias/economia/turistas-extranjeros-ecuador-crecimiento/

Tristancho, C. (15 de Octubre de 2025). *Project manager*. Obtenido de https://www.projectmanager.com/es/plan-de-implementacion

Vargas, V. T. (2024). *Plan de Negocios para la creación de un Hotel Restaurante en el Centro Histórico de Quito que promueva el desarrollo turístico en el Ecuador.* Quito: Universidad San Francisco de Quito USFQ.

Vásquez, F. M. (11 de Noviembre de 2024). *Académia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/19634449/Concepto_y_objetivos_del_Cuestionario

Vega, J. (19 de Octubre de 2023). *EL INEC PRESENTÓ LOS RESULTADOS DEL CENSO 2023 EN SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS*. Obtenido de https://zaracaytv.com/?p=9319

Zambrano, L. (11 de Junio de 2024). En los hoteles de Ecuador casi 6 de cada 10 habitaciones están desocupadas. *expreso*.

ANEXOS

Formato de encuesta

Universidad Estatal de Bolívar

Encuesta dirigida a los visitantes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Objetivo: Recopilar información, sobre las preferencias de consumo de alojamiento de los visitantes a la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Instrucciones: Leer cuidadosamente las preguntas y responder con absoluta veracidad garantizándole que esta información es confidencial, dado que se lleva a cabo por motivos académicos.

Cuestionario

1. **¿Usted cuando visita la ciudad** de Santo Domingo de los Tsáchilas **se hospeda en hoteles?**

   Si ( ) No ( )

2. **¿Con qué frecuencia visita la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas?**
   - ❖ Primera vez ( )
   - ❖ Ocasionalmente (1 vez al año) ( )
   - ❖ Frecuentemente (2-3 veces al año) ( )
   - ❖ Muy frecuente (más de 3 veces al año) ( )

3. **¿Cuál es el principal motivo de su visita?**

- ❖ Turismo ( )
- ❖ Negocios ( )
- ❖ Trabajo ( )
- ❖ Comercio ( )
- ❖ Eventos o actividades específicas ( )

- Otros, especifique _____

4. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere y cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por una noche de hospedaje?

- Hotel económico ($22-$35): ----------
- Hotel de gama media ($40-$60): ----------
- Hotel de lujo (Más de $70): ----------
- Hostal / Airbnb ($12-$20): ----------
- Hostal compartido ($5-$10): ----------

5. ¿Qué precio pagaría usted por los siguientes servicios adicionales del hotel? Marque la opción que corresponda.

Alternativas	Precios ($5-$15)	Precios ($16-$40)	Precios (Más de $40)
Restaurante			
Spa gimnasio			
Tour turísticos			
Salas de evento			
Limpieza y mantenimiento			
Piscina			
Tiendas de productos y servicios			

6. ¿Qué aspectos valora más al elegir un hotel? Puede macar más de uno

- Precio justo ( )
- Ubicación estratégica ( )
- Atención especializada ( )
- Limpieza ( )
- Seguridad ( )
- Rapidez en la atención ( )

7. ¿Qué tan dispuesto estaría a pagar un valor adicional por servicios personalizados (tours, transporte, experiencias)?

- ❖ Nada dispuesto ( )
- ❖ Poco dispuesto ( )
- ❖ Neutral ( )
- ❖ Dispuesto ( )
- ❖ Muy dispuesto ( )

8. ¿Qué factores influyen más en su decisión final al elegir un hotel?

- ❖ Precio ( )
- ❖ Recomendaciones / reseñas ( )
- ❖ Servicios incluidos ( )
- ❖ Ubicación ( )
- ❖ Promociones / paquetes ( )

9. ¿Cuál de los siguientes hoteles visita con mayor frecuencia?

- ❖ Hotel Golden Vista ( )
- ❖ Hotel Zaracay ( )
- ❖ Grand Hotel Santo Domingo ( )
- ❖ Hotel Toachi ( )

10. ¿Qué tan interesado estaría en utilizar el servicio de un nuevo hotel que cumpla con sus expectativas?

- ❖ Muy interesado ( )
- ❖ Interesado ( )
- ❖ Neutral ( )
- ❖ Poco interesado ( )
- ❖ Nada interesado ( )

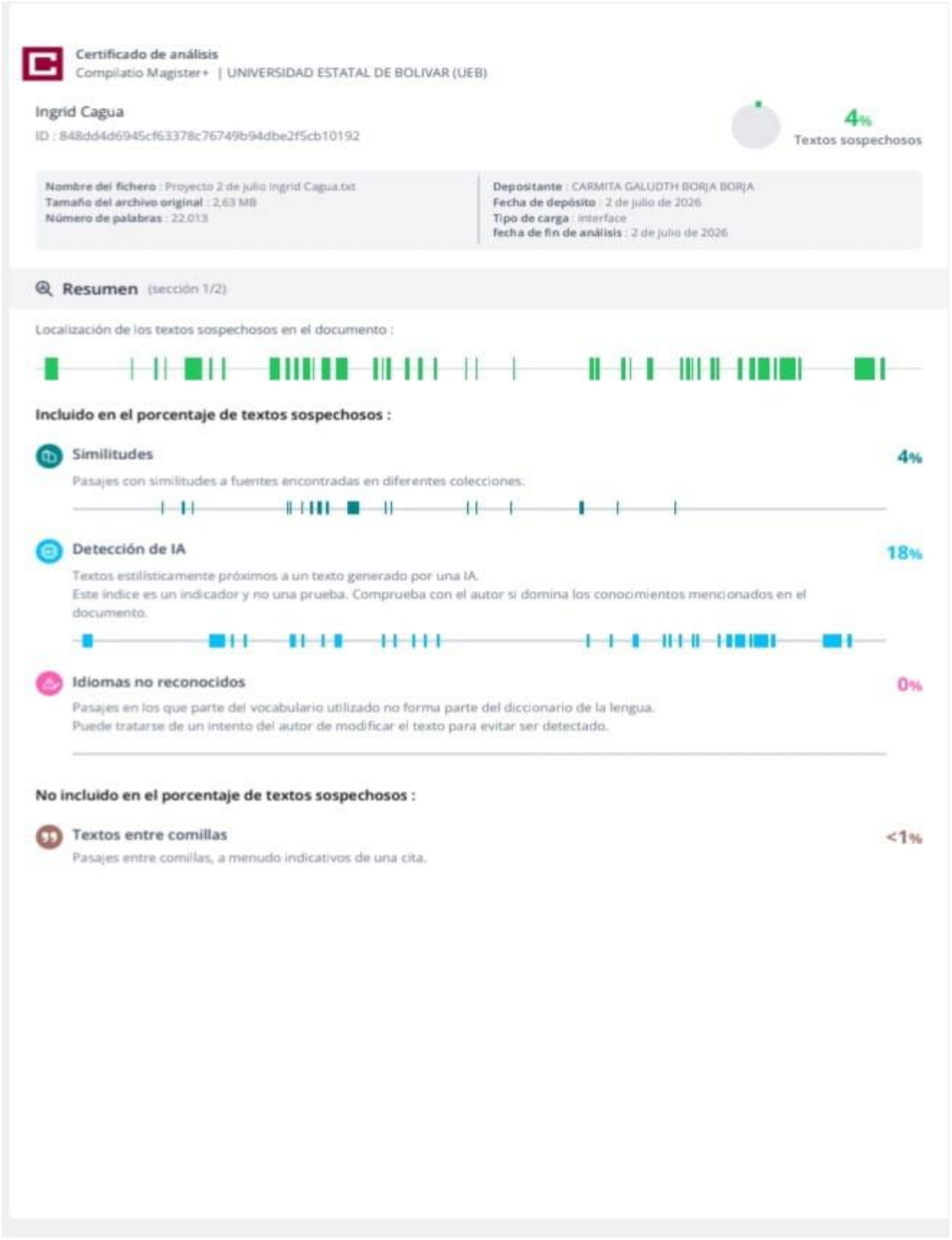
11. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre los servicios del hotel?. Puede seleccionar una o varias opciones.

- ❖ Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok) ( )

- ❖ Página web oficial del hotel ( )
- ❖ WhatsApp ( )
- ❖ Correo electrónico ( )
- ❖ Plataformas de reservas (Booking, Airbnb, Expedia) ( )
- ❖ Publicidad en medios tradicionales (radio, televisión, prensa) ( )
- ❖ Recomendaciones de amigos o familiares ( )
- ❖ Agencias de viajes ( )

¡Gracias por su grata colaboración!

Certificado de Compilatio



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR (UEB)

Ingrid Cagua
ID : 848dd4d6945cf63378c76749b94dbe2f5cb10192

4%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : Proyecto 2 de julio Ingrid Cagua.txt
Tamaño del archivo original : 2,63 MB
Número de palabras : 22.013

Depositante : CARMITA GALUDTH BORJA BORJA
Fecha de depósito : 2 de julio de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 2 de julio de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :

Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Similitudes 4%
Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

Detección de IA 18%
Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.

Idiomas no reconocidos 0%
Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.

No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas <1%
Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.



Similitudes 4%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

Fuente principal detectada

Nº		Descripciones	Similitudes	Ubicaciones
1		Estudio de factibilidad - Qué es y qué tipos hay economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html?utm_source...	1%	
2		repositorio.usfq.edu.ec repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/14708/1/340610.pdf	<1%	
3		Estudio de mercado: Por qué es importante para tu negocio economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html	<1%	
4		dialnet.unirioja.es dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8879877.pdf	<1%	
5		dspace.udla.edu.ec dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5784/1/UDLA-EC-TIAEHT-2016-25.pdf	<1%	
6		Plan de negocios para la creación de un hotel en la isla Santa Cruz,... dspace.ueb.edu.ec/items/1b751591-edef-4fde-a52a-f4af031b600d	<1%	
7		Infraestrucura del turismo. | Genially view.genially.com/6052756a2d49ac0d95d92d20/presentation-infraestruc...	<1%	
8		Método inductivo: qué es, significado y ejemplos - Enciclopedia... www.significados.com/metodo-inductivo/	<1%	
9		Plan de marketing para el Hotel "El Marqués" en la ciudad de Sant... localhost/xmlui/bitstream/3317/3454/3/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-94.pdf.txt	<1%	

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

Nº		Descripciones
1		https://www.asambleanacional.gob.ec/es/contenido/ley_organica_de_la_economia_popul
2		https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/filesasa
3		https://www.censoecuador.gob.ec/wp
4		https://blog.hubspot.es/sales/punto
5		https://www.lifeder.com/capacidad
6		https://www.constituteproject.org/constitution/Ecuador_2015?lang=es
7		https://humanidades.com/metodo-deductivo/

N°		Descripciones
8		https://concepto.de/encuesta/
9		https://www.santodomingo.gob.ec/?page_id=3151
10		https://www.lahora.com.ec/santodomingo/obras-viales-e
11		https://concepto.de/investigacion-aplicada/
12		https://www.mews.com/es/blog/sector-hotelero
13		https://www.lifeder.com/demanda-potencial/
14		https://recursos.educacion.gob.ec/wp
15		https://tesisdoctoralesonline.com/como
16		https://www.ecuavisa.com/economia/ecuador-atrae-a-menos-turistas-extranjeros-y
17		https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html
18		https://www.euroinnova.com/blog/que-es-la
19		https://blog.hubspot.es/marketing/gestion-operaciones
20		https://www.primicias.ec/noticias/economia/turistas-extranjeros-ecuador-crecimiento/
21		https://www.projectmanager.com/es/plan-de-implementacion
22		https://www.academia.edu/19634449/Concepto_y_objetivos_del_Cuestionario
23		https://zaracaytv.com/?p=9319

