



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA
ISLA SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS EN EL PERIODO 2024-
2028”

AUTOR:

JONATHAN STALYN PLACENCIA DE LA CRUZ

DIRECTOR:

ING. MARIO ESCOBAR GORTAIRE

PARES ACADÉMICOS:

ECON. RENE VILLACRÉS

FIS. SALOMÓN CARGUA

GUARANDA – ECUADOR

2025

TEMA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA ISLA SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS EN EL PERIODO 2024-2028”

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, quien ha sido mi guía y fuerza en cada paso de este desafío académico, su constante apoyo me ha proporcionado la valentía y firmeza necesarias para enfrentar los obstáculos, a mis padres, quienes desde el principio me enseñaron la importancia del conocimiento y la perseverancia, su dedicación y sacrificio han cimentado mi educación. Este trabajo es un tributo a su inquebrantable apoyo, a mis profesores, quienes con su conocimiento han sido faros de luz en mi búsqueda del saber, su dedicación a la excelencia académica me ha impulsado a superar mis límites para alcanzar nuevas metas. Finalmente, expreso mi profundo agradecimiento a las personas que han proporcionado su colaboración en la realización de esta tesis, su respaldo ha sido crucial a lo largo de este proceso, además, este documento evidencia el impacto de su contribución en mi desarrollo académico.

Jonathan Stalyn Placencia De la Cruz

AGRADECIMIENTO

Con profunda gratitud, comienzo agradeciendo a Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza en las etapas de este proceso, cuya presencia me brindó el coraje necesario para superar los obstáculos que se presentaron, a mi familia, su amor incondicional, comprensión y respaldo han sido la base de este logro académico, ya que sin su aliento constante y su fe, en mis capacidades, este objetivo no habría sido posible, a mis profesores, por su valiosa sabiduría y dedicación, quienes con su entrega han sido fundamentales en mi desarrollo académico, contribuyendo a mi crecimiento integral y a mis amigos, por su sincera colaboración y apoyo, así como por ser una fuente de motivación y por crear un entorno de solidaridad, haciendo que este recorrido fuera más llevadero y enriquecedor.

Jonathan Stalyn Placencia De la Cruz

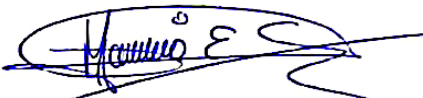

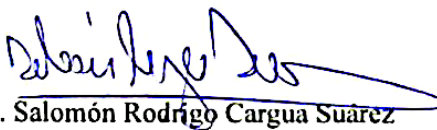
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y DE LOS PARES ACADÉMICOS**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA****CERTIFICADO DE VALIDACIÓN**

Ing. *"Mario Enrique Escobar Gortaire"*, Econ. *"Rene Meslas Villacrés Borja"*, y Fís. *"Salomón Rodrigo Cargua Suárez"*, en su orden de Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA ISLA SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS EN EL PERIODO 2024-2028"** desarrollado por el señor Jonathan Stalyn Placencia de la Cruz.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Administración de Empresas, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 04 de octubre del 2024


Ing. Mario Enrique Escobar Gortaire**Director**
Econ. Rene Meslas Villacrés Borja
Par Académico
Fís. Salomón Rodrigo Cargua Suárez
Par Académico

DERECHOS DE AUTORÍA**BIBLIOTECA
GENERAL****DERECHOS DE AUTOR**

Yo JONATHAN STALYN PLACENCIA DE LA CRUZ portador de la Cédula de Identidad No 2050011598 en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA ISLA SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS EN EL PERIODO 2024-2028”, modalidad proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos 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. Conservamos 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.

El autor es declaro 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.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines, representing the author's name.

Jonathan Stalyn Placencia De la Cruz

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

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y DE LOS PARES ACADÉMICOS.....	V
DERECHOS DE AUTORÍA.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVIIIVII
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRACT.....	XIX
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	3
1.1. Descripción del Problema	3
1.2. Formulación del Problema	4
1.3. Preguntas de Investigación.....	4
1.4. Justificación	5
1.5. Objetivos	8
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	8
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Antecedentes	9
2.2. Marco Científico	18
2.2.1. <i>Plan de Negocios</i>	18

2.2.2.	<i>Plan de Negocios Modelo de estudios Según Vaca Urbina</i>	18
2.2.3.	<i>Modelo de Plan de Negocios</i>	19
2.2.4.	<i>Modelo Canvas</i>	19
2.2.5.	<i>Modelo de estructura de una empresa hotelera</i>	21
2.3.	Marco Conceptual	22
2.3.1.	<i>Análisis de la oferta</i>	22
2.3.2.	<i>Análisis costo-beneficio</i>	22
2.3.3.	<i>Alojamiento turístico</i>	22
2.3.4.	<i>Balance general</i>	22
2.3.5.	<i>Check-in</i>	22
2.3.6.	<i>Check-out</i>	23
2.3.7.	<i>Check-list</i>	23
2.3.8.	<i>Concierge</i>	23
2.3.9.	<i>Demanda</i>	23
2.3.10.	<i>Estado de resultados</i>	23
2.3.11.	<i>Estudio administrativo</i>	23
2.3.12.	<i>Estudio de mercado</i>	24
2.3.13.	<i>Estudio financiero</i>	24
2.3.14.	<i>Estudio técnico</i>	24
2.3.15.	<i>Evaluación económica</i>	24
2.3.16.	<i>El valor actual neto (VAN)</i>	24
2.3.17.	<i>Fuentes primarias de información</i>	24
2.3.18.	<i>Fuentes secundarias</i>	25
2.3.19.	<i>Hotel</i>	25
2.3.20.	<i>Habitación doble</i>	25
2.3.21.	<i>Huésped</i>	25
2.3.22.	<i>La inversión inicial</i>	25
2.3.23.	<i>La tasa interna de retorno (TIR)</i>	25
2.3.24.	<i>Muestra</i>	25
2.3.25.	<i>Pernoctación</i>	26
2.3.26.	<i>Plazas de un establecimiento</i>	26
2.3.27.	<i>Punto de equilibrio</i>	26

2.3.28.	<i>Rentabilidad</i>	26
2.3.29.	<i>Segmento de mercado</i>	26
2.4.	Marco legal	27
2.5.	Marco georreferencial	36
2.5.1.	<i>Ubicación del Plan de Negocios</i>	36
CAPÍTULO III.....		37
METODOLOGÍA		37
3.1.	Tipo de investigación	37
3.1.1.	<i>Investigación Descriptiva</i>	37
3.1.2.	<i>Investigación Exploratoria</i>	37
3.1.3.	<i>Investigación Teórica</i>	37
3.2.	Enfoque de la investigación	37
3.3.	Métodos de Investigación	38
3.3.1.	<i>Método Cuantitativo</i>	38
3.3.2.	<i>Método Cualitativo</i>	38
3.3.3.	<i>Método Inductivo</i>	38
3.3.4.	<i>Método Deductivo</i>	38
3.4.	Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos	38
3.4.1.	<i>Encuesta</i>	39
3.4.2.	<i>Las fuentes primarias de información</i>	39
3.4.3.	<i>Aplicación de un cuestionario</i>	39
3.4.4.	<i>Recopilación de información de fuentes secundarias</i>	39
3.4.5.	<i>Libros</i>	39
3.4.6.	<i>Usaremos los dos tipos de información de fuentes secundarias</i>	40
3.5.	<i>Universo, Población y Muestra</i>	40
3.5.1.	<i>Universo Población y Muestra para determinar la Demanda Turística</i>	41
3.6.	Procesamiento de la información	42
CAPÍTULO IV.....		43
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		43
4.1.	Análisis, interpretación y discusión de resultados	43

4.1.1.	<i>Encuesta dirigida a los turistas que se hospedan en Galápagos, isla Santa Cruz.</i>	43
4.1.2.	<i>Encuesta dirigida a los ofertantes de servicio de hospedaje en Galápagos, isla Santa Cruz.</i>	59
CAPÍTULO V.....		70
PROPUESTA.....		70
5.1	Tema.....	70
5.2.	Objetivo de la propuesta	70
5.3.	Estudio de mercado	70
5.3.1.	<i>Definición del producto</i>	71
5.3.2.	<i>Análisis de la demanda y proyecciones</i>	71
5.3.3.	<i>Cálculo de la demanda actual</i>	71
5.3.4.	<i>Demanda futura</i>	74
5.3.5.	<i>Análisis de la Oferta y Proyecciones</i>	75
5.3.6.	<i>Oferta futura</i>	76
5.3.7.	<i>Balance oferta-demanda</i>	77
5.3.8.	<i>Análisis de precios</i>	78
5.3.9.	<i>Comercialización y Promoción</i>	78
5.3.10.	<i>Análisis de competidores en la zona</i>	80
5.3.11.	<i>Producto/Servicio a Ofrecer</i>	81
5.3.12.	<i>Nombre comercial del Alojamiento</i>	81
5.3.13.	<i>Logotipo del Hotel</i>	82
5.3.14.	<i>Precio</i>	82
5.3.15.	<i>Formas de pago</i>	83
5.3.16.	<i>Plaza</i>	83
5.3.17.	<i>Primera táctica</i>	84
5.3.18.	<i>Segunda táctica</i>	85
5.3.19.	<i>Tercera táctica</i>	87
5.3.20.	<i>Cuarta táctica</i>	88
5.4.	Estudio técnico	89
5.4.1.	<i>Capacidad de producción.</i>	89

5.4.2.	<i>Localización</i>	90
5.4.3.	<i>Proceso productivo</i>	92
5.4.4.	<i>Diagrama de bloques</i>	93
5.4.5.	<i>Flujograma del proceso productivo</i>	94
5.4.6.	<i>Requerimiento de maquinaria</i>	96
5.4.7.	<i>Personal para la operación del hotel</i>	100
5.4.8.	<i>Distribución y diseño de planta</i>	101
5.5.	<i>Estudio administrativo organizacional</i>	110
5.5.1.	<i>Nombre de la empresa hotelera</i>	110
5.5.2.	<i>Giro</i>	110
5.5.3.	<i>Misión</i>	110
5.5.4.	<i>Visión</i>	111
5.5.5.	<i>Nombre de la marca</i>	111
5.5.6.	<i>Objetivos de la empresa</i>	111
5.5.7.	<i>Principios filosóficos</i>	111
5.5.8.	<i>Trámites constitución</i>	112
5.5.9.	<i>Aspectos tributarios</i>	113
5.5.10.	<i>Requisitos para Formar una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) en Ecuador</i>	113
5.5.11.	<i>Socios y sus aportes</i>	114
5.5.12.	<i>Organigrama estructural</i>	115
5.5.13.	<i>Organigrama funcional</i>	116
5.5.14.	<i>Manual de funciones</i>	117
5.6.	<i>Estudio financiero</i>	125
5.6.1.	<i>Costo total</i>	125
5.6.2.	<i>Inversión total</i>	127
5.6.3.	<i>Fuentes de financiamiento</i>	129
5.6.4.	<i>Estructura de costos</i>	132
5.6.5.	<i>Determinación de los ingresos</i>	133
5.6.6.	<i>Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias</i>	134
5.6.7.	<i>Gráfico del Punto de Equilibrio</i>	135
5.6.8.	<i>Estado De Resultados</i>	136

5.6.9.	<i>Estado de Situación Financiera</i>	137
5.6.10.	<i>Flujo de Fondos de Efectivo</i>	139
5.7.	Evaluación financiera, social y ambiental.....	141
5.7.1.	<i>Evaluación Financiera</i>	141
5.7.2.	<i>Tasa interna de retorno (tir) (tire)</i>	144
5.7.3.	<i>Índices Financieros</i>	146
5.7.4.	<i>Relación Beneficio- Costo</i>	146
5.8.	<i>Evaluación social</i>	148
5.9.	<i>Evaluación ambiental</i>	150
CONCLUSIONES		152
RECOMENDACIONES		153
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		154
ANEXOS		156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Nacionalidades de turistas</i>	5
Tabla 2 <i>Modelo para la evaluación de proyectos</i>	18
Tabla 3 <i>Edad</i>	43
Tabla 4 <i>Género del Turista</i>	44
Tabla 5 <i>¿De qué país es usted?</i>	45
Tabla 6 <i>¿Qué tipo de alojamiento prefiere durante su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	46
Tabla 7 <i>¿Qué tipo de habitación prefiere?</i>	47
Tabla 8 <i>¿Por qué visita usted la provincia de Galápagos, específicamente la isla Santa Cruz?</i>	48
Tabla 9 <i>¿Qué otras características le gustaría que cuente el nuevo hotel en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	49
Tabla 10 <i>¿Cuál es el precio diario que paga por el servicio de alojamiento en la isla Santa Cruz?</i>	50
Tabla 11 <i>¿Cuál es el nombre del establecimiento hotelero al que va a llegar, alojar y tiene la reservación en la isla Santa Cruz?</i>	51
Tabla 12 <i>¿Cuál es la duración de su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	52
Tabla 13 <i>¿Cuál es su presupuesto promedio diario para alojamiento en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	53
Tabla 14 <i>¿Por qué medio hace sus reservas de alojamiento?</i>	54
Tabla 15 <i>¿Cómo califica usted el hotel donde se aloja en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	55
Tabla 16 <i>¿Si le ofertaran un servicio de alojamiento diferente en la isla Santa Cruz, usted está dispuesto a adquirirlo?</i>	56
Tabla 17 <i>¿Dónde está ubicado su Alojamiento?</i>	59
Tabla 18 <i>¿Indique la clasificación de su Alojamiento?</i>	60
Tabla 19 <i>¿Indique la infraestructura que tiene su Alojamiento?</i>	61
Tabla 20 <i>¿Cuántas habitaciones tiene su alojamiento?</i>	62
Tabla 21 <i>¿Cuál es el precio que cobra por el servicio que oferta diariamente?</i>	63
Tabla 22 <i>¿Cuál es la tasa promedio de ocupación en el último mes?</i>	64
Tabla 23 <i>¿Qué servicios adicionales ofrece su Alojamiento?</i>	65
Tabla 24 <i>¿Cuáles son los principales desafíos operativos que enfrenta su hotel?</i>	66
Tabla 25 <i>¿Cómo se diferencia su Alojamiento de la competencia en la isla Santa Cruz?</i>	67
Tabla 26 <i>¿Ha notado algún cambio significativo en la demanda o en las tendencias de los turistas en los últimos años?</i>	68
Tabla 27 <i>Demanda de Hospedaje en Galápagos, isla Santa Cruz año 2024</i>	72
Tabla 28 <i>Determinación de la Demanda Actual</i>	72
Tabla 29 <i>Demanda Potencial</i>	72
Tabla 30 <i>Demanda futura datos</i>	74
Tabla 31 <i>Demanda futura cálculo</i>	74
Tabla 32 <i>Cálculo de la oferta actual de Hospedaje en Galápagos, isla Santa Cruz año 2024</i>	75
Tabla 33 <i>Determinación de la oferta Actual</i>	75
Tabla 34 <i>Oferta futura datos</i>	76

Tabla 35	<i>Proyección de la oferta</i>	76
Tabla 36	<i>Balance oferta-demanda</i>	77
Tabla 37	<i>Capacidad de producción</i>	77
Tabla 38	<i>Competidores hoteleros</i>	78
Tabla 39	<i>Localización por puntos</i>	91
Tabla 40	<i>Proceso productivo</i>	92
Tabla 41	<i>Requerimiento de maquinaria</i>	96
Tabla 42	<i>Maquinaria y Mobiliario</i>	98
Tabla 43	<i>Equipos y Mobiliario para el Área de Recepción</i>	98
Tabla 44	<i>Personal para la operación del Hotel</i>	100
Tabla 45	<i>Socios y sus aportes</i>	114
Tabla 46	<i>Funciones del Gerente</i>	117
Tabla 47	<i>Funciones de la secretaria</i>	118
Tabla 48	<i>Funciones del director administrativo</i>	122
Tabla 49	<i>Funciones del Recepcionista</i>	123
Tabla 50	<i>Funciones del jefe de Compras</i>	123
Tabla 51	<i>Funciones del Contador</i>	123
Tabla 52	<i>Funciones del director de Seguridad</i>	123
Tabla 53	<i>Funciones del Guardia</i>	123
Tabla 54	<i>Costo total anual del proyecto primer año</i>	126
Tabla 55	<i>Inversión total</i>	128
Tabla 56	<i>Fuentes de financiamiento</i>	129
Tabla 57	<i>Cuadro de Financiamiento</i>	130
Tabla 58	<i>Amortización de la Deuda</i>	132
Tabla 59	<i>Intereses mensuales</i>	132
Tabla 60	<i>Estructura de costos</i>	133
Tabla 61	<i>Resultados para el Primer Año</i>	136
Tabla 62	<i>Estado de Resultados Proyectados</i>	137
Tabla 63	<i>Estado de Situación Financiera al primer año</i>	138
Tabla 64	<i>Depreciaciones:</i>	138
Tabla 65	<i>Flujo Neto de Caja Proyectado</i>	140
Tabla 66	<i>Cálculo del TREMA</i>	142
Tabla 67	<i>VAN 2</i>	142
Tabla 68	<i>VAN 1</i>	143
Tabla 69	<i>VAN Comprobación del Tir</i>	143
Tabla 70	<i>Índices Financieros</i>	146
Tabla 71	<i>Relación Beneficio-Costo</i>	146
Tabla 72	<i>Costos actualizados</i>	147
Tabla 73	<i>Contenedores</i>	151

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Temporada de llegada de turistas</i>	6
Figura 2 <i>Modelo de Plan de Negocios</i>	19
Figura 3 <i>Modelo Canvas</i>	19
Figura 4 <i>Estructura de Empresa Hotelera</i>	21
Figura 5 <i>Ubicación del Plan de Negocios</i>	36
Figura 6 <i>Edad</i>	43
Figura 7 <i>Género del Turista</i>	44
Figura 8 <i>¿De qué país es usted?</i>	45
Figura 9 <i>¿Qué tipo de alojamiento prefiere durante su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	46
Figura 10 <i>¿Qué tipo de habitación prefiere?</i>	47
Figura 11 <i>¿Por qué visita usted la provincia de Galápagos, específicamente la isla Santa Cruz?</i>	48
Figura 12 <i>¿Qué otras características le gustaría que cuente el nuevo hotel en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	49
Figura 13 <i>¿Cuál es el precio diario que paga por el servicio de alojamiento en la isla Santa Cruz?</i>	50
Figura 14 <i>¿Cuál es el nombre del establecimiento hotelero al que va a llegar, alojar y tiene la reservación en la isla Santa Cruz?</i>	51
Figura 15 <i>¿Cuál es la duración de su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	52
Figura 16 <i>¿Cuál es su presupuesto promedio diario para alojamiento en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	53
Figura 17 <i>¿Por qué medio hace sus reservas de alojamiento?</i>	54
Figura 18 <i>¿Cómo califica usted el hotel donde se aloja en Galápagos, isla Santa Cruz?</i>	55
Figura 19 <i>¿Si le ofertaran un servicio de alojamiento diferente en la isla Santa Cruz, usted está dispuesto a adquirirlo?</i>	56
Figura 20 <i>¿Dónde está ubicado su Alojamiento?</i>	59
Figura 21 <i>¿Indique la clasificación de su Alojamiento?</i>	60
Figura 22 <i>¿Indique la infraestructura que tiene su Alojamiento?</i>	61
Figura 23 <i>¿Cuántas habitaciones tiene usted en su Alojamiento?</i>	62
Figura 24 <i>¿Cuál es el precio que cobra por el servicio que oferta diariamente?</i>	63
Figura 25 <i>¿Cuál es la tasa promedio de ocupación en el último mes?</i>	64
Figura 26 <i>¿Qué servicios adicionales ofrece su Alojamiento?</i>	65
Figura 27 <i>¿Cuáles son los principales desafíos operativos que enfrenta su Alojamiento?</i>	66
Figura 28 <i>¿Cómo se diferencia su Alojamiento de la competencia en la Isla Santa Cruz?</i>	67
Figura 29 <i>¿Ha notado algún cambio significativo en la demanda o en las tendencias de los turistas en los últimos años?</i>	68
Figura 30 <i>Canales Directos</i>	78
Figura 31 <i>Canales Indirectos</i>	79
Figura 32 <i>Canales de Promoción</i>	79
Figura 33 <i>Canales Tradicionales</i>	79
Figura 34 <i>Canales de Eventos</i>	80
Figura 35 <i>Logotipo</i>	80

Figura 36 <i>Página web del Hotel</i>	84
Figura 37 <i>Página web del Hotel versión móvil</i>	85
Figura 38 <i>Perfil Red Social Facebook para el Hotel</i>	86
Figura 39 <i>Perfil Red Social Instagram</i>	86
Figura 40 <i>Perfil Red Social Tik Tok</i>	87
Figura 41 <i>Plataforma Booking.com</i>	88
Figura 42 <i>Chat Bot</i>	89
Figura 43 <i>Diagrama de Bloques</i>	93
Figura 44 <i>Flujograma del proceso productivo</i>	94
Figura 45 <i>Ubicación e Implantación General del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.</i>	101
Figura 46 <i>Distribución de Planta Baja y Planta Alta Amoblada del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.</i>	102
Figura 47 <i>Planta Baja y Planta Alta Acotada del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.</i>	104
Figura 48 <i>Distribución de planta en general por fachadas y cortes del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.</i>	106
Figura 49 <i>Instalaciones Eléctricas de la Planta Baja y Planta Alta del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.</i>	107
Figura 50 <i>Instalaciones Sanitarias de la Planta Baja y Planta Alta del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.</i>	109
Figura 51 <i>Organigrama Estructural</i>	115
Figura 52 <i>Organigrama funcional</i>	116
Figura 53 <i>Gráfico del Punto de Equilibrio</i>	135

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 <i>Cronograma (Gantt)</i>	157
Anexo 2 <i>Presupuesto</i>	159
Anexo 3 <i>Formato de encuesta en español e inglés dirigida a los turistas de Galápagos, isla Santa Cruz.</i>	160
Anexo 4 <i>Formato de encuesta dirigida a los ofertantes de Galápagos, isla Santa Cruz.</i>	160
Anexo 5 <i>Categorías y estrellas de hoteles en Galápagos, isla Santa Cruz.</i>	160
Anexo 6 <i>Categorías y estrellas de Barcos con pernoctación a bordo(Liveaboard) en Galápagos, isla Santa Cruz.</i>	172
Anexo 7 <i>Materia prima directa.</i>	175
Anexo 8 <i>Mano de obra directa</i>	176
Anexo 9 <i>Gasto de fabricación.</i>	176
Anexo 10 <i>Amortizaciones</i>	177
Anexo 11 <i>Sueldos</i>	178
Anexo 12 <i>Gastos de publicidad.</i>	178
Anexo 13 <i>Intereses</i>	179
Anexo 14 <i>Cuadro de inversiones fijas tangibles.</i>	179
Anexo 15 <i>Capital de trabajo.</i>	179
Anexo 16 <i>Encuesta dirigida a los ofertantes de servicio de Alojamiento en Galápagos, isla Santa Cruz.</i>	180
Anexo 17 <i>Encuesta dirigida a los turistas en Galápagos, isla Santa Cruz.</i>	182
Anexo 18 <i>Maqueta del Plan de Negocios.</i>	187
Anexo 19 <i>Elaboración de una maqueta de Hotel con simulación previa utilizando el programa Blender.</i>	189
Anexo 20 <i>Certificado de Turnitin.</i>	190
Anexo 21 <i>Captura de pantalla del Turnitin</i>	191
Anexo 22 <i>Certificado plataforma digital link de biblioteca.</i>	192

RESUMEN

El Plan de Negocios se centra en la creación de un Hotel en la isla Santa Cruz, en la provincia de Galápagos, abarcando el período 2024-2028, este documento está estructurado en cinco capítulos detallados que tratan temas de interés tanto para el sector público como privado, incluyendo el tamaño y la ubicación del hotel, el proceso productivo y los requisitos de maquinaria, también se presenta el nombre de la empresa, y su aporte, así como la zona geográfica destinada a la planta de servicios de hospedaje.

El estudio financiero evalúa aspectos como costos, inversiones, financiamiento, depreciaciones, amortizaciones, ingresos, el punto de equilibrio, el estado de resultados, el estado de situación final y el flujo de efectivo proyectado. Además, se llevan a cabo evaluaciones financieras utilizando métricas como la tasa de rendimiento mínima aceptable, el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, que permiten medir la rentabilidad del Plan de Negocios.

Entre los principales indicadores financieros destacan:

- Costo total de 112,613.84 dólares.
- Inversión total de 305,679.15 dólares.
- Punto de equilibrio de 97,133.18 dólares.
- Utilidad neta del primer año de 77,613.54 dólares.
- Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28,26%.

El periodo de recuperación indica que se recuperan la inversión fija, la inversión intangible y el capital de trabajo en un plazo de 4 años.

Estos resultados muestran que el hotel no solo ha cubierto sus gastos, sino que también ha obtenido un retorno positivo de la inversión, lo que pone de manifiesto su solidez financiera y su capacidad de generar ganancias.

Palabras clave: Proyecto empresarial, Capital, Financiamiento, Análisis de mercado, Evaluación económica.

ABSTRACT

The business Plan is focused on the establishment of a Hotel in Santa Cruz Island from 2024 to 2028; this document is presented in 5 detailed chapters that address topics from the public as well as the private sector. It includes information such as the geographical location, the number of rooms, the building progress, the requirement of machinery, on the other hand it presents the name of the Company, and the geographical location of overnight facilities in the area.

The financial statement evaluates aspects such as: costs, investment, depreciation, amortization, income, break-even point, final statements, projection of cash flow, and furthermore financial evaluations are conducted using metrics such as: the minimum accepted rate of return, net present value and internal rate of return, which helps measuring the profitability of the Business Plan.

The main financial indicators are:

- Total cost of \$112,613.84.
- Total investment of \$305,679.15.
- Break-even point of \$97,133.18.
- Net income for the first year of \$77,613.54.
- Internal Rate of Return (IRR) of 28,26%.

The recovery period indicates that the fixed investment, the intangible investment and working capital are recovered within 4 years.

These results indicate that the hotel not only covers its costs but also generates a positive return on investment, highlighting its financial stability and potential for profitability.

Keywords: Business project, Capital, Financing, Market analysis, Economic assessment.

INTRODUCCIÓN

El estudio se centra en la formulación de un Plan de Negocios para la creación de un Hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos en el período 2024-2028.

El proyecto hotelero aspira a cumplir con lo que necesita un alojamiento para turistas tanto nacionales como internacionales, ofreciendo servicios de alta calidad en atención al cliente, precios competitivos, ubicación privilegiada y además, fomentar el desarrollo económico local de la isla Santa Cruz en la provincia de Galápagos.

La provincia de Galápagos, con su capital Puerto Baquerizo Moreno, se extiende por 8,010 km² y presenta una altitud que varía entre 0 y 1.707 metros sobre el nivel del mar (msnm), con un clima que fluctúa entre 15 y 34 °C.

Al centro del archipiélago se localiza la isla Santa Cruz, siendo la segunda isla más grande del archipiélago después de la isla Isabela con una extensión territorial de 986 km² y una altitud máxima de 864 m.s.n.m., es también la isla más poblada, y con mayores actividades económicas de la región de Galápagos, la creciente demanda turística en Santa Cruz ha abierto oportunidades para el desarrollo del sector hotelero, sin embargo, a pesar de este aumento en la demanda, la oferta actual de alojamiento no ha logrado proporcionar un servicio de atención al cliente de calidad, esta insatisfacción de los turistas con los servicios hoteleros actuales crea una excelente oportunidad para el desarrollo de nuevos proyectos hoteleros que no solo mejoren la atención al cliente, sino que también fomenten el crecimiento turístico y futuro económico en la región.

La provincia de Galápagos cuenta con una población total de 28.583 habitantes según el último censo de 2023, la isla Santa Cruz es la más poblada, con aproximadamente 17.233 habitantes, además de ser un importante centro de investigación para científicos de todo el mundo dedicados a estudiar y conservar la biodiversidad única del archipiélago, la isla Santa Cruz se destaca también como un atractivo destino turístico.

La isla Santa Cruz posee una ubicación geográfica privilegiada dentro de la provincia de Galápagos que la convierte en el punto de partida ideal hacia otras islas, además, ofrece una variedad de atractivos turísticos, entre los que se encuentran el Herbario de la Estación Científica Charles Darwin, Playa Tortuga Bay, isla Plaza Sur, El Chato – Giant Tortoise Reserve, Bahía de la Academia, Rancho Primicias – Giant Tortoise Reserve, Laguna Las Ninfas, Playa Los Alemanes y Punta Carrión, entre otros.

CAPÍTULO I.

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1.Descripción del Problema

Un hotel es un negocio que brinda alojamiento temporal a sus clientes, a cambio de un pago, además, los hoteles pueden clasificarse en diferentes categorías, que van desde opciones económicas hasta las más lujosas, su principal objetivo es proporcionar comodidad y hospitalidad a los huéspedes, la experiencia del visitante es un aspecto crucial en su funcionamiento.

La ubicación seleccionada para la creación del Hotel en la isla Santa Cruz, presenta una oportunidad única para el sector hotelero, debido al crecimiento constante de la demanda turística, que a pesar de los altos costos de alojamiento, existe inconformidad por parte de los turistas sobre la calidad del servicio de atención al cliente, el hotel contará con 12 habitaciones y una recepción diseñada en armonía con el entorno natural de Galápagos, el hospedaje destacará por tener un servicio de alta calidad en atención al cliente y por sus servicios complementarios como alimentación y entretenimiento, además de su ubicación privilegiada y sus precios competitivos frente a la competencia.

Aunque en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, se ofrece hospedaje en varios puntos de la isla son pocos los alojamientos terrestres que están privilegiadamente ubicados en la urbanización La Alborada a pocos metros de la entrada de la Playa Tortuga Bay, creándose así una ventaja sobre los competidores para el nuevo hotel en términos de ubicación y precios, lo que aumenta su atractivo para los turistas.

De acuerdo con las palabras de Galápagos (2023) en términos de la cantidad de hoteles y barcos que dan camas, afirman: la isla Santa Cruz tiene “en total 156 hoteles de diferentes categorías y estrellas (de 1 a 5) ubicados en ella, tales como Hotel Fernandina, Hotel Fiesta, Grand Hotel Lobo de Mar, Hospedaje Brisas del Pacífico, La Perla de Galápagos, Ninfa, Palmeras, Palo Santo, Pelikan Bay Inn, Silberstein, Solymar, Villa Laguna, entre otros, no obstante ninguno de estos hoteles están ubicados cerca ni en una posición privilegiada en la ruta hacia la Playa Tortuga Bay

En el mismo documento de Galápagos (2023) dice que, en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, actualmente funcionan 56 embarcaciones con pernoctación a bordo, de las cuales 53 son cruceros navegables y 3 cruceros específicos, entre ellos el Tiburón Explorer, Nortada y Celebrity Flora, entre otros.

1.2. Formulación del Problema

- ¿Como incide un Plan de Negocios para la creación de un Hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, durante el período 2024-2028?

1.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son los oferentes del servicio hotelero en la isla Santa Cruz?
- ¿Cuáles son los costos estimados para la creación del hotel en la isla Santa Cruz?
- ¿Cuáles son las corrientes turísticas que determinan la demanda insatisfecha para la creación del Hotel en la isla Santa Cruz?
- ¿Existe demanda actual para la creación de un hotel en la isla Santa Cruz?
- ¿Existe una rentabilidad aceptable para el Plan de Negocios para la creación de un Hotel en la isla Santa Cruz?

1.4. Justificación

Este proyecto se justifica y motiva por la baja satisfacción que tienen los turistas, a pesar de que existan 156 alojamientos terrestres que tienen capacidad para 3.933 personas y 56 embarcaciones de 13.376 plazas en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos en los últimos años, con una capacidad total combinada de 5.309 turistas por día, la insatisfacción de los turistas representa una gran oportunidad para la apertura de un nuevo hotel en la isla.

La investigación es clave en este sentido porque puede perfeccionar el actual servicio direccional para los turistas que visitan la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, elevando así la calidad de la imagen turística y asegurando el bienestar económico de la isla.

Nacionalidades de los turistas que arriban a Galápagos.

Tabla 1
Nacionalidades de turistas

N .-	País	Arribos 2023	% mercado	Edad promedio	Estadía en mediana	Tipo de alojamiento mayoritario
1	Ecuador	149k	45%	35 años	5 días	88% en tierra 12% a bordo
2	Estados Unidos	85k	26%	47 años	6 días	70% a bordo 30% en tierra
3	Reino Unido	12k	4%	48 años	8 días	68% a bordo 32% en tierra
4	Alemania	12k	4%	43 años	9 días	64% en tierra 36% a bordo
5	Canadá	10k	3%	48 años	7 días	60% a bordo 40% en tierra
6	Otros	61.475	18% Corresponde a otros países.			
TOTAL		329.475	100%			

Nota: (Galápagos, 2023)

En lo que respecta a los visitantes turísticos que llegaron a la provincia de Galápagos en el año 2023, se contabilizó un total de 329.475 turistas que llegaron a este maravilloso archipiélago.

De esta cantidad, el 54% son de otros países (178.605 mil turistas), mientras que el resto son turistas nacionales (150.870 mil turistas).

En cuanto a la entrada a Galápagos, el 70% de todas las llegadas, (230,745 personas), arribaron a través del aeropuerto de Baltra, mientras que el otro 30% (98.653 personas) aterrizó en el aeropuerto de San Cristóbal.

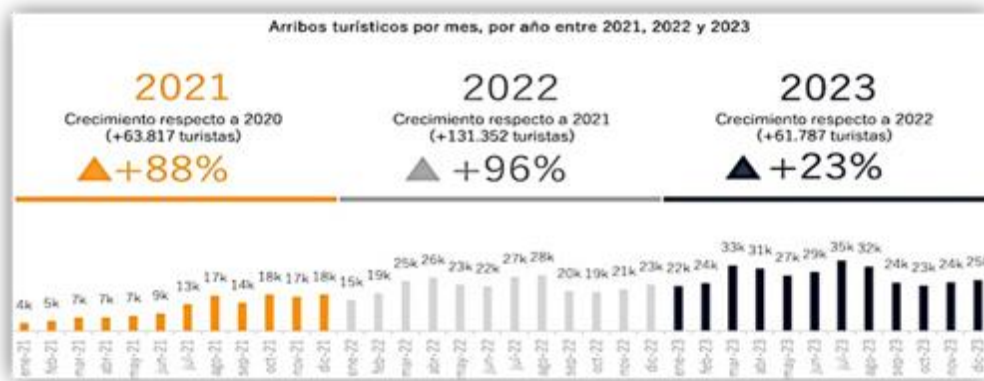
Aproximadamente el 0.01% de los arribos, que son unos 77 turistas, provienen de vuelos privados hacia Puerto Villamil en la isla Isabela.

El lugar más popular en la isla Santa Cruz fue la playa Tortuga Bay, cuyos visitantes superaron los 173.272, siendo aproximadamente el cuarenta y nueve por ciento ciudadanos ecuatorianos; en segundo lugar, estuvieron las Grietas con 158.872 visitas, aquí también, en el núcleo, estuvieron los visitantes nacionales con una contribución del cincuenta y nueve por ciento.

Temporada de llegada de turistas

En comparación a los arribos turísticos de 2022, el 2023 reporta un crecimiento de +23% (+61 mil turistas). (Galápagos, 2023)

Figura 1
Temporada de llegada de turistas



Nota: (Galápagos, 2023)

Estacionalidad de las llegadas

Los meses con más visitantes en Galápagos fueron marzo, abril, julio y agosto, en tanto que enero, febrero, septiembre y octubre fueron los meses con la menor cantidad de turistas en la isla.

La temporalidad de los desplazamientos varía según los países emisores, por ejemplo, en el hemisferio norte en el que se encuentra Estados Unidos, las preferencias por visitar Galápagos se da en los meses de junio y julio, en cambio, Canadá tiene una mayor afluencia en marzo y noviembre, para el caso de Europa, los franceses, españoles, holandeses, y suizos, por lo general, concentran sus viajes en los meses de julio y agosto, mientras que los alemanes, británicos y australianos, organizan sus viajes en marzo, abril, octubre y noviembre a las islas Galápagos.

La intención consiste en construir un hotel que esté orientado a que su servicio al cliente sea de excelencia y que llene la demanda creciente de turismo, el establecimiento hotelero dispondrá de múltiples alternativas de hospedaje, ajustadas a distintos presupuestos y requerimientos, sacando provecho de su cercanía a la playa Tortuga Bay para captar la atención de una amplia gama de visitantes.

La importancia de este proyecto radica en su capacidad para realzar las visitas turísticas, lo que podría llevarlos a extender su tiempo de permanencia al contar con más opciones de hospedaje, asimismo, promoverá la generación de puestos de trabajo y el desarrollo de la infraestructura turística, impactando positivamente a los habitantes de la isla Santa Cruz en la provincia de Galápagos.

Dentro de los receptores directos se encuentra el próximo dueño del establecimiento hotelero, mientras que los receptores indirectos abarcan el personal del hotel y los proveedores de tecnología, servicios, mantenimiento, mobiliario y equipamiento del hotel, entre otros.

1.5.Objetivos

1.5.1. Objetivo General

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

1.5.2. 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.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

El siguiente estudio es fundamental para el plan de negocios del hotel en la provincia de Galápagos, isla Santa Cruz, ya que ofrece una base sólida para su creación y gestión, evitando la dependencia exclusiva de la experiencia, que a menudo no cumple con los objetivos a largo plazo, basándose en las investigaciones de expertos en administración y desarrollo de proyectos, el estudio proporciona un enfoque más robusto y eficiente, asegurando una planificación detallada y aumentando significativamente las probabilidades de éxito.

El diseño de un Plan de Negocios es crucial, ya que establece los cimientos para la creación del hotel y define el proceso para alcanzar el éxito en el mercado.

Se han considerado diversas investigaciones que aportan significativamente al desarrollo del presente trabajo, en relación con el “Plan de Negocios para la Creación de un Hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, en el Periodo 2024-2028”, las cuales se detallan a continuación:

Propuesta de negocio para establecer el Hotel San Rafael en el sector de San Antonio, dentro de la parroquia Juan de Velasco, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, durante el año 2020, según Moyón (2020).

El informe realizado por Moyón (2020) aborda la siguiente situación problemática. El objetivo de este estudio es establecer un lugar de hospedaje que pueda cumplir con las necesidades de la demanda actual, que es cada vez más exigente.

- Cuestión Global: Instrucciones del usuario: Intelectual
- Desarrollar el Plan de Empresa para establecer el Hotel San Rafael en el sector de San Antonio, dentro de la parroquia Juan de Velasco, en el municipio de Riobamba, en la provincia de Chimborazo durante el año 2020. Instrucciones del usuario: Intelectual
- Metas Concretas: - Realizar el análisis del mercado para establecer el Hotel San Rafael en el sector de San Antonio, en la parroquia Juan de Velasco, en el municipio de Riobamba, en la provincia de Chimborazo.
- Elaborar de manera técnica la propuesta principal y adicional del Hotel San Rafael.
- Desarrollar tácticas de marketing para posicionar el hotel en el mercado interno.
- Realizar el análisis jurídico, de gestión, medioambiental y económico-financiero necesarios para la puesta en marcha del hotel.

Habiendo expuesto lo anterior, el escritor extrajo las siguientes deducciones:

Según el análisis de mercado efectuado, Riobamba cuenta con seis hoteles de tres estrellas, en contraste, en Guano no hay ninguno, por consiguiente, dada su proximidad, el cantón Guano se vislumbra como un mercado prometedor para atraer clientes al Hotel San Rafael.

Pensamiento crítico el análisis de la demanda indica la presencia de un sólido segmento de mercado por conquistar, con un poder adquisitivo promedio que oscila entre \$30,00 y más de \$120,00 diarios, y que se hospeda una o dos noches, por lo tanto, los precios de los servicios se encuentran dentro de estos intervalos, durante el primer año de funcionamiento, se estima que el hotel recibirá a 1.551 huéspedes.

En el diseño técnico se propuso una experiencia adicional relacionada con la gastronomía y tres actividades culturales y educativas, además, se crearon cuatro opciones de viaje, lo cual implica que será necesario realizar actualizaciones periódicas para responder a las necesidades de los nuevos clientes.

Las estrategias de marketing se diseñaron teniendo en cuenta las 4C del marketing, las cuales son parte fundamental en la fase de puesta en marcha del negocio, antes de su operación.

Pensamiento crítico el análisis financiero demostró que el proyecto es factible, tomando en cuenta una inversión inicial de \$ 346.612,46 y una gama de 13 productos disponibles, los ingresos son favorables desde el inicio de las operaciones, alcanzando un punto de equilibrio de \$ 26,45 tras la venta de 1.529 unidades.

Pensamiento crítico los resultados obtenidos al analizar los indicadores financieros revelaron que la Rentabilidad sobre el Capital (RBC) es de \$1,38 por cada unidad monetaria invertida, además, se identificó un Valor Actual Neto (VAN) de \$107.501,80 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 13% asimismo, se estima que la recuperación de la inversión inicial se logrará en el quinto año de operación, lo que confirma la viabilidad financiera del proyecto.

Plan de emprendimiento para establecer un hostel boutique económico en la zona de La Mariscal en el año 2020, escrito por Román en 2020.

En su estudio reciente, Román (2020) analiza a la generación de los millennials, un grupo de jóvenes que anhelan vivir experiencias singulares y aprovechar al máximo su dinero al viajar, el turista actual valora más la originalidad de la experiencia que la simple asociación entre lujo y calidad, priorizando así la satisfacción de sus necesidades.

Con la finalidad de desarrollar un Plan de Negocios destinado a establecer un hostel boutique económico en la zona de La Mariscal en la urbe de Quito para el próximo año 2020.

Objetivos Específicos:

- Crear un plan estratégico para la gestión de un hostel boutique económico.
- Presentar las tácticas de mercadotecnia para establecer un albergue boutique económico.
- Crear un plan de acción para garantizar el correcto funcionamiento del hostel boutique.
- Llevar a cabo el análisis económico para verificar la factibilidad del plan.

A continuación, se presentan las deducciones obtenidas del estudio llevado a cabo:

Se ha desarrollado este plan de emprendimiento con el propósito de establecer un hostel boutique de bajo costo en la zona de La Mariscal y evaluar su viabilidad, se llevaron a cabo 40 encuestas, y la totalidad de los encuestados manifestó su disposición a alojarse en un hostel boutique económico situado en La Mariscal.

Se definió el perfil de los consumidores a través de la evaluación del mercado, revelando que se trata de individuos jóvenes de entre 17 y 34 años, de diversas nacionalidades, tanto hombres como mujeres, sus preferencias para recibir información del negocio son Instagram, la página web y Facebook.

La táctica de producto que Unique Hostel implementará se centrará en la vivencia del cliente, atrayendo a los compradores mediante un trato individualizado, el diseño de las instalaciones, la excelencia en el servicio, entre otros aspectos, asimismo, para establecer los precios se emplearán límites tarifarios, concretamente límites físicos vinculados al producto, de manera que los clientes abonen tarifas en función del valor que se le otorga al producto, es decir, los tipos de habitaciones disponibles en el establecimiento.

Durante el análisis financiero, se determinó que la inversión inicial para este plan asciende a \$580.825,23, para alcanzar el punto de equilibrio, será necesario comercializar 800 unidades, al evaluar el Valor Actual Neto (VAN), se reveló un saldo negativo de \$699.443,46, confirmando la inviabilidad del proyecto debido a la proyección de pérdidas. Respecto a la Tasa Interna de Retorno (TIR), se registró un resultado de -100%, indicando la ausencia de rentabilidad y ganancias, dado que los gastos superan significativamente los ingresos, por consiguiente, la recomendación es descartar la ejecución de este proyecto.

Creación de un proyecto para un alojamiento de lujo en contacto con la naturaleza en Santa Cruz, en la provincia de Galápagos para el año 2022.

De acuerdo con lo expuesto por Arias (2022), en la isla Santa Cruz se requieren iniciativas que promuevan el concepto de Glamping, el cual busca fortalecer el sector hotelero y económico de Galápagos de manera sostenible, actualmente, no se le da la debida importancia a la posibilidad de desarrollar este tipo de hospedaje turístico en conexión con el ecoturismo.

Con la meta principal de ofrecer un servicio de hospedaje turístico estilo Glamping a los turistas que visiten la isla Santa Cruz para el próximo año 2022.

Objetivos Específicos:

- Elaborar la base teórica y metodológica a través de la revisión bibliográfica para la construcción del marco teórico del proyecto.
- Es preciso identificar el perfil y las demandas de hospedaje del visitante que llega a la isla Santa Cruz, utilizando herramientas para recopilar información.
- Se plantea la idea de ofrecer un servicio de hospedaje turístico estilo Glamping orientado a los turistas que visitan la isla Santa Cruz con el objetivo de fomentar el crecimiento de la industria hotelera en la zona.

Las conclusiones extraídas del estudio son las siguientes:

Mediante la utilización de instrumentos de investigación como cuestionarios y conversaciones, en concordancia con la teoría de motivación de viaje de Dann y Compton, enfoque Push y Pull, es factible llegar a nuestras deducciones acerca del análisis de la iniciativa de un hospedaje estilo Glamping en la isla Santa Cruz y la forma en que se lograron los objetivos y se abordó la problemática planteada.

Durante el transcurso de la investigación, se pudo apreciar que las razones que impulsan a las personas a viajar y seleccionar un destino o actividad en particular son fundamentales al proponer un nuevo servicio de hospedaje, según la teoría motivacional del viaje, se evidenció que los turistas buscan desconectar, escapar de la rutina cotidiana y sumergirse en un estilo de vida distinto, estas motivaciones fueron las más frecuentes entre los visitantes de la isla Santa Cruz, asimismo, se determinó que participar en actividades turísticas, degustar la comida local, disfrutar de la naturaleza al aire libre y explorar lugares específicos son aspectos destacados en los intereses y motivaciones de los viajeros, es esencial tener en consideración que el principal atractivo de la isla Santa Cruz radica en su naturaleza excepcional a nivel mundial.

En resumen, la idea de ofrecer un alojamiento de estilo Glamping en la isla Santa Cruz podría ser una propuesta novedosa y estimulante para un visitante interesado en explorar la isla y gozar de la belleza natural en compañía de sus seres queridos.

Se determina que la introducción de un servicio de hospedaje adicional podría atraer a segmentos de mercado inexplorados que podrían sentir interés en la propuesta de alojamiento de lujo en la isla Santa Cruz, esto se percibe como una ventaja para la isla, ya que esta iniciativa conlleva ventajas como el aumento de fuentes de ingresos y oportunidades laborales que la comunidad local o la ciudad podrían aprovechar para su progreso en diversos sectores.

La proyección internacional de nuestro país sería sobresaliente gracias a esta propuesta innovadora que combina un servicio de hospedaje de lujo con diversas opciones turísticas.

Elaboración de un plan empresarial destinado a establecer un hotel ecológico en la localidad de Olón, en la provincia de Santa Elena: Evaluación de la factibilidad legal y económica para el año 2021.

El informe de investigación elaborado por Ángel en 2021 pone de manifiesto el desafío actual de la creciente solicitud de visitantes que llegan a Olón en busca de alojamientos cercanos a la naturaleza y alejados del bullicio, lo que ha motivado la construcción de un hotel ecológico.

El propósito principal es evaluar la viabilidad y factibilidad del proyecto empresarial para desarrollar el hotel ecológico Eco Paradise en la localidad de Olón, en la provincia de Santa Elena, durante el año 2021.

Las conclusiones investigativas mencionadas por el autor son las siguientes:

Uno de los métodos de financiamiento elegidos ha sido solicitar un préstamo a Ban Ecuador, ya que es una institución que ofrece tasas de interés bajas, el préstamo es de \$156.642, con una tasa nominal del 9,76% y una tasa efectiva del 10,21%, dirigido a pequeñas y medianas empresas, el plazo es de 5 años, con pagos mensuales fijos, los socios podrían decidir si prefieren una tasa de interés fija o variable.

Una vez finalizado el análisis financiero, es fundamental entender que los datos considerados reflejan un nivel de ocupación hotelera del 40% anual, calculado según las variaciones estacionales basadas en información del INEC, según las proyecciones, los ingresos anuales alcanzarían los \$391.104, lo que sugiere que una ocupación del 75% en temporada alta, generaría beneficios significativos, consolidando la rentabilidad del hotel.

Finalmente, los resultados financieros muestran un beneficio neto de \$72.057,54 en el primer año de operación, lo cual indica que se generan ganancias incluso después de realizar los pagos correspondientes, por otro lado, el estado de situación financiera revela que los activos circulantes representan el 61,05% del total de activos, mientras que los activos no circulantes constituyen el 38,75% y otros activos se sitúan en un 0,19%, en cuanto al pasivo, este equivale al 26,59% del total, mientras que el patrimonio neto representa el 73,41%, demostrando que la empresa ha logrado un patrimonio de \$563.032,55 en el presente año, con un retorno de la inversión en dos años, esto evidencia que la prestación de servicios de hospedaje ha sido rentable y exitosa, confirmando la viabilidad del proyecto Hotel Eco Paradise.

Propuesta de negocio para establecer un hotel en la zona de Pilahuín, ciudad de Ambato en el año 2023.

El estudio llevado a cabo por Toalombo (2023) expone un desafío relacionado con la carencia de estructuras, la formación limitada en asuntos turísticos y la migración, factores clave que han obstaculizado la ejecución de iniciativas turísticas en la región, impidiendo así la explotación de los recursos naturales disponibles para los residentes, no obstante, los encantos de esta parroquia son extremadamente valiosos y poco conocidos a nivel mundial, por lo que merecen ser difundidos.

De esta manera, se fija un propósito general que se enfoca en la elaboración de un Plan de Emprendimiento que permita la fundación de un establecimiento hotelero en la localidad de Pilahuín, ubicada en la urbe de Ambato para el año 2023.

Objetivos Específicos:

- Examinar el entorno a nivel macro y micro -Realizar un estudio de mercado.
- Es necesario identificar las tácticas de mercadeo y la estrategia global de la empresa.
- Realizar un análisis de operaciones, elaborar un estudio jurídico y evaluar la viabilidad económica.

Las deducciones obtenidas del estudio son las siguientes:

El plan "Hotel en Pilahuín" demuestra viabilidad en diversos aspectos: económicos, financieros, sociales, ecológicos, legales, políticos, en la industria hotelera y en la aceptación por parte de los potenciales clientes, es relevante destacar también los impactos, el impacto positivo del periodo post-Covid en el negocio se debe a la transformación en la mentalidad del cliente al momento de contratar servicios.

En los últimos 4 años, el sector hotelero ha experimentado un crecimiento positivo, aumentando cada año gracias a influencias externas que han impulsado la industria y la han situado en una posición destacada en la actualidad, esto hace que el proyecto de construcción de un hotel sea una iniciativa beneficiosa para fomentar la actividad económica en este ámbito.

Se presenta una excelente ocasión de emprendimiento al tratarse de un plan que satisface una importante necesidad no cubierta en la región, además de capitalizar los atractivos turísticos locales para ofrecer un servicio de alta calidad a los visitantes, involucrando a los habitantes y proporcionando formación para enriquecer la comunidad del área.

El Plan de Negocios especifica que todas las transacciones se efectuarán con abono al instante de la recepción, lo cual implica que no se generarán deudas pendientes. Asimismo, al colaborar con individuos de la localidad, se ofrecerá una atención exclusiva a los consumidores, la empresa creará lazos tanto con organizaciones gubernamentales como privadas, lo que potenciará su integración con la comunidad.

2.2.Marco Científico

2.2.1. Plan de Negocios

Según Urbina G (2009) un Plan de Negocios es un documento que detalla las estrategias y medidas que una empresa planea implementar para alcanzar sus objetivos comerciales y financieros, este documento incluye un análisis exhaustivo del mercado, la descripción del producto o servicio ofrecido, un estudio de la competencia, un plan de marketing, un análisis financiero y proyecciones económicas.

2.2.2. Plan de Negocios Modelo de estudios Según Vaca Urbina

Tabla 2

Modelo para la evaluación de proyectos

Estudio de Mercado	El propósito fundamental del análisis de mercado es identificar la demanda no cubierta al contrastar la demanda con la oferta de un bien o servicio, evidenciando que habrá más demanda por parte de consumidores que oferta por parte de proveedores, identificar a los posibles clientes futuros, analizar a la competencia, los precios tanto del producto como de los competidores, y las tácticas de marketing que se pondrán en marcha (Chafra Granda, 2022).
El estudio técnico	El estudio técnico consiste en un análisis exhaustivo de los aspectos operativos y logísticos esenciales para llevar a cabo un proyecto. Incluye la identificación de los recursos materiales y físicos necesarios, las tecnologías y los procesos de producción a emplear, así como la capacidad requerida para la operación y la ubicación más adecuada para su implementación, además, evalúa la viabilidad operativa considerando la infraestructura, los recursos humanos y otros elementos técnicos fundamentales que garanticen el éxito y sostenibilidad del proyecto a largo plazo (Chafra Granda, 2022).
Estudio económico	El propósito del análisis económico y financiero de un proyecto es la cuantificación de los aspectos monetarios, de todas las variables previamente examinadas en secciones anteriores, como el análisis de mercado, el análisis técnico, el análisis legal y administrativo, e incluso la evaluación ambiental de un proyecto (Chafra Granda, 2022).
Estudio de rentabilidad	La rentabilidad económica muestra los aspectos que la empresa adquiere, y el propósito del análisis es descubrir los factores que hacen que la empresa sea rentable (Anamilet, 2022).

Nota: Elaborado por Jonathan Placencia de la Cruz.

2.2.3. Modelo de plan de negocios

La estructura del Plan de Negocios definirá los elementos clave que facilitarán a los emprendedores orientar sus negocios de manera integral y sencilla, permitiendo abordar los problemas que puedan surgir en el futuro (Baque Villanueva, 2020).

Figura 2
Modelo de Plan de Negocios



Nota: (Baque Villanueva, 2020)

2.2.4. Modelo Canvas

Conocido también como "Lienzo del Modelo de Negocio", desarrollado por los suizos Alexander Osterwalder y Pigneur, es una herramienta que facilita la definición de elementos importantes como la interacción con los clientes y las actividades fundamentales.

El enfoque del modelo Canvas se basa en la premisa de que una compañía nace con el propósito de resolver inconvenientes o cubrir las demandas de un consumidor (Arturo Vásquez, 2022).

Figura 3
Modelo Canvas



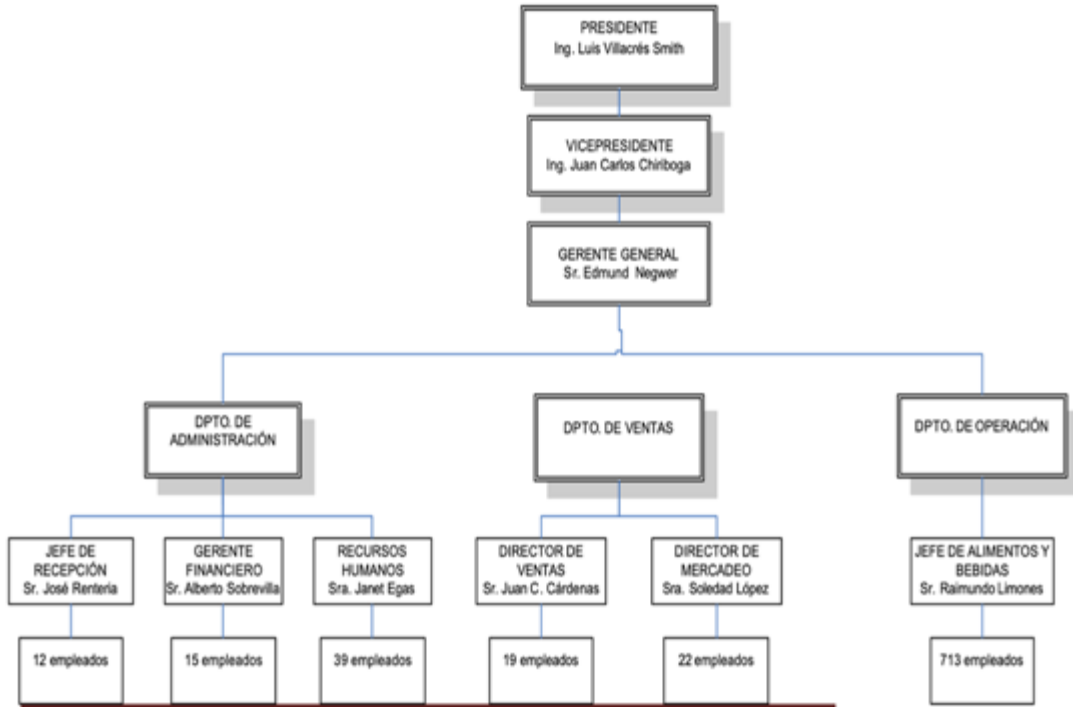
Nota: (Arturo Vásquez, 2022)

El modelo CANVAS es ampliamente utilizado y relevante debido a su viabilidad, dicho modelo desarrolla la estrategia a través de un lienzo dividido en 9 bloques, que son:

- 1) Segmento de mercado
- 2) Propuesta de valor
- 3) Canales
- 4) Relación con el cliente
- 5) Fuentes de ingreso
- 6) Recursos clave
- 7) Actividad clave
- 8) Asociaciones clave
- 9) Estructura de costos

2.2.5. Modelo de estructura de una empresa hotelera

Figura 4
Estructura de Empresa Hotelera



Nota: (ESPE, 2023)

2.3.Marco Conceptual

2.3.1. *Análisis de la oferta*

Dentro de un plan de inversión, al estudiar la disponibilidad de productos o servicios se pretende fijar términos y cantidades de un artículo o asistencia que se pondrá a disposición en el mercado, estando a disposición del público comprador en términos de cantidad, costos, horarios y ubicación, este análisis posibilita la evaluación de puntos fuertes y áreas de mejora, lo que permite la implementación de tácticas para realzar la posición competitiva (Paz Esparza, 2022).

2.3.2. *Análisis costo- beneficio*

Dado que la evaluación se resume en el cálculo de indicadores a partir de diversos estudios para identificar, cuantificar y valorar los beneficios y costos de la inversión, se denomina análisis costo-beneficio (González J. I., Metodología General Ajustada para la formulación de proyectos de inversión pública en Colombia, 2023).

2.3.3. *Alojamiento turístico*

Una compañía comercial que brinda un servicio que le permite al cliente alojarse para descansar, cualquier establecimiento que de manera habitual (o a veces) cuente con espacios para que el visitante pueda pernoctar (Lanús, 2023).

2.3.4. *Balance general*

Presenta la posición financiera de una compañía en un instante específico, detallando los activos (propiedades y derechos), pasivos (deudas y compromisos) y capital (patrimonio) de la empresa, para confeccionar el balance, es esencial que la suma de los activos coincida con la suma de los pasivos más el capital (Chigo Torres , 2022).

2.3.5. *Check-in*

Proceso de registro de los huéspedes en un hotel o medio de transporte (García, 2022).

2.3.6. *Check-out*

Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos (García, 2022).

2.3.7. *Check-list*

Lista de verificación de documentos que detallan las actividades a realizar durante un periodo laboral para garantizar la finalización de todas las tareas (García, 2022).

2.3.8. *Concierge*

Ofrecemos asistencia especializada en la gestión de reservas en restaurantes y la adquisición de boletos para eventos (Quezada Suriel, 2024).

2.3.9. *Demanda*

Resulta pertinente señalar que la demanda se refiere a la cantidad de productos o servicios que un conjunto de consumidores está dispuesto a comprar en un lugar específico y a un precio fijo (Paz Esparza, 2022).

2.3.10. *Estado de resultados*

El objetivo de la evaluación del estado de ingresos y gastos es determinar la ganancia neta y los flujos de efectivo netos del proyecto, que representan el verdadero beneficio de la actividad de la instalación, este se obtiene al restar los costos y los impuestos correspondientes a los ingresos generados. (Paz Esparza, 2022).

2.3.11. *Estudio administrativo*

Es fundamental en cualquier proyecto establecer una estructura organizativa que posibilite la coordinación eficaz de diversos recursos humanos, materiales y financieros, asegurando así la eficacia en su inicio y ejecución, la configuración administrativa y organizativa debe adaptarse a los requerimientos operativos del proyecto (Paz Esparza, 2022).

2.3.12. Estudio de mercado

El análisis de mercado marca el inicio de los planes de inversión, siendo crucial para identificar la necesidad no cubierta a la que se enfocará el bien o servicio, a partir de datos recopilados del entorno comercial (Paz Esparza, 2022).

2.3.13. Estudio financiero

El propósito es estructurar la información sobre los gastos y los ingresos del proyecto, con el fin de exponer sus elementos: inversiones, financiamiento, proyecciones financieras y creación de flujos de efectivo, que serán utilizados para la evaluación económica del proyecto (Paz Esparza, 2022).

2.3.14. Estudio técnico

En el informe técnico se estableció un inventario de elementos imprescindibles para comenzar el proyecto, como la obtención de terrenos, la edificación de estructuras, la adquisición de maquinaria, mobiliario, utensilios, material de oficina y tecnología informática, entre otros, por consiguiente, resulta imperativo llevar a cabo las adquisiciones correspondientes para dar inicio a la etapa operativa (Paz Esparza, 2022).

2.3.15. Evaluación económica

Facilita la evaluación y comparación de la rentabilidad social de las alternativas consideradas al contrastar los gastos con los beneficios generados por la implementación de dichas opciones (González J. I., 2023).

2.3.16. El valor actual neto (VAN)

La disparidad radica en la valoración actual de los ingresos netos generados por un proyecto y el desembolso inicial (Paz Esparza, 2022).

2.3.17. Fuentes primarias de información

Los datos que ofrece esta fuente son de gran utilidad para el avance del proyecto, ya que brindan una perspectiva más concreta al análisis en cuestión (Paz Esparza, 2022).

2.3.18. Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son aquellas que se obtienen de organismos especializados (Paz Esparza, 2022).

2.3.19. Hotel

Establecimiento en el que el hospedaje constituye su actividad principal, aunque se desarrollen en él otras actividades secundarias (Lanús, 2023).

2.3.20. Habitación doble

Un cuarto de hotel para dos personas con una cama doble (Lanús, 2023).

2.3.21. Huésped

Desde el punto de vista jurídico, se le puede definir como la persona que se aloja en un establecimiento hotelero mediante contrato de hospedaje día a día (García, 2022).

2.3.22. La inversión inicial

Se trata del importe necesario para recuperar, corresponde a la cantidad de dinero destinada a las inversiones planificadas al comienzo del proyecto, las cuales deben ser anotadas con un valor negativo en el año cero del proyecto. (Paz Esparza, 2022).

2.3.23. La tasa interna de retorno (TIR)

Desde un punto de vista conceptual, se establece como la "tasa de descuento que resulta en un valor presente neto de cero", lo que implica que el valor actual de los flujos de efectivo generados por el proyecto sea igual a la inversión neta efectuada. (Paz Esparza, 2022).

2.3.24. Muestra

La muestra por tanto es una parte o porción de la población identificada (Paz Esparza, 2022).

2.3.25. Pernoctación

Se entiende por pernoctación cada noche que un viajero pasa o se encuentra registrado en un lugar de hospedaje compartido o en un alojamiento turístico privado, sin requerir su presencia física. (Valdez Perez, 2022).

2.3.26. Plazas de un establecimiento

El total de plazas corresponde al número de camas permanentes; por lo tanto, no se cuentan las adicionales, y las camas matrimoniales se considerarán como dos plazas (Lanús, 2023).

2.3.27. Punto de equilibrio

El concepto de punto de equilibrio o umbral de rentabilidad hace referencia a la cantidad de unidades que necesitas vender a un precio específico con el fin de recuperar la inversión inicial realizada en el emprendimiento, sin generar beneficios aún. (Pichincha, 2020).

2.3.28. Rentabilidad

El flujo de efectivo económico va más allá del concepto que orienta las preocupaciones del inversionista privado, restringido al análisis del rendimiento de los fondos invertidos, al considerar otros elementos vinculados con el impacto en el bienestar social derivado de la generación y distribución de diversos productos y servicios mediante iniciativas de inversión pública, en particular (Paz Esparza, 2022).

2.3.29. Segmento de mercado

Representación visual de los puntos principales de cada grupo de consumidores. ¿Quién es mi cliente? ¿A quién me dirijo? (Camila Brigitte, 2023).

2.4.Marco legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

CAPÍTULO SÉPTIMO

Derechos de la naturaleza

Cualquier individuo, colectivo, aldea o grupo étnico tiene el derecho de requerir a las autoridades el respeto de los derechos de la naturaleza, al momento de poner en práctica y dar sentido a estos derechos, se respetarán los principios fijados en la Constitución, en caso de ser aplicables.

El gobierno fomentará la protección del medio ambiente entre individuos, empresas y grupos, y fomentará el respeto hacia todos los componentes que integran un ecosistema.

Se establece como prioritario para la sociedad la protección del entorno, el cuidado de los sistemas naturales, la variedad de especies y la pureza del acervo genético nacional, la anticipación de posibles perjuicios al medio ambiente y la restauración de áreas naturales afectadas.

El artículo 276.- Establece los propósitos del régimen de crecimiento de acuerdo a lo siguiente:

Mejorar la calidad de vida y la esperanza de vida, así como potenciar las habilidades y capacidades de la población dentro de los principios y derechos establecidos en la Constitución.

Crear un sistema económico equitativo, democrático y sostenible que garantice la distribución justa de los beneficios del progreso, los recursos de producción y la creación de empleo digno y estable.

Promover la implicación y supervisión de la sociedad, reconociendo las distintas identidades y fomentando su representación justa, en todos los momentos de la administración de lo público.

Velar por la recuperación y preservación de la naturaleza es fundamental para asegurar que tanto individuos como comunidades tengan un acceso justo y constante a recursos como el agua, el aire y la tierra, así como a los beneficios que nos brindan los recursos subterráneos y el entorno natural.

Asegurar la independencia del país, fomentar la unión de naciones latinoamericanas y favorecer una participación estratégica en el ámbito global, que fomente la paz y un sistema mundial democrático y justo.

Fomentar una planificación territorial equitativa y balanceada que incorpore y conecte las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, contribuyendo a la cohesión del Estado.

Es fundamental salvaguardar y fomentar la variedad cultural, así como honrar los lugares donde se desarrolla y comparte; restaurar, conservar y enriquecer la historia colectiva y la herencia cultural.

El artículo 405.- Establece que el sistema nacional de áreas protegidas tiene la responsabilidad de preservar la diversidad biológica y asegurar el funcionamiento adecuado de los ecosistemas, los diferentes subsistemas que conformarán el sistema serán el estatal, el autónomo descentralizado, el comunitario y el privado, y el Estado se encargará de su dirección y control, el gobierno garantizará la asignación de los fondos requeridos para mantener económicamente el sistema, e impulsará la implicación de las comunidades, pueblos y grupos étnicos que históricamente han residido en las zonas protegidas en su dirección y control.

En el artículo 313.- Se aborda el tema de la propiedad intelectual, el gobierno tiene la facultad de supervisar, regular y dirigir los ámbitos clave, siguiendo los principios de cuidado del medio ambiente, precaución, prevención y eficacia, los ámbitos clave, de dirección y supervisión que pertenecen únicamente al Estado, son aquellos que, debido a su importancia y alcance, ejercen una influencia determinante en los ámbitos económico, social, político o ambiental, y deben enfocarse en garantizar el pleno desarrollo de los derechos y el bienestar social.

La energía en sus diversas manifestaciones, las telecomunicaciones, los recursos naturales que no se pueden regenerar, el transporte y la elaboración de hidrocarburos, la diversidad biológica y la herencia genética, las ondas radioeléctricas, el agua y otros sectores designados por la legislación son considerados como áreas estratégicas.

LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN ESPECIAL DE LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS

TÍTULO III

ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

Capítulo I

PARQUE NACIONAL, RESERVA MARINA Y ÁREA MARINA DE PROTECCIÓN ESPECIAL

El artículo 16.- Se refiere a las zonas naturales preservadas en la región de Galápagos. El Parque Nacional Galápagos y la Reserva Marina de Galápagos son componentes del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP).

El marco legal administrativo de estas zonas protegidas es particular y estará regido por lo establecido en la Carta Magna, este Estatuto y regulaciones actuales relacionadas con el tema.

El Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos y la Autoridad Ambiental Nacional, a través de la unidad administrativa descentralizada responsable de las áreas naturales protegidas de Galápagos, trabajarán en estrecha colaboración para coordinar de manera efectiva sus funciones y responsabilidades.

El artículo 17.- Se refiere a la extensión territorial del Parque Nacional Galápagos. La responsabilidad de definir y mantener al día la extensión del Parque Nacional Galápagos recae en la Autoridad Nacional Ambiental, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Artículo 20.- Entidad administrativa descentralizada responsable de las zonas naturales protegidas en la región de Galápagos, la Autoridad Ambiental Nacional establecerá una unidad administrativa desconcentrada para supervisar las áreas naturales protegidas de la provincia de Galápagos, donde tendrá autoridad sobre el uso, gestión y aprovechamiento de los recursos naturales y las actividades realizadas en esas áreas de acuerdo con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, en línea con el Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial de Galápagos y las directrices generales de planificación emitidas por el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos.

La persona a cargo de esa división administrativa descentralizada deberá poseer al menos un título de tercer nivel y será seleccionada por la Autoridad Ambiental Nacional, la designación y destitución serán a discreción; por lo tanto, es necesario cumplir con los criterios establecidos en la legislación que supervisa la función pública.

En el artículo 61.- Se aborda el tema del turismo sostenible, el desarrollo del turismo en la región de Galápagos se centrará en potenciar la red de producción local y garantizar la seguridad de los turistas, todo ello bajo los pilares de sostenibilidad, respeto por el entorno, preservación, protección y excelencia en los servicios ofrecidos, la implementación se llevará a cabo mediante los enfoques de turismo natural, ecoturismo, de aventura y otras formas que sean amigables con la preservación de los ecosistemas según lo establecido en el Reglamento de esta Ley y otras regulaciones correspondientes.

Artículo 62.- Jurisdicción. La entidad encargada de planificar, aprobar, vigilar y fiscalizar la actividad turística en las zonas naturales preservadas de Galápagos es la Autoridad Ambiental Nacional, en colaboración con la Autoridad Turística Nacional, de acuerdo con lo establecido en la Constitución, la legislación, las regulaciones pertinentes y los planes de gestión correspondientes, en la provincia de Galápagos, la Autoridad Nacional de Turismo, en colaboración con el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, tiene la responsabilidad de organizar, regular y supervisar los estándares mínimos de calidad en los servicios turísticos.

Tanto la Autoridad Ambiental Nacional como la Autoridad Nacional de Turismo emitirán en colaboración directrices de administración con el propósito de potenciar el turismo sustentable en la región de Galápagos, debiendo comunicar y trabajar en conjunto con el Consejo de Gobierno de Régimen Especial de dicha provincia.

En el artículo 65.- Se establece la autorización necesaria para que las entidades legales puedan operar en el sector turístico, la realización de actividades turísticas en sus diversas formas en las zonas naturales protegidas de la región de Galápagos podrá ser otorgada a entidades legales de responsabilidad limitada debidamente establecidas, preferiblemente por habitantes permanentes de la provincia de Galápagos, las entidades legales establecerán su sede en la provincia de Galápagos y estarán bajo las mismas restricciones mencionadas en el párrafo anterior.

Cualquier acción social que conlleve la transferencia de al menos el 25% de la propiedad de la entidad legal requerirá la aprobación del Consejo de Gobierno, sin afectar lo dispuesto en la normativa de sociedades, una entidad legal no podrá poseer simultáneamente más de una autorización de funcionamiento.

CAPÍTULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

El artículo 15.- Establece que el Ministerio de Turismo, con base en la ciudad de Quito, es la entidad principal en la gestión del turismo en Ecuador y estará a cargo del ministro, quien contará con diversas responsabilidades, entre las cuales se incluyen las siguientes:

Elaborar los estándares técnicos y de excelencia específicos para cada sector que serán aplicables en todo el país.

Es fundamental desarrollar las directrices y el contexto de referencia que regirán la promoción internacional del país de manera obligatoria.

Planificar la actividad turística nacional, crear el listado de lugares de interés turístico, mantener la información actualizada, designar y destituir a los empleados de la entidad, encabezar el Consejo Asesor de Turismo, estimular, favorecer diversas formas de turismo, en especial el receptivo - comunitario, la implementación de proyectos, programas, servicios adicionales con organizaciones públicas - privadas, incluyendo comunidades locales; Asesorar, impulsar, respaldar la inversión nacional y extranjera en el sector turístico, conforme a las normativas correspondientes.

Encargarse de la planificación de la promoción del turismo a nivel nacional e internacional, evaluar los planes turísticos, impartir las directrices requeridas para la gestión administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; cumplir con las responsabilidades establecidas en la Constitución, esta normativa y las disposiciones reglamentarias correspondientes.

El artículo 16.- Establece que el Ministerio de Turismo, en colaboración con los entes locales, tiene la responsabilidad exclusiva de regular a nivel nacional, planificar, promocionar a nivel internacional, facilitar, recopilar información estadística y supervisar el turismo, además de controlar las actividades turísticas, de acuerdo con lo dispuesto en esta legislación.

El Ministerio de Turismo será el único responsable de definir las clasificaciones oficiales para todas las áreas relacionadas con el turismo, es imprescindible que estas clasificaciones se ajusten a las regulaciones internacionales vigentes, con el propósito mencionado, se emitirán los reglamentos técnicos y de excelencia correspondientes a todas las áreas relacionadas con el turismo, así como los particulares de cada clasificación.

Según lo establecido en el numeral 3 del artículo 23 de la Constitución Política, queda prohibida cualquier forma de discriminación hacia los extranjeros u otros colectivos en el ámbito turístico, especialmente en lo referente a precios y costos por los distintos servicios ofrecidos.

REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO PARA EL RÉGIMEN ESPECIAL DE LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS

CAPÍTULO I

SECCIÓN I DEL ÁMBITO GENERAL

El propósito de este Reglamento es establecer normas para supervisar la prestación de servicios de hospedaje en la provincia de Galápagos.

El ámbito de aplicación de esta normativa abarcará los establecimientos de hospedaje turístico ubicados en la provincia de Galápagos.

En el Artículo 3.- Se incluyen las definiciones necesarias para aplicar este Reglamento, las cuales se basan en las establecidas en el Reglamento de Hospedaje Turístico.

Artículo 4.- Desarrollo de la labor intelectual, es imprescindible tener la aprobación de la Autoridad Nacional de Turismo y la licencia anual de operación para llevar a cabo servicios de hospedaje turístico, además de cumplir con las regulaciones establecidas en este Reglamento y otras leyes aplicables.

El incumplimiento de dichas responsabilidades resultará en la imposición de las penalizaciones previstas en la legislación.

SECCIÓN II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS HUÉSPEDES Y ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO DEL PROCEDIMIENTO DE LICENCIAMIENTO

Artículo 11.- Trata sobre el proceso y los criterios necesarios para obtener la licencia de funcionamiento anual, pensamiento crítico en el procedimiento de licenciamiento de los lugares de hospedaje para turistas, la Autoridad Nacional de Turismo o la entidad descentralizada correspondiente debe pedir el certificado de registro turístico y otros documentos necesarios según la normativa actual, la obtención de la licencia única anual de operación se llevará de forma obligatoria a través de la plataforma en línea de la Autoridad Nacional de Turismo o siguiendo

el proceso indicado por la entidad local correspondiente, en caso de que tenga la responsabilidad, según lo apropiado.

Además del trámite de inscripción en el registro turístico, se deberán cumplir los siguientes criterios para obtener la licencia anual de funcionamiento única:

Liquidación del impuesto sobre bienes inmuebles.

Los bienes de la compañía según lo indicado en la declaración del impuesto sobre la renta respectivo.

En caso necesario, se deberán abonar los costos correspondientes a la actualización anual de la licencia de operación única.

Mantenerse al corriente en el cumplimiento de los pagos requeridos por la legislación turística y normas aplicables, una vez se haya adquirido la licencia anual única de operación siguiendo el proceso indicado, será necesario tener en posesión dicho certificado para mostrarlo en un sitio visible para el cliente.

Si el Gobierno Autónomo Descentralizado carece de un sistema informático para la autorización de los hoteles, la Autoridad Nacional de Turismo proporcionará sin costo alguno acceso a su plataforma en línea con el objetivo de optimizar los procedimientos y cumplir con lo dispuesto en esta normativa.

En el artículo 13.- Se aborda el tema de la propiedad intelectual, clasificaciones de las clases de hospedaje turístico, corresponde exclusivamente a la Autoridad Nacional de Turismo la tarea de definir a nivel nacional las categorías oficiales que determinan la clasificación de los lugares de hospedaje turístico y los criterios que deben cumplir, las diferentes clasificaciones de los lugares donde hospedarse en el turismo se dividen en categorías, categorización de la instalación para hospedaje turístico.

Clasificaciones designadas -Hotel de 3 a 5 estrellas -Hostal de 3 estrellas -Lodge de 4 a 5 estrellas - Centro de Recreación para la Mente Clasificación exclusiva: Residencia para Invitados Una sola clasificación.

LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL

Artículo 3.- El procedimiento de Administración Ambiental se guiará por los principios universales del Desarrollo Sostenible, contenidos en la Declaración de Río de Janeiro de 1992, relativa al Medio Ambiente y al Desarrollo.

Artículo 4.- Las normativas, directrices, regulaciones y ordenanzas que las instituciones estatales emitan en materia ambiental, deberán seguir las siguientes fases, según corresponda: la realización de estudios técnicos sectoriales, económicos, de relaciones comunitarias, de capacidad institucional y consultas a entidades pertinentes e información a los sectores ciudadanos.

Artículo 20.- Para iniciar cualquier actividad que implique un riesgo ambiental, será necesario contar con la autorización correspondiente, concedida por el Ministerio correspondiente.

Artículo 21.- Los sistemas de gestión ambiental comprenden estudios de línea base, evaluación del impacto ambiental; evaluación de riesgos, planes de gestión, planes de gestión de riesgos, sistemas de monitoreo, planes de contingencia y mitigación, auditorías ambientales y planes de desecho.

2.5.Marco Georreferencial

2.5.1. *Ubicación del Plan de Negocios*

Coordenadas: -0.7444967 (Sur, S) indicando la posición al sur del Ecuador, Norte (N) indica el Ecuador hacia el norte. -90.31729 (Oeste, W) indicando la posición al oeste del meridiano de Greenwich, Este (E) indica el meridiano de Greenwich hacia el este.

- **Provincia:** Galápagos
- **Cantón:** Santa Cruz
- **Dirección:** Alborada
- **Calles:** Entre la Avenida calle Duncan e Indefatigable

Figura 5

Ubicación del Plan de Negocios



Nota: (Google Maps, 2024)

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

En la investigación actual, se utilizarán diferentes métodos y técnicas para recopilar información.

3.1.1. Investigación Descriptiva

Para detallar las características del mercado, la ubicación del hotel y las necesidades y preferencias de los potenciales clientes, esto incluye la descripción del entorno competitivo y la infraestructura local.

3.1.2. Investigación Exploratoria

Para entender mejor el contexto y los factores que pueden afectar el éxito del hotel, como las tendencias en el turismo en Galápagos y las expectativas de los huéspedes.

3.1.3. Investigación Teórica

La investigación teórica te ayuda a entender y aplicar modelos y conceptos relevantes para la administración de hoteles y el turismo, respaldando y fundamentando tu plan de negocios con base en estudios y teorías existentes.

3.2. Enfoque de la investigación

El Plan de Negocios incorporará tanto un enfoque cualitativo como cuantitativo, se utilizarán datos estadísticos y, además, se describirán las características del proceso para la creación de un hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, para el periodo 2024-2028.

3.3.Métodos de Investigación

3.3.1. Método cuantitativo

Este enfoque nos permitirá recolectar y analizar datos numéricos, siendo ideal para identificar tendencias, hacer predicciones y obtener resultados generales sobre la aplicación que utilizaremos en nuestra investigación.

3.3.2. Método Cualitativo

La investigación cualitativa nos ayudará a comprender la relevancia de un Plan de Negocios para la producción de vino artesanal, proporcionando una visión más profunda mediante la recolección de datos sobre experiencias, emociones y comportamientos.

3.3.3. Método Inductivo

El método inductivo permite realizar observaciones detalladas y específicas para llegar a conclusiones generales o principios aplicables a nuestra investigación, facilita el análisis minucioso de casos particulares para identificar patrones o regularidades que luego se generalizan para formular teorías o principios, a través de este enfoque, se recopilan datos, se observan fenómenos y se derivan hipótesis o teorías a partir de estos datos.

3.3.4. Método Deductivo

El método deductivo comienza con principios generales o teorías para llegar a conclusiones específicas, implica formular una hipótesis o predicción basada en una teoría general, seguida de pruebas o experimentos para verificar o refutar esta hipótesis, en la investigación deductiva, se parte de una teoría general y se desarrollan predicciones específicas sobre lo que se espera observar en la realidad.

3.4.Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Recopilaremos y evaluaremos toda la información disponible de diversas fuentes con el objetivo de obtener una visión completa, responder a las preguntas clave, cuantificar los datos y evaluar los resultados obtenidos.

3.4.1. Encuesta

Una vez que se ha implementado este método y se emplean cuestionarios previamente elaborados, es factible recopilar datos significativos de los individuos involucrados en la gestión hotelera, la muestra debe reflejar atributos semejantes a los de la población en general en aspectos que el investigador estime relevantes en relación con el producto o servicio objeto de estudio.

3.4.2. Las fuentes primarias de información

Las muestras consisten en los individuos que utilizan el producto, lo cual implica la necesidad de una comunicación directa para recopilar datos de ellos. Esta interacción puede darse de tres maneras diferentes:

3.4.3. Aplicación de un cuestionario

Para valorar un producto novedoso con el fin de comprender las preferencias de los consumidores y los desafíos presentes en la provisión de productos similares, no existe un enfoque más efectivo que consultar directamente a los implicados a través de un cuestionario.

3.4.4. Recopilación de información de fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son recursos que recopilan datos escritos sobre un tema específico, como cifras oficiales, publicaciones, información empresarial y otros documentos de referencia.

3.4.5. Libros

Karen Weinberger Villarán. 2009. *Plan De Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.*

Gabriel Baca Urbina. 2013. *Evaluación de proyecto (7.ª ed.).*

Lic. Eduardo Barg. (2003). *Taller: El Diseño De Un Modelo De Negocios Para Competir En Un Mercado Global.*

Joaquín Marcelo Cosío Hurtado. (2011). *Los proyectos y los planes de negocios.*

Entre las razones que justifican su uso se pueden citar las siguientes:

Las fuentes secundarias, al tener la capacidad de abordar la situación sin requerir datos directos, deberían ser la primera opción a considerar, a pesar de no ofrecer una solución definitiva, su costo de búsqueda es significativamente más bajo que el de las fuentes primarias, además, estas fuentes permiten formular hipótesis sobre posibles soluciones y ayudan en la planificación de la recopilación de datos primarios.

3.4.6. Usaremos los dos tipos de información de fuentes secundarias.

a. Fuentes externas a la empresa incluyen estadísticas de cámaras sectoriales, datos gubernamentales, revistas especializadas, entre otros.

b. Fuentes internas a la empresa consisten en toda la información generada por el funcionamiento cotidiano de la misma, como las facturas de ventas.

3.5. Universo, Población y Muestra

$$n = \frac{NZ^2 pq}{E^2 (N - 1) + Z^2 p}$$

Donde:

N= 312 (Población total de oferentes)

Z= (Distribución normalizada)

Si Z= 1.96 (El porcentaje de confiabilidad de 95%)

p = 0,5 (Proporción de aceptación deseada para el producto 50%)

q = 0.5 (Proporción de rechazo %50)

E= 0,05 % (Porcentaje deseado de error equivale al 5%)

Fuente: (Urbina, 2013 Séptima Edición, pág. 41)

$$n = \frac{312 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 (312 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{299.0496}{1.7379}$$

$$n = 172$$

Determinamos que aplicaremos la encuesta de nuestra investigación a un total de 172 personas.

3.5.1. Universo Población y Muestra para determinar la Demanda Turística

$$n = \frac{NZ^2 pq}{E^2 (N - 1) + Z^2 p}$$

Donde:

N = 22.000 (Población total de turistas año 2023, mes de enero)

Z = 1,96 (Valor de Z para un nivel de confianza del 95%)

p = 0,5 (Proporción de aceptación deseada, asumiendo 50%)

q = 0,5 (Proporción de rechazo, también asumiendo 50%)

E = 0.0501 (Porcentaje deseado de error, equivalente al 5%)

Fuente: (Urbina, 2013 Séptima Edición, pág. 41)

$$n = \frac{22\ 000 \times (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.0501)^2 \times (22\ 000 - 1) + (1.96^2) \times 0.5}$$

$$n = \frac{21,169.0}{57.3914}$$

$$n = 370$$

Determinamos que aplicaremos la encuesta de nuestra investigación a un total de 370 personas.

3.6. Procesamiento de la información

Utilizaremos el software Microsoft Excel, diseñado específicamente para la creación y edición de hojas de cálculo, con el objetivo de analizar los datos obtenidos a través de las encuestas, esto permitirá la elaboración de tablas y gráficos que presenten de manera clara y detallada la información recopilada.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis, interpretación y discusión de resultados

4.1.1. Encuesta dirigida a los turistas que se hospedan en Galápagos, isla Santa Cruz.

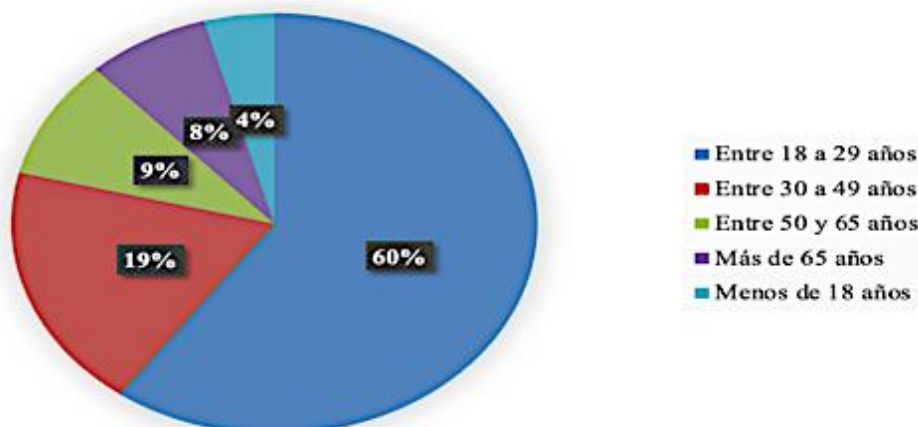
Tabla 3
Edad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 a 29 años	222	60%
Entre 30 a 49 años	70	19%
Entre 50 y 65 años	34	9%
Más de 65 años	28	8%
Menos de 18 años	16	4%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 6
Edad



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de los visitantes tiene entre 18 y 29 años (60%), seguido por aquellos de 30 a 49 años (19%), los grupos de 50 a 65 años y mayores de 65 años representan el 17% en conjunto, los menores de 18 años constituyen solo el 4%, esto indica que el público principal es joven, con una representación menor de edades avanzadas.

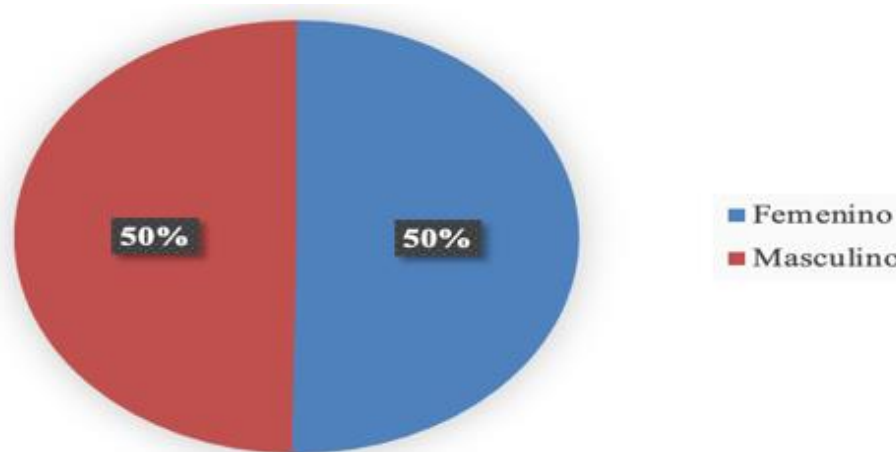
Tabla 4
Género del Turista

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	186	50%
Masculino	184	50%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 7
Género del Turista



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La distribución de sexo de los turistas en la isla Santa Cruz es igual, con un 50% de mujeres y un 50% de hombres, esto sugiere que las actividades y servicios de la isla son igualmente atractivos para ambos sexos.

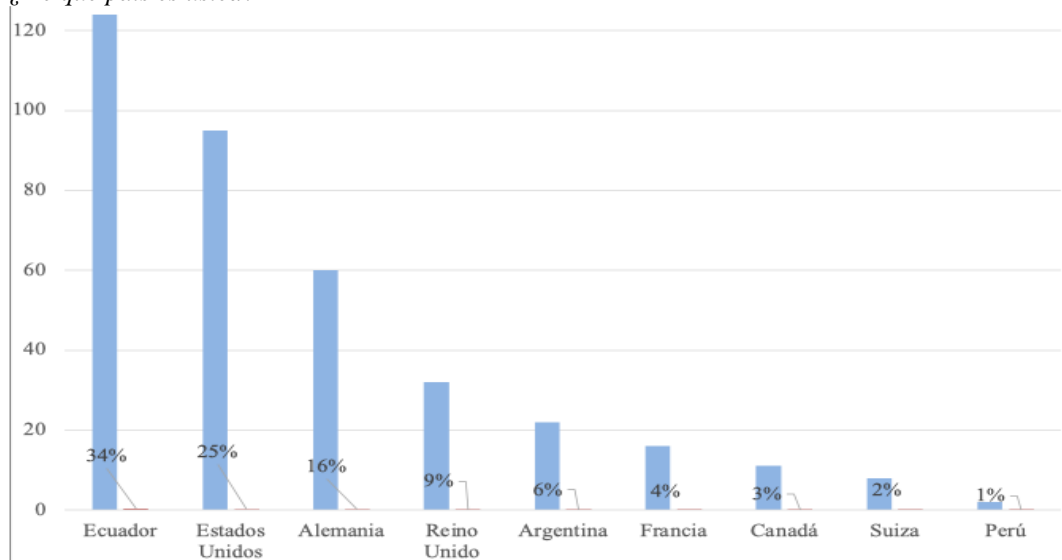
Tabla 5
¿De qué país es usted?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ecuador	124	34%
Estados Unidos	95	25%
Alemania	60	16%
Reino Unido	32	9%
Argentina	22	6%
Francia	16	4%
Canadá	11	3%
Suiza	8	2%
Perú	2	1%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 8
¿De qué país es usted?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de los visitantes son ecuatorianos (34%), estadounidenses (25%), alemanes (16%), sumando el 76% del total, esto muestra una fuerte presencia nacional como también norteamericana, con contribuciones menores de otros países europeos, la representación de Perú y Suiza es muy baja.

Tabla 6

¿Qué tipo de alojamiento prefiere durante su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?

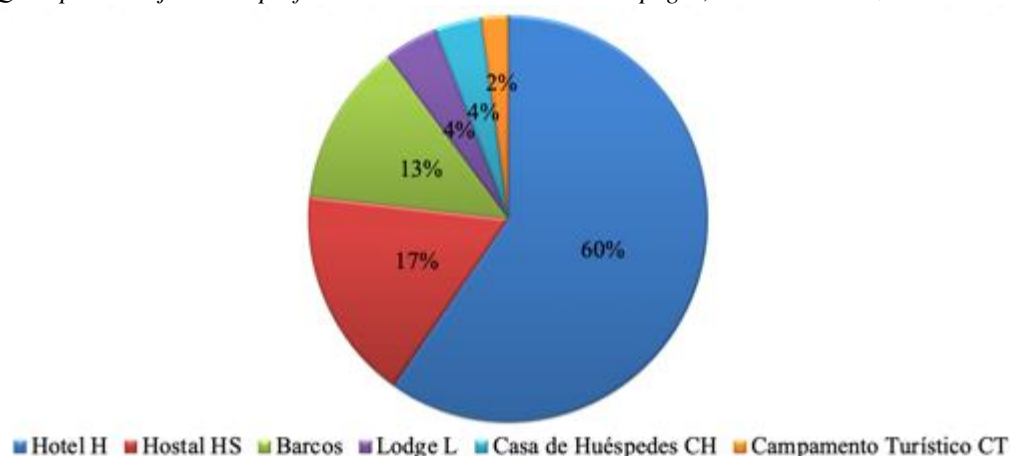
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Hotel H	221	60%
Hostal HS	63	17%
Barcos	48	13%
Lodge L	16	4%
Casa de Huéspedes CH	14	4%
Campamento Turístico CT	8	2%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 9

¿Qué tipo de alojamiento prefiere durante su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de los turistas prefieren hoteles (60%), seguidos por hostales (17%), barcos (13%), lodges, casas de huéspedes tienen menor demanda (4% cada uno), mientras que el campamento turístico es el menos popular (2%), esto muestra una clara preferencia por alojamientos más cómodos y convencionales.

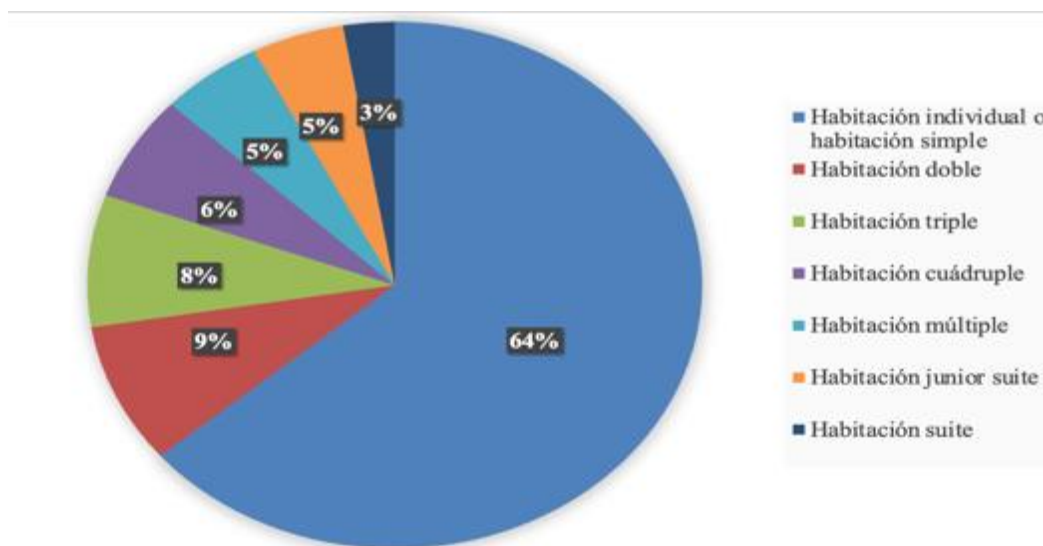
Tabla 7
¿Qué tipo de habitación prefiere?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Habitación individual o habitación simple	236	64%
Habitación doble	32	9%
Habitación triple	30	8%
Habitación cuádruple	24	6%
Habitación múltiple	20	5%
Habitación junior suite	18	5%
Habitación suite	10	3%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 10
¿Qué tipo de habitación prefiere?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de las reservas son para habitaciones individuales (64%), indicando una fuerte preferencia por alojamiento para una persona, las habitaciones dobles, triples, y cuádruples suman un 23%, mostrando demanda para grupos pequeños, las suites representan solo un 8%, sugiriendo menor interés en opciones lujosas, en general, hay una clara inclinación hacia habitaciones más económicas y para viajeros individuales.

Tabla 8

¿Por qué visita usted la provincia de Galápagos, específicamente la isla Santa Cruz?

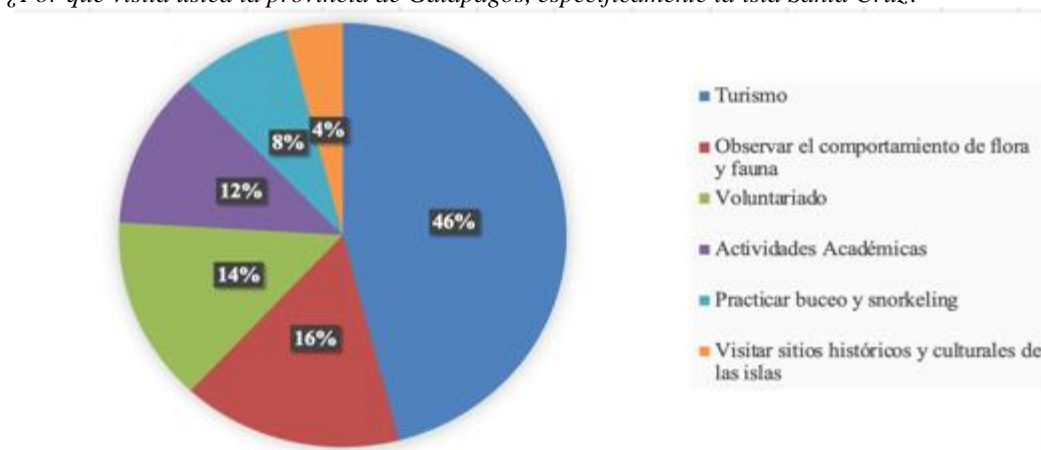
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	170	46%
Observar el comportamiento de flora y fauna	59	16%
Voluntariado	52	14%
Actividades Académicas	44	12%
Practicar buceo y snorkeling	30	8%
Visitar sitios históricos y culturales de las islas	15	4%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 11

¿Por qué visita usted la provincia de Galápagos, específicamente la isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de los visitantes (46%) llegan por turismo general, seguidos por aquellos interesados en la flora - fauna (16%), voluntariado (14%), las actividades acuáticas como buceo y snorkeling también son populares (8%).

Tabla 9

¿Qué otras características le gustaría que cuente el nuevo hotel en Galápagos, isla Santa Cruz?

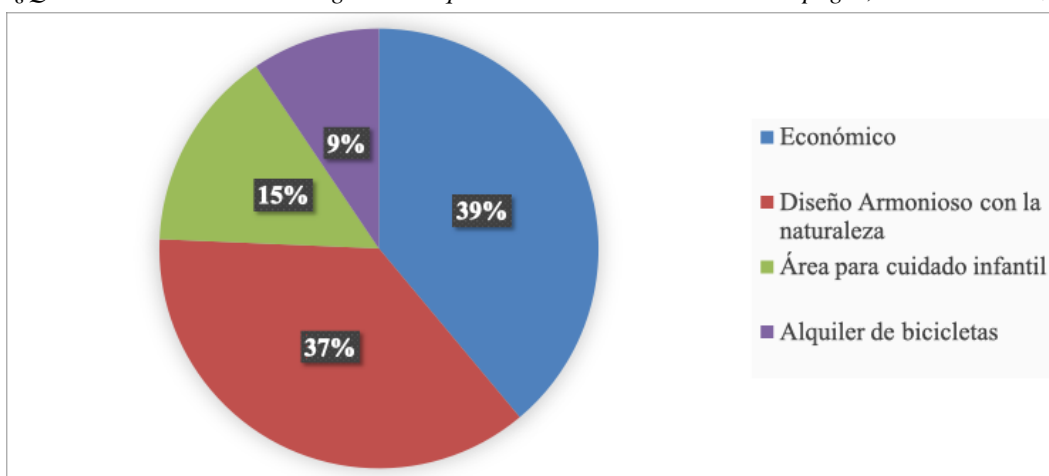
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Económico	144	39%
Diseño Armonioso con la naturaleza	136	37%
Área para cuidado infantil	55	15%
Alquiler de bicicletas	35	9%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 12

¿Qué otras características le gustaría que cuente el nuevo hotel en Galápagos, isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

Los aspectos más deseados para el nuevo hotel son precios económicos (39%) y un diseño armonioso con la naturaleza (37%), además, un área para cuidado infantil es una característica valorada por un segmento notable de los encuestados (15%).

Tabla 10

¿Cuál es el precio diario que paga por el servicio de alojamiento en la isla Santa Cruz?

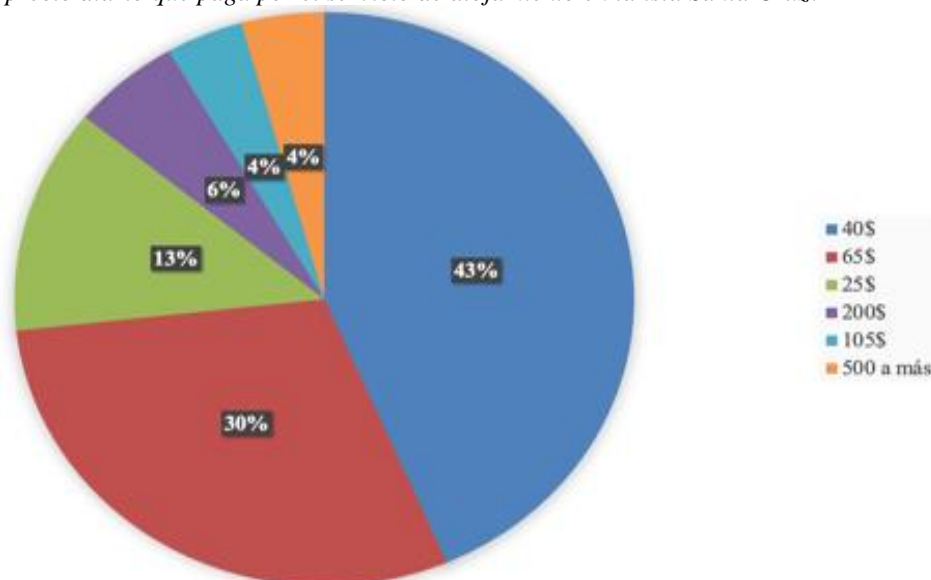
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
40\$	161	43%
65\$	110	30%
25\$	47	13%
200\$	21	6%
105\$	15	4%
500 a más	16	4%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 13

¿Cuál es el precio diario que paga por el servicio de alojamiento en la isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de los turistas paga \$40 diarios por el alojamiento (43%), seguido por \$65 (30%), los precios más bajos (\$25) representan el 13%, mientras que los precios más altos (\$105, \$200 y \$500+) son menos comunes (4% cada uno), esto indica que el rango de \$40 es el más frecuente, sugiriendo que es el precio estándar preferido por la mayoría de los visitantes.

Tabla 11

¿Cuál es el nombre del establecimiento hotelero al que va a llegar, alojarse y tiene la reserva en la isla Santa Cruz?

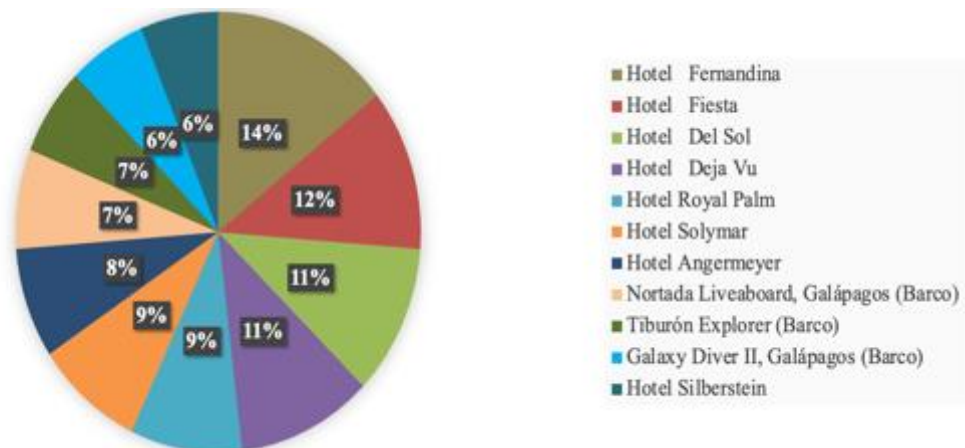
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Hotel Fernandina	53	14%
Hotel Fiesta	44	12%
Hotel Del Sol	41	11%
Hotel Deja Vu	40	11%
Hotel Royal Palm	33	9%
Hotel Solymar	32	9%
Hotel Angermeyer	30	8%
Nortada Liveaboard, Galápagos (Barco)	27	7%
Tiburón Explorer (Barco)	24	7%
Galaxy Diver II, Galápagos (Barco)	23	6%
Hotel Silberstein	23	6%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 14

¿Cuál es el nombre del establecimiento hotelero al que va a llegar, alojarse y tiene la reserva en la isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

El Hotel Fernandina es el más popular con un 14%, seguido por Hotel Fiesta (12%) y Hotel Del Sol (11%), los Hoteles Deja Vu y Royal Palm también tienen una representación significativa, con un 11% y 9%, respectivamente, otros hoteles y barcos como Nortada Liveaboard y Tiburón Explorer tienen una participación menor pero notable, entre el 7%.

Tabla 12

¿Cuál es la duración de su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?

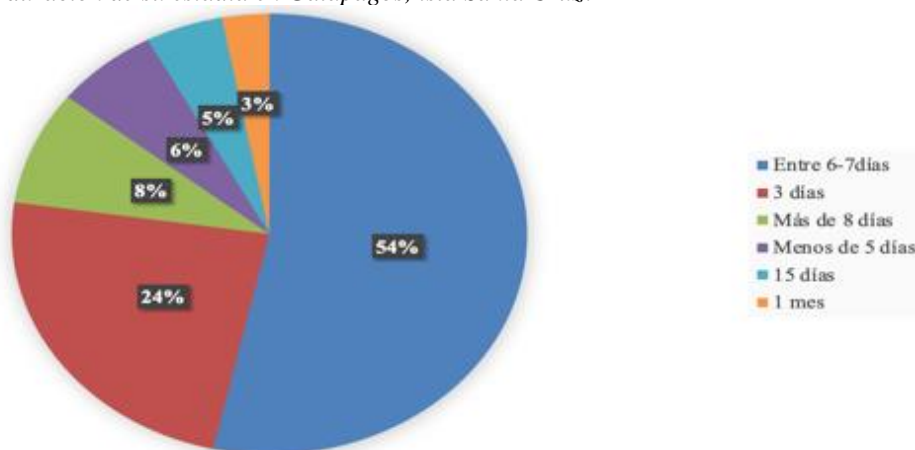
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Entre 6-7 días	198	54%
3 días	88	24%
Más de 8 días	31	8%
Menos de 5 días	24	6%
15 días	18	5%
1 mes	11	3%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 15

¿Cuál es la duración de su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de los turistas (54%) permanece entre 6 y 7 días, lo que sugiere que esta es la duración más preferida, las estancias cortas, de 3 días, constituyen el 24%, mientras que las estancias largas, de más de 8 días, son menos frecuentes, esto indica que una semana es el tiempo ideal para explorar la isla.

Tabla 13

¿Cuál es su presupuesto promedio diario para alojamiento en Galápagos, isla Santa Cruz?

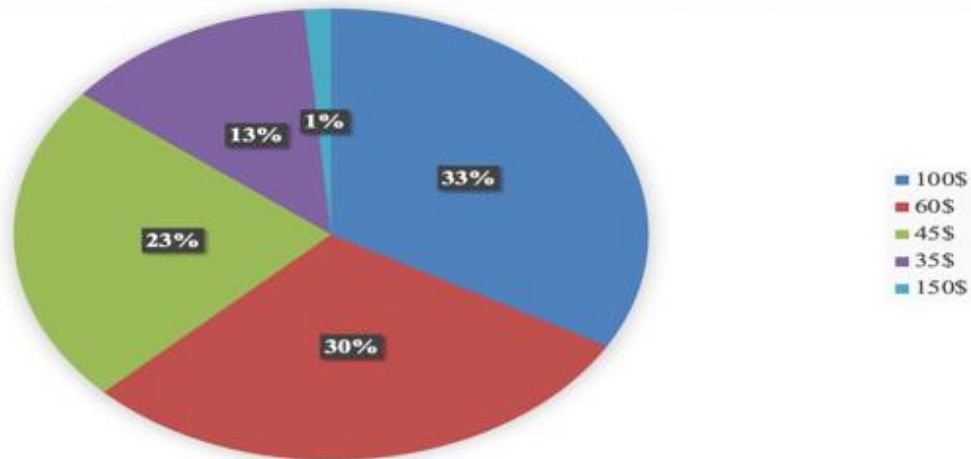
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
100\$	123	33%
60\$	109	30%
45\$	85	23%
35\$	48	13%
150\$	5	1%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 16

¿Cuál es su presupuesto promedio diario para alojamiento en Galápagos, isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de los turistas tiene un presupuesto de \$100 diarios por el alojamiento (33%), seguido por \$60 (30%), los precios de \$45 y \$35 tienen menos representación (23% y 13%, respectivamente), mientras que \$150 es menos común (1%), esto sugiere que los precios más frecuentes para el alojamiento están en el rango de \$60 a \$100.

Tabla 14

¿Por qué medio hace sus reservas de alojamiento?

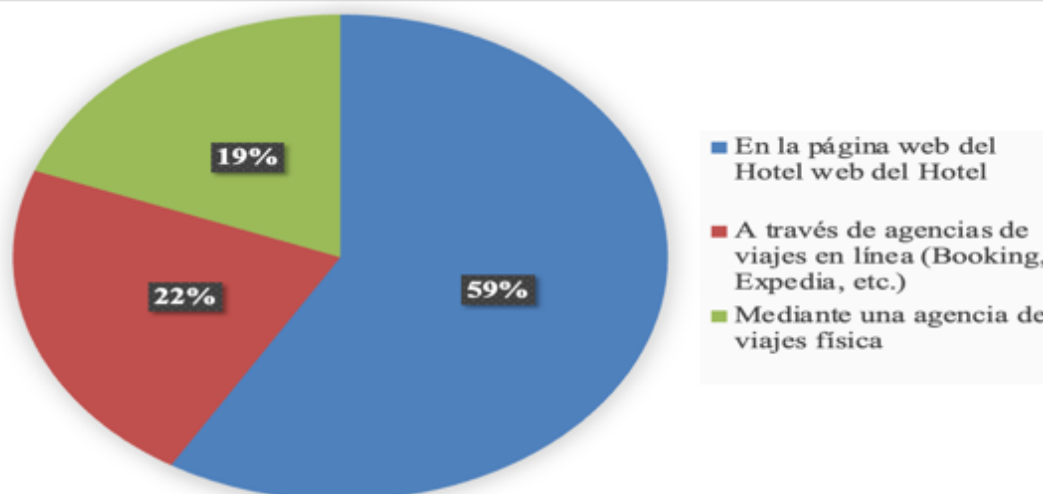
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
En la página web del Hotel web del Hotel	217	59%
A través de agencias de viajes en línea (Booking, Expedia, etc.)	82	22%
Mediante una agencia de viajes física	71	19%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 17

¿Por qué medio hace sus reservas de alojamiento?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayor parte de los visitantes opta por hacer sus reservas de hospedaje utilizando la plataforma en línea del hotel (59%), las reservas a través de portales de viajes en internet constituyen el 22%, mientras que aquellas gestionadas por agencias de viajes tradicionales representan el 19%, estos datos reflejan una clara inclinación por la reserva directa con los hoteles, posiblemente debido a la conveniencia o a las ofertas más atractivas.

Tabla 15

¿Cómo califica usted el hotel donde se aloja en Galápagos, isla Santa Cruz?

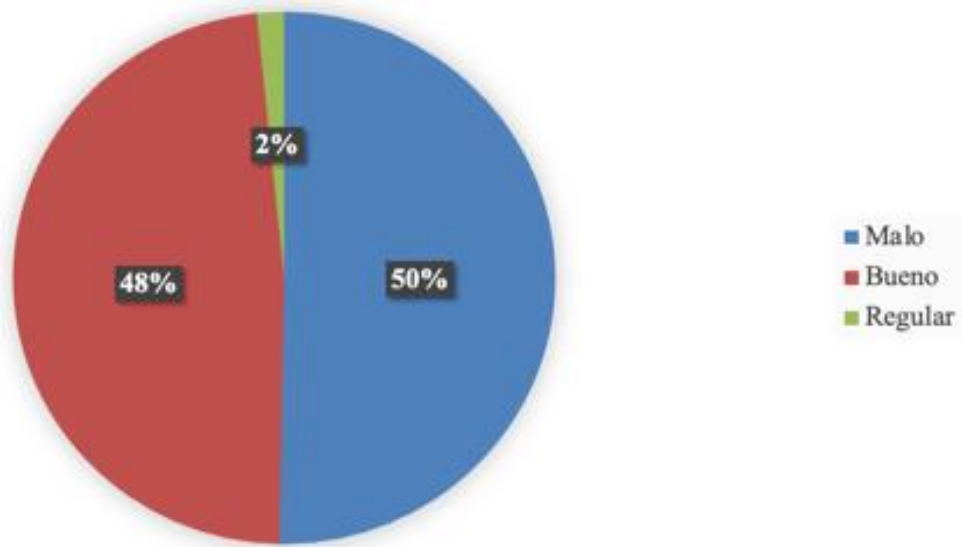
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Malo	186	50%
Bueno	178	48%
Regular	6	2%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 18

¿Cómo califica usted el hotel donde se aloja en Galápagos, isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La mayoría de los turistas evalúa el servicio de alojamiento como malo (50%), un pequeño porcentaje lo considera Regular (2%) seguido por bueno (48%), solo, esto sugiere que, aunque la mayoría tiene una opinión desfavorable del servicio, hay margen para mejorar, especialmente en áreas que podrían pasar de "malo" a "bueno".

Tabla 16

¿Si le ofertaran un servicio de alojamiento diferente en la isla Santa Cruz, usted está dispuesto a adquirirlo?

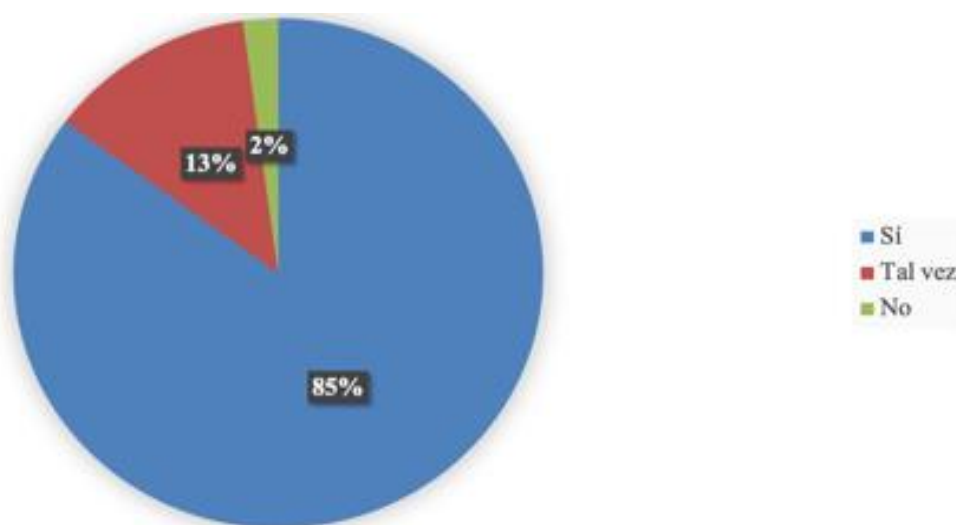
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	315	85%
Tal vez	47	13%
No	8	2%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 19

¿Si le ofertaran un servicio de alojamiento diferente en la isla Santa Cruz, usted está dispuesto a adquirirlo?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Turistas encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e Interpretación

La gran mayoría de los turistas estaría dispuesta a adquirir un nuevo servicio de alojamiento en la isla Santa Cruz si se les ofreciera (85%), un 13% lo consideraría "tal vez", mientras que solo el 2% no estaría interesado, esto indica una alta receptividad a nuevas opciones de alojamiento en la isla.

CONCLUSIONES

- La mayor parte de los visitantes en la isla Santa Cruz son personas con intereses culturales como jóvenes adultos entre 18 y 29 años (60%) y prefieren alojamientos convencionales como hoteles (60%), la mayoría opta por habitaciones individuales (67%) y paga un promedio de \$40 diarios por su alojamiento, esto sugiere una clara preferencia por una oferta de alojamiento que combine confort, accesibilidad y flexibilidad en la habitación.
- Los turistas visitan principalmente por turismo (46%), y la mayoría califica su alojamiento como malo (50%), con una alta disposición (85%) a considerar nuevas opciones si se les ofrecieran, esto indica una oportunidad para mejorar la calidad del servicio y adaptar la oferta a las expectativas cambiantes de los turistas.
- Los turistas provienen mayoritariamente de Ecuador (34%), Estados Unidos (26%) y Alemania (16%), la mayoría realiza reservas directamente a través de la página web del hotel (59%), lo que resalta la relevancia de contar con una presencia en línea efectiva, además, la duración promedio de la estadía es de 6 a 7 días, los nombres de los establecimientos más reservados incluyen el Hotel Fernandina y el Hotel Fiesta.

RECOMENDACIONES

- Dado que el 60% de los turistas son jóvenes adultos, los servicios y actividades deben estar orientados a este grupo demográfico, ofrecer experiencias de aventura, eventos sociales, alojamientos que prioricen la comodidad, flexibilidad, como camas individuales, puede mejorar la atracción - la satisfacción de este segmento, también es beneficioso ofrecer tarifas competitivas y promociones para estancias prolongadas, ajustadas al rango de \$40 a \$65 por noche.
- Con una evaluación predominantemente regular del servicio de alojamiento, es esencial centrarse en la mejora de la calidad, invertir en capacitación del personal, optimizar los servicios puede elevar la percepción entre servicio de "malo" a "bueno", además desarrollar nuevos alojamientos que tengan distintivos deseados, como precios económicos, un diseño armonioso con la naturaleza, puede atraer la atención de los visitantes y cumplir con sus expectativas.
- La alta preferencia por reservas directas (59%) requiere mejorar las plataformas en línea para hacerlas más intuitivas, además dado que el 85% de los turistas están abiertos a nuevas opciones es crucial desarrollar ofertas innovadoras, como opciones económicas, familiares, para atraer a más visitantes y satisfacer mejor sus necesidades.

4.1.2. Encuesta dirigida a los ofertantes de servicio de hospedaje en Galápagos, isla Santa Cruz.

Tabla 17

¿Dónde está ubicado su Alojamiento?

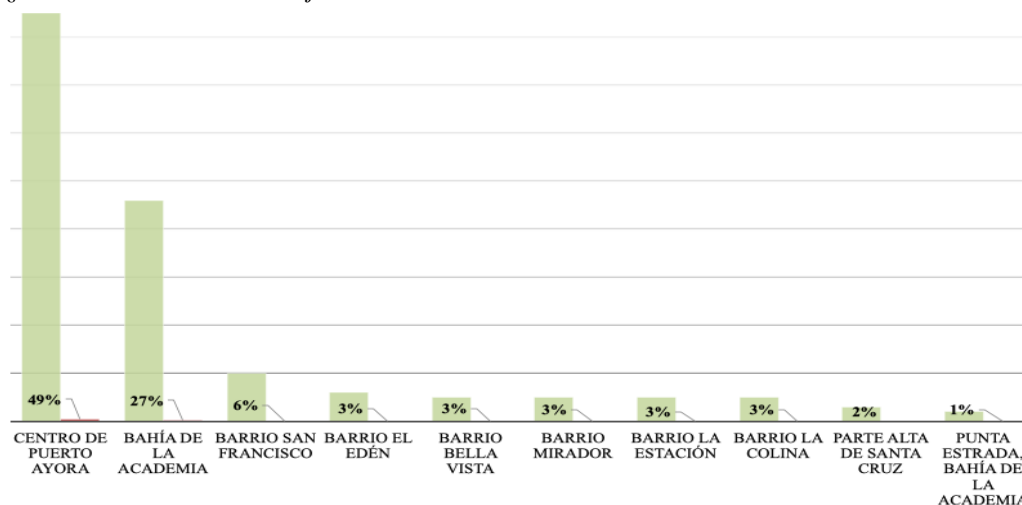
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Centro de Puerto Ayora	85	49%
Bahía de la Academia	46	27%
Barrio San Francisco	10	6%
Barrio El Edén	6	3%
Barrio Bellavista	5	3%
Barrio Mirador	5	3%
Barrio La Estación	5	3%
Barrio La Colina	5	3%
Parte alta de Santa Cruz	3	2%
Punta Estrada, Bahía de la Academia	2	1%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 20

¿Dónde está ubicado su Alojamiento?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

La mayoría de los alojamientos en isla Santa Cruz están en el centro de Puerto Ayora (49%), seguido por la zona marítima de Bahía de la Academia (27%), los barrios periféricos tienen una presencia menor, con un 15%, lo que resalta la preferencia por ubicaciones centrales, tanto para turistas nacionales como internacionales.

Tabla 18

¿Indique la clasificación de su Alojamiento?

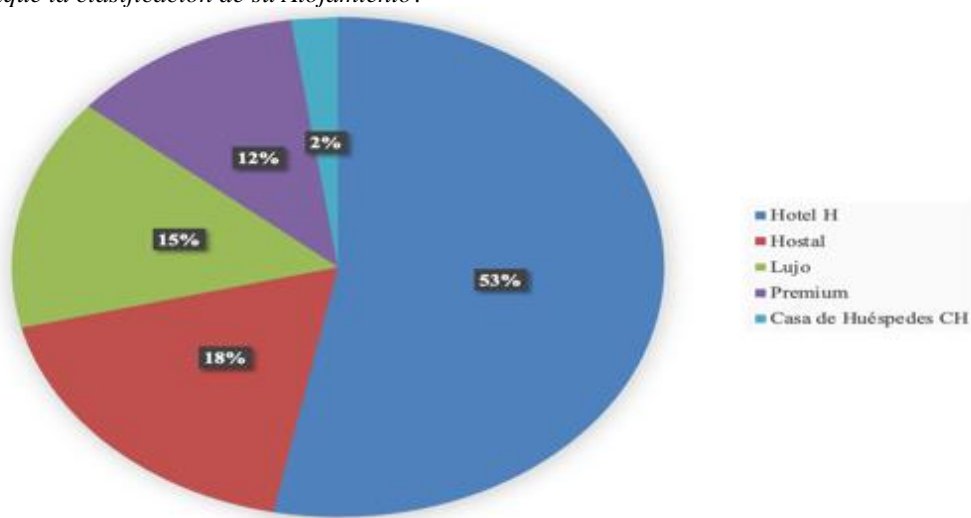
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Hotel H	92	53%
Hostal	31	18%
Lujo	26	15%
Premium	20	12%
Casa de Huéspedes CH	4	2%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 21

¿Indique la clasificación de su Alojamiento?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

La mayoría de los alojamientos son hoteles (53%), seguidos por hostales (18%), lujo (15%), los premium, casas de huéspedes son menos comunes, mientras que los lodges tienen la menor representación, la oferta se centra en hoteles con opciones para comodidad y lujo.

Tabla 19

¿Indique la infraestructura que tiene su Alojamiento?

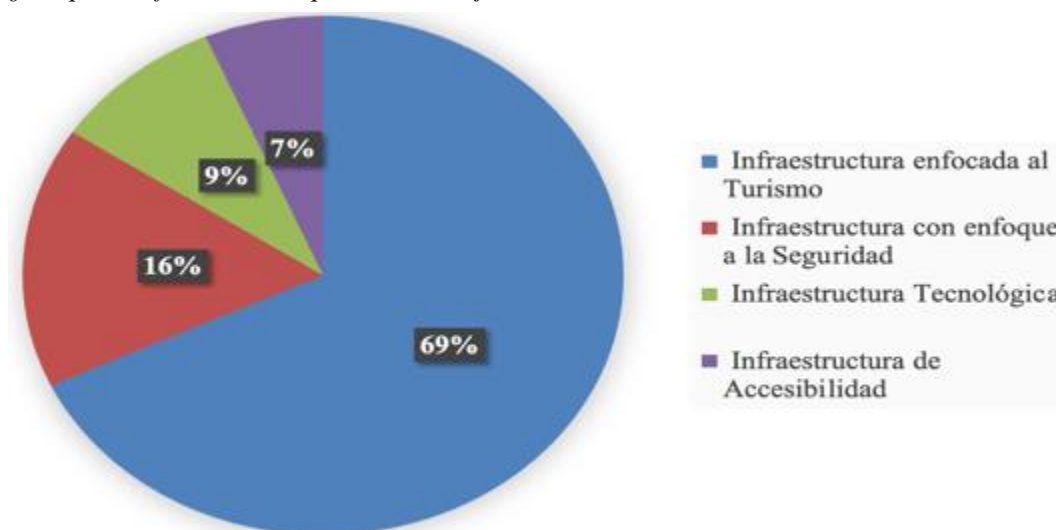
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Infraestructura enfocada al Turismo	117	69%
Infraestructura con enfoque a la Seguridad	28	16%
Infraestructura Tecnológica	16	9%
Infraestructura de Accesibilidad	11	6%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 22

¿Indique la infraestructura que tiene su Alojamiento?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

El 69% de los alojamientos están enfocados en turismo destacando como prioridad la mejora continua de la calidad del servicio, solo el 6% se centra en accesibilidad y el 9% en tecnología indicando áreas a mejorar, la seguridad con un 16% es importante pero menos común.

Tabla 20

¿Cuántas habitaciones tiene usted en su alojamiento?

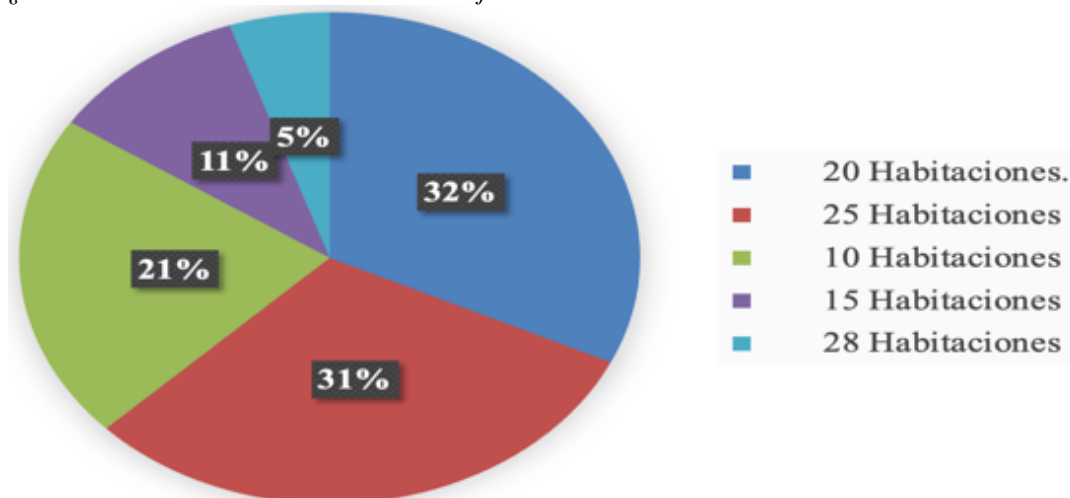
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
20 habitaciones.	55	32%
25 habitaciones	53	31%
10 habitaciones	37	21%
15 habitaciones	18	11%
28 habitaciones	9	5%
Total	170	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 23

¿Cuántas habitaciones tiene usted en su alojamiento?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

La mayoría de los hoteles tienen 20 habitaciones (32%) o 25 habitaciones (31%) indicando una preferencia por tamaños moderados, los hoteles más pequeños con 10 y 15 habitaciones representan el 21% y 11% respectivamente, mientras que los más grandes con 28 habitaciones son menos comunes (5%).

Tabla 21

¿Cuál es el precio que cobra por el servicio que oferta diariamente?

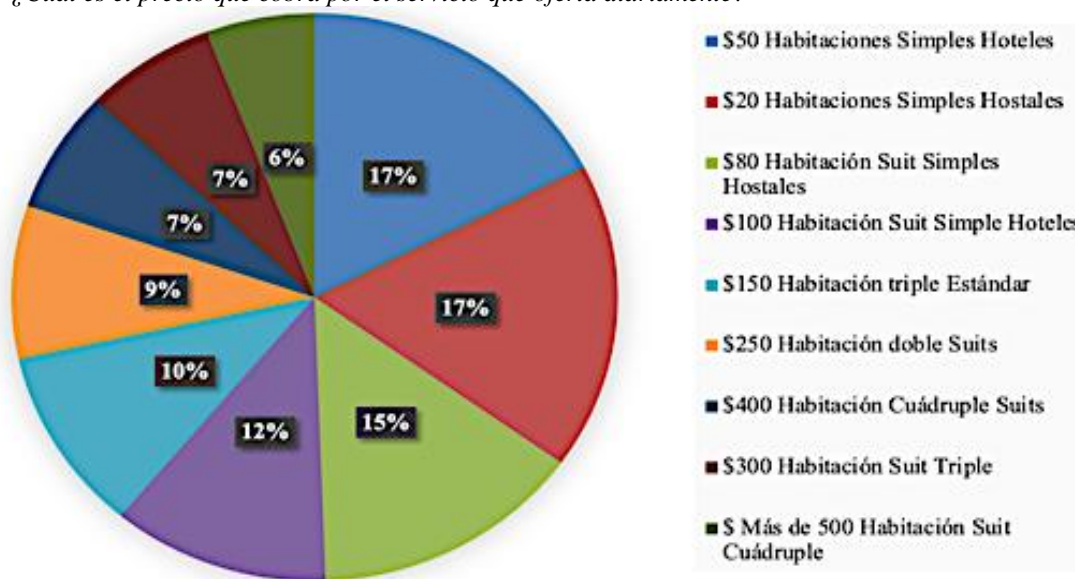
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
\$50 Habitaciones Simples Hoteles	30	17%
\$20 Habitaciones Simples Hostales	30	17%
\$80 Habitación Suit Simples Hostales	25	15%
\$100 Habitación Suit Simple Hoteles	20	12%
\$150 Habitación triple Estándar	18	10%
\$250 Habitación doble Suits	15	9%
\$400 Habitación Cuádruple Suits	12	7%
\$300 Habitación Suit Triple	12	7%
\$ Más de 500 Habitación Suit Cuádruple	10	6%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 24

¿Cuál es el precio que cobra por el servicio que oferta diariamente?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

El análisis muestra que el 34% de los establecimientos tienen precios entre \$20 y \$50, los precios más altos (\$400 y más de \$500) representan solo el 13%, para alinearse con las preferencias del mercado considera precios en el rango de \$20 a \$50.

Tabla 22

¿Cuál es la tasa promedio de ocupación en el último mes?

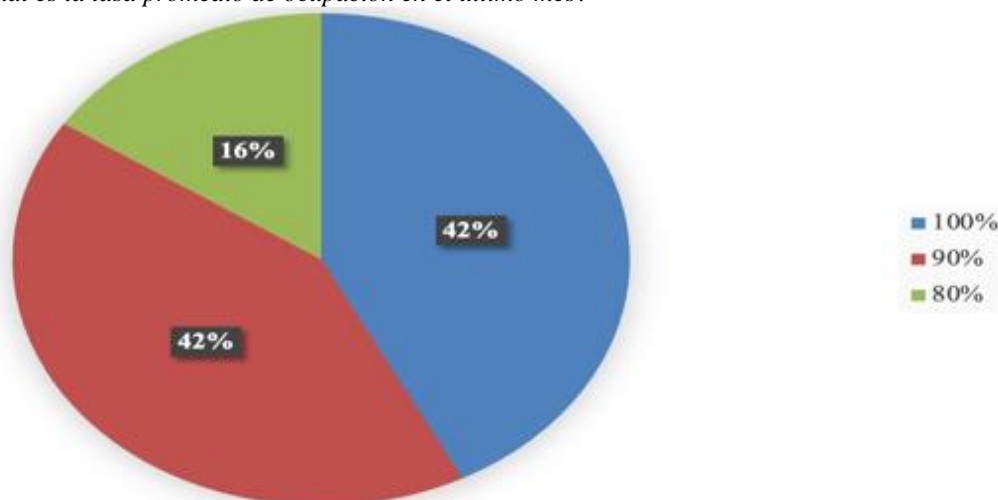
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
100%	73	42%
90%	72	42%
80%	27	16%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 25

¿Cuál es la tasa promedio de ocupación en el último mes?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

El 84% de los establecimientos están operando con una ocupación del 90% o 100%, lo que refleja una demanda sólida en el mercado, solo el 16% de los establecimientos tienen una ocupación del 80%, indicando que estos podrían necesitar tácticas adicionales para mejorar su rendimiento.

Tabla 23

¿Qué servicios adicionales ofrece su Alojamiento?

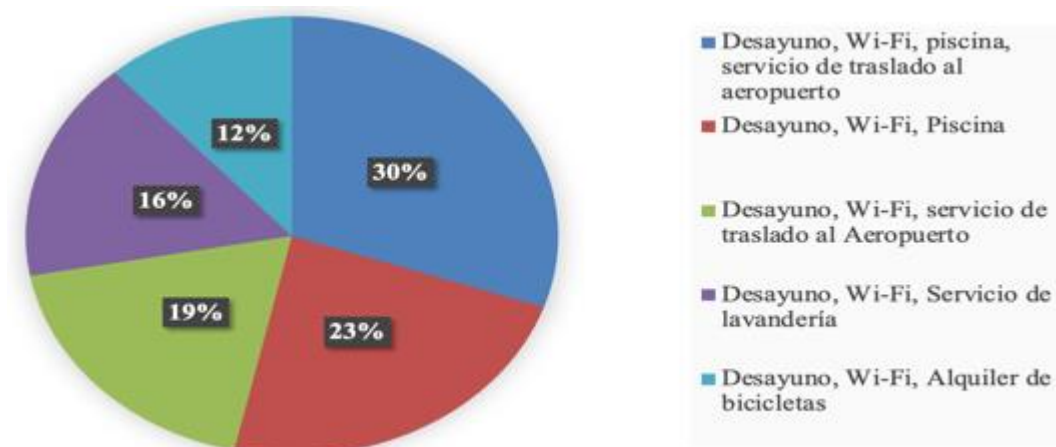
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Desayuno, Wi-Fi, piscina, servicio de traslado al aeropuerto	52	30%
Desayuno, Wi-Fi, Piscina	40	23%
Desayuno, Wi-Fi, servicio de traslado al Aeropuerto	32	19%
Desayuno, Wi-Fi, Servicio de lavandería	28	16%
Desayuno, Wi-Fi, Alquiler de bicicletas	20	12%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 26

¿Qué servicios adicionales ofrece su Alojamiento?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

La mayoría de los visitantes (30%) prefieren alojamientos que ofrezcan desayuno, Wi-Fi, piscina y traslado al aeropuerto, otros combinan desayuno, Wi-Fi y piscina (23%) o traslado al aeropuerto (19%), los servicios de lavandería (16%) y alquiler de bicicletas (12%) son menos demandados.

Tabla 24

¿Cuáles son los principales desafíos operativos que enfrenta su Alojamiento?

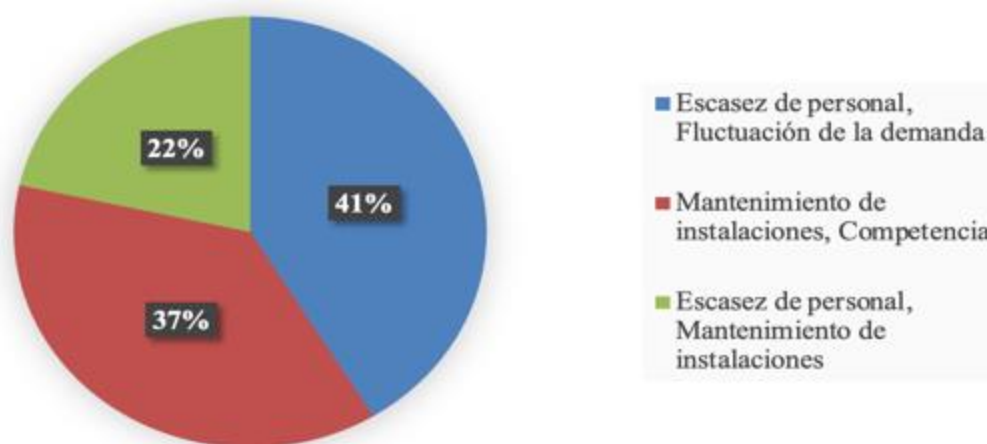
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Escasez de personal, Fluctuación de la demanda	71	41%
Mantenimiento de instalaciones, Competencia	64	37%
Escasez de personal, Mantenimiento de instalaciones	37	22%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 27

¿Cuáles son los principales desafíos operativos que enfrenta su Alojamiento?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

El 41% de los hoteles enfrenta escasez de personal y fluctuación de demanda, el 37% confronta mantenimiento de instalaciones y competencia, el 22% enfrenta problemas combinados de personal y mantenimiento.

Tabla 25

¿Cómo se diferencia su Alojamiento de la competencia en la isla Santa Cruz?

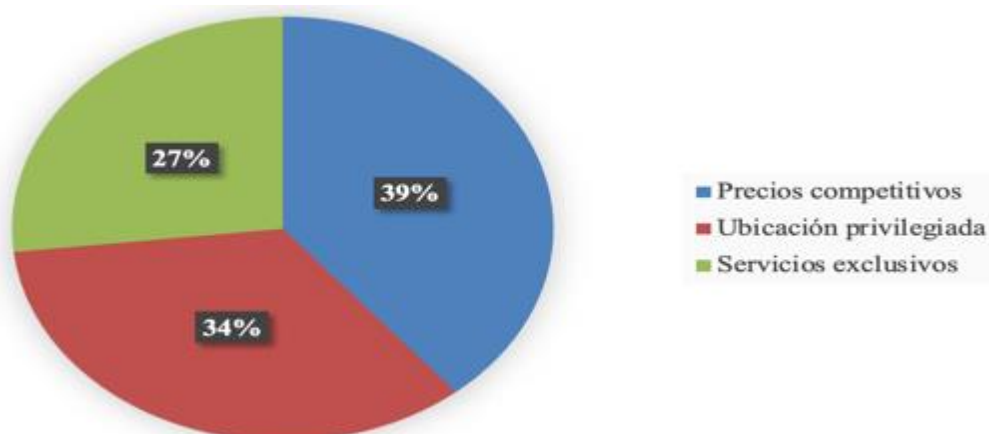
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Precios competitivos	67	39%
Ubicación privilegiada	59	34%
Servicios exclusivos	46	27%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa, provincia de Galápagos.

Figura 28

¿Cómo se diferencia su Alojamiento de la competencia en la isla Santa Cruz?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

Los principales diferenciadores del alojamiento son servicios exclusivos a precios competitivos (39%), y ubicación privilegiada (34%), mientras que la combinación de servicios exclusivos (27%) también es significativa.

Tabla 26

¿Ha notado algún cambio significativo en la demanda o en las tendencias de los turistas en los últimos años?

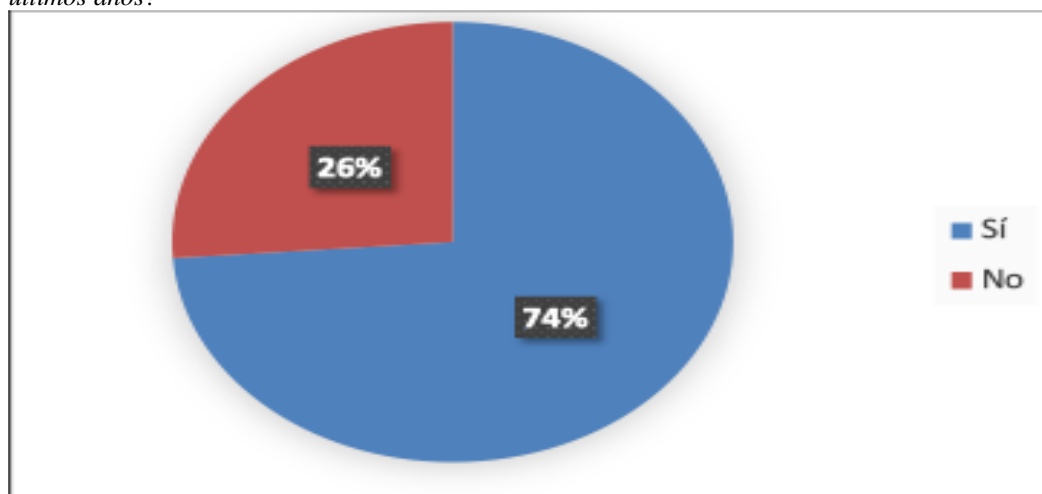
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	127	74%
No	45	26%
Total	172	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Figura 29

¿Ha notado algún cambio significativo en la demanda o en las tendencias de los turistas en los últimos años?



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Nota: Hoteleros encuestados en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Análisis e interpretación

El 74% de los encuestados ha notado cambios significativos en la demanda o en las tendencias de los turistas en los últimos años, en contraste, el 26% no ha observado tales cambios.

CONCLUSIONES

- La mayoría de los alojamientos están ubicados en el centro de Puerto Ayora (49%) y en Bahía Academia (27%), la oferta se concentra en hoteles (53%) con tamaño promedio de entre 10 y 15 habitaciones, esto sugiere que las ubicaciones centrales y el tamaño moderado son preferidos por los turistas.
- La combinación de servicios exclusivos y precios competitivos es la principal estrategia diferenciadora (39%), los precios más comunes están entre \$20 y \$50, la mayoría de los establecimientos tienen una ocupación alta, del 90% o más, lo que indica una sólida demanda y una oferta bien ajustada a las expectativas del mercado.
- Los principales desafíos son la escasez de personal, la fluctuación de la demanda (41%), el mantenimiento de instalaciones, la competencia (37%), además, la mayoría ha observado cambios significativos en la demanda, así mismo en las tendencias de los turistas, lo que indica que los proveedores deben adaptarse a nuevas exigencias del mercado.

RECOMENDACIONES

- Dado que la mayoría de turistas prefieren alojamientos en el centro de Puerto Ayora, los proveedores deben considerar la ubicación central como una ventaja competitiva, además, con una oferta predominante de hoteles, los nuevos alojamientos podrían beneficiarse al ofrecer servicios distintos e innovadores para destacarse en un mercado competitivo.
- Dado que la mayoría de establecimientos tienen precios entre \$20 y \$50 con presentan alta ocupación, se recomienda establecer los mismos de acuerdo a variables que definen el mercado.
- Ofrecer servicios adicionales básicos como desayuno buffet gratis, Wi-Fi, los precios competitivos puede mejorar la competitividad, abordar desafíos como escasez de personal, mantenimiento de instalaciones mediante inversión en recursos y formación, además, ajustarse a las variaciones en la demanda.

CAPÍTULO V.

PROPUESTA

5.1 Tema

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

5.2 Objetivo de la propuesta

Desarrollar el estudio de mercado, técnico, organizacional-administrativo, económico-financiero, de evaluación ambiental para la creación de un hotel en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, para el período 2024-2028.

5.3 Estudio de mercado

La investigación de mercado es esencial para comprender a fondo las dinámicas del sector turístico en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, mediante la recolección, estudio de datos sobre la demanda de hospedaje, la competencia en el sector hotelero local, la valoración de los canales de distribución, lograremos una visión precisa de las oportunidades existentes, esta información facilitará la toma de decisiones estratégicas sólidamente fundamentadas y otorgará una ventaja competitiva al nuevo hotel durante el período 2024-2028.

5.3.1 Definición del producto

Nuestro producto es un hotel exclusivo en la isla Santa Cruz, diseñado para ofrecer una experiencia de alta calidad en atención al cliente, y alojamiento; cada detalle, desde el diseño arquitectónico y operativo, está cuidadosamente planificado para proporcionar estancias memorables, nos enfocamos en crear un ambiente armonioso que permita a los visitantes disfrutar al máximo su tiempo en la isla, este enfoque distintivo busca satisfacer las necesidades específicas de nuestros huéspedes, igualmente ofrecer una experiencia superior en comparación con otras opciones de alojamiento en la isla Santa Cruz.

El Hotel cuenta con 12 habitaciones en un terreno de 500 metros cuadrados: 6 habitaciones simples y 6 dobles, cada habitación tiene una cama de una plaza y media o de dos plazas, colchón, sábanas, dos almohadas por cama, un velador, un televisor, baño privado con agua caliente, además, el hotel contará con un restaurante con 18 sillas, 4 mesas, una cocina equipada sencillamente, también dispondrá de un área social, zona Wi-Fi, estacionamiento e internet.

5.3.2 Análisis de la demanda y proyecciones

El análisis de la demanda es esencial para la elaboración de nuestro Plan de Negocios el procedimiento incluye la evaluación detallada de las preferencias, necesidades y patrones de comportamiento de los consumidores respecto a nuestros productos, proporcionando así una base sólida para la toma de decisiones estratégicas que maximicen el rendimiento en el mercado.

5.3.3 Cálculo de la demanda actual

Calcular la demanda actual implica estimar cuántos productos o servicios los consumidores están comprando o planean comprar en un momento específico en un mercado en particular, este análisis se realiza para comprender el verdadero nivel de demanda actual, lo cual es fundamental para la toma de decisiones en el ámbito empresarial.

Tabla 27
Demanda de Hospedaje en Galápagos, isla Santa Cruz año 2024

DEMANDA			
TABLA	PREGUNTA	RESPUESTAS	%
6	¿Qué tipo de alojamiento prefiere durante su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?	Hostal	17
15	¿Cómo califica usted el hotel donde se aloja en Galápagos, isla Santa Cruz?	Regular y Malo	52
16	¿Si le ofertaran un servicio de alojamiento diferente en la isla Santa Cruz, usted está dispuesto a adquirirlo?	SÍ	85
7	¿Qué tipo de habitación prefiere?	Habitaciones individuales y dobles	84
9	¿Qué otras características le gustaría que cuente el nuevo hotel en Galápagos, isla Santa Cruz?	Económico	39
Total			277
Promedio			55,40%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Tabla 28
Determinación de la Demanda Actual

Universo	Promedio	Demanda Actual
22.000 (Población total de turistas año 2023, Mes de Enero)	55,40%	12.188,00

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Mercado Meta

Universo por promedio de preguntas

$22.000 \times 55,40\% = 12.188,00$ Personas que prefieren hotel.

Tabla 29
Demanda Potencial

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Entre 6-7días	198	54%
3 días	88	24%
Más de 8 días	31	8%
Menos de 5 días	24	6%
15 días	18	5%
1 mes	11	3%
Total	370	100%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Entre 6-7días	6522	1763%
3 días	2899	783%
Más de 8 días	1021	276%
Menos de 5 días	791	214%
15 días	593	160%
1 mes	362	98%
Total	12188	3294%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Categoría	Frecuencia		
Entre 6-7días	6522	7	45.655
3 días	2899	3	8.696
Más de 8 días	1021	8	8.169
Menos de 5 días	791	5	3.952
15 días	593	15	8.893
1 mes	362	30	10.870
Total	12188		86.238,34

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.3.4 Demanda futura

Proyección de la demanda

Con el propósito de proyectar y estimar la demanda venidera, es necesario emplear la fórmula del monto, ya que disponemos de la Demanda Actual para el año 2024 y una tasa de crecimiento poblacional del 1,16% (dato de Censo Ecuador).

De esta forma se expresa la ecuación para determinar el monto y los intereses: $M = C(1+i)^n$, con esta fórmula se realiza el cálculo de la Demanda Futura, la cual se presenta de la siguiente forma:

$$DF = DA (1+i)^n$$

Tabla 30

Demanda futura datos

DF =	Demanda Futura
DA =	Demanda Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,16%)
n =	# de años

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Tabla 31

Demanda futura cálculo

AÑO	DEMANDA
2024	86.238
2025	87.239
2026	88.251
2027	89.274
2028	90.310

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

5.3.5 Análisis de la Oferta y Proyecciones

Se ha determinado que en la isla Santa Cruz ciudad de Puerto Ayora Hoteles la mayoría de alojamientos no brindan un buen servicio de atención al cliente para los huéspedes.

Para calcular la oferta hemos considerado las preguntas N° 6,7,11,15,16 referentes a gustos y preferencias de alojamiento en la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos.

Tabla 32

Cálculo de la oferta actual de Hospedaje en Galápagos, isla Santa Cruz año 2024

TABLA	PREGUNTA	RESPUESTA	%
6	¿Qué tipo de alojamiento prefiere durante su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?	Hotel	41,5
7	¿Qué tipo de habitación prefiere?	Suites	14
11	¿Cuál es el nombre del establecimiento hotelero al que va a llegar, alojar y tiene la reservación?	Hotel	100
15	¿Cómo califica usted el hotel donde se aloja en Galápagos, isla Santa Cruz?	Bueno	48
16	¿Si le ofertaran un servicio de alojamiento diferente en la isla Santa Cruz, usted está dispuesto a adquirirlo?	No y Talvez	15
Total			218,5
Total Promedio			43,70

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Tabla 33

Determinación de la oferta Actual

Demanda	Oferta Actual
100.036,47	43,70 43.716

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

5.3.6 Oferta futura

Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta venidera, se lleva a cabo de manera similar a como calculamos la demanda, utilizando la fórmula del monto y aplicando el 1,52 % correspondiente al incremento poblacional, extraído del INEC y el Gobierno Central, de esta manera:

La expresión matemática que representa el total a pagar es la siguiente: $M=C(1+i)^n$.

$$OF = OA (1+i)^n$$

Tabla 34
Oferta futura datos

OF =	Oferta Futura
OA =	Oferta Actual
1 =	Constante
i =	% de crecimiento poblacional (1,16%)
n =	# de años

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Tabla 35
Proyección de la oferta

Año	Oferta Proyectada
2024	43.716
2025	44.223
2026	44.736
2027	45.255
2028	45.780

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

5.3.7 Balance oferta-demanda

Tabla 36

Balance oferta-demanda

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DÉFICIT O SUPERÁVIT
2024	86.238	43.716	42.522
2025	87.239	44.223	43.016
2026	88.251	44.736	43.515
2027	89.274	45.255	44.019
2028	90.310	45.780	44.530

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Capacidad de producción u oferta

Tabla 37

Capacidad de producción

Servicio	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Alojamiento	12	84	372	4.380
	personas	personas	personas	personas
Desayuno tipo Buffet Gratis para Huéspedes	12	84	372	4.380
	personas	personas	personas	personas
Lavandería (Lavar)	24	168	744 docenas	8.760
	docenas	docenas		docenas
Lavandería (Secar)	24	168	744 docenas	8.760
	docenas	docenas		docenas
Total, Lavandería	48	336	1,488	17.520
	docenas	docenas	docenas	docenas

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

5.3.8 Análisis de precios

Tabla 38

Competidores hoteleros

Competidor	Descripción	Precio en el mercado (por persona, por noche)
Hotel Santa Fe	Las áreas del hotel incluyen una piscina, una sala de juegos y una sala de fogata de uso exclusivo para los huéspedes.	\$83
Hotel Capitán Max B&B.	Las áreas del hotel incluyen una piscina y una zona de estar de uso exclusivo para los huéspedes.	\$83
Hotel The Bamboo	Las áreas del hotel incluyen una cancha en la parte frontal, adecuada para niños, así como una terraza al aire libre multiusos, áreas de descanso y un salón de uso exclusivo para los huéspedes.	\$72

Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

En la región de Galápagos, en la isla Santa Cruz, concretamente en la localidad de Puerto Ayora, en la urbanización alborada los hoteles ofrecen diversas opciones para los viajeros, el Hotel Capitán Max B&B y el Hotel Santa Fe tienen tarifas de \$83 por persona la noche, brindando una variedad de servicios y actividades, por su parte, el Hotel The Bamboo ofrece una tarifa competitiva de \$72 por persona la noche, nuestro hotel se destacará al ser el más económico de todos, combinando un servicio de alta calidad, superando a la competencia en términos de relación calidad-precio y atención al cliente.

5.3.9 Comercialización y Promoción

Canales Directos: Estos canales permiten un contacto directo con los huéspedes, ofreciendo una experiencia personalizada y sin intermediarios, el 70% de las reservas se realizan a través de la página web del hotel, por teléfono, en persona al llegar o mediante Data Fax.

Figura 30

Canales Directos



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Canales Indirectos: Mediante este canal se pretende vender un 10% de las reservas de hospedaje del hotel, las ventas se gestionan a través de agentes intermedios como agencias de viajes, empresas turísticas y plataformas de reserva en internet.

Figura 31
Canales Indirectos



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Canales de Promoción:

Canales Digitales: Mediante este canal se pretende vender un 10% de las reservas de hospedaje, incluyen la página web del hotel, plataformas de reservas en línea, redes sociales como Tik Tok, Instagram y Facebook.

Figura 32
Canales de Promoción



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Canales Tradicionales: Mediante este canal se pretende vender un 2% de las reservas de hospedaje, incluyen medios radiales, materiales impresos, publicidad en revistas turísticas, utilizados para llegar a un público más amplio y diverso.

Figura 33
Canales Tradicionales



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Canales de Eventos: Mediante este canal se pretende vender un 8% de las reservas de hospedaje, e involucra asistir a eventos turísticos para dar a conocer el hotel y crear vínculos con agentes de viajes y posibles clientes.

Figura 34
Canales de Eventos



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Normas Sanitarias Aplicables: La ejecución del proyecto se llevará a cabo de acuerdo con las normativas vigentes de higiene y saneamiento ambiental, siguiendo los principios de conservación y protección del entorno establecidos por el Ministerio de Salud.

5.3.10 Análisis de competidores en la zona

En Galápagos en la isla Santa Cruz, en el sector de Puerto Ayora, los hoteles presentan diversas opciones para los viajeros, el Hotel Galápagos Cottages se destaca en el segmento de lujo con instalaciones exclusivas a un precio elevado de \$242 por persona por noche, el Hotel The Bamboo y Hotel Santa Fe ofrecen opciones más accesibles, con tarifas de \$72 y \$83 por persona por noche respectivamente, proporcionando una variedad de servicios y actividades, el Hotel Capitán Max B&B también tiene una tarifa competitiva de \$83 por persona por noche, con comodidades básicas como piscina y zona de estar, nuestro hotel se diferenciará ofreciendo un bajo costo de hospedaje por noche, combinado con un servicio de alta calidad, superando a la competencia en cuanto a relación calidad-precio y atención al cliente.

El Hotel Ruta Tortuga Bay

El hotel se construirá en Galápagos utilizando hierro, cemento y bloque, el proyecto cumplirá con la Constitución de Ecuador, las normativas específicas del Parque Nacional Galápagos y la Autoridad Ambiental del Galápagos (DPNG), para garantizar el respeto por el medio ambiente y la comunidad local.

El objetivo del Hotel Ruta Tortuga Bay es brindar servicios de alta calidad, destacándose por una atención al cliente excepcional, instalaciones de primera categoría, y precios más accesibles en comparación con la competencia, la estrategia mencionada tiene como objetivo resaltar la presencia en el mercado y captar a una clientela más amplia.

Es importante señalar que, aunque hay competencia directa e indirecta en la isla Santa Cruz, Barrio Alborada lugar cerca a la Playa tortuga bay, esta competencia no cubre completamente la demanda actual de turistas en la isla, a pesar de que la mayoría de los hoteles locales ofrecen áreas de descanso y zonas recreativas, por ello, la capacidad de atraer a todos los segmentos del mercado se ve restringida por los elevados costos y la baja calidad en la atención al cliente.

El Hotel Ruta Tortuga Bay aprovechará esta oportunidad ofreciendo tarifas competitivas, un servicio superior para atraer a más clientes y destacarse en el mercado.

5.3.11 Producto/Servicio a Ofrecer

- a) 12 habitaciones que disponen de baño privado, están totalmente amuebladas. equipadas con wifi, teléfono, aire acondicionado y televisión.
- b) Servicio de buffet.
- c) Salas de relajaciones.
- d) Servicio de lavado y planchado en el Hotel

5.3.12 Nombre comercial del Alojamiento

Hotel Ruta Tortuga Bay S.A.S.

5.3.13 Logotipo del Hotel

Figura 35

Logotipo



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Slogan del Hotel:

Descanso y naturaleza en el corazón de Galápagos.

5.3.14 Precio

Los precios y servicios ofrecidos serán:

a. Hospedaje: \$64 por noche por persona la habitación simple y \$100 la habitación doble.

a. Desayuno buffet gratuito.

Nota: Los precios definidos por el propietario no incluyen el 15% de impuestos aplicables.

5.3.15 Formas de pago

Para poder reservar su alojamiento, los huéspedes deberán abonar el 50% del importe total como anticipo, ya sea por línea telefónica, internet o Data Fax, también se puede abonar el 100% del monto total en el momento de la reserva, el 50% restante, en caso de haber pagado solo el depósito, se debe abonar al momento del check-in, los costos adicionales por otros servicios o productos se cargarán en el momento en que se soliciten, si un visitante llega sin reserva, deberá pagar el monto total al momento del check-in.

Formas de pago aceptadas:

Efectivo (se acepta el pago completo en efectivo, ya sea para reservas o al momento del check-in).

Tarjeta de crédito.

Tarjeta de débito.

Transferencias bancarias.

Data Fax.

5.3.16 Plaza

El proyecto turístico de alojamiento, Hotel Ruta Tortuga Bay, se ubicará en Puerto Ayora, cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos, la propiedad contará con instalaciones, acabados de primera calidad, además, el hotel dispondrá de personal capacitado en cantidad suficiente para cumplir con las normativas legales y especificaciones técnicas, ofreciendo un servicio de atención al cliente de alta calidad y diferenciándose así de la competencia.

Directos: Reservas a través del sitio web, teléfono, en persona o Data Fax, esto permite un contacto personalizado y evita comisiones de terceros, maximizando el control sobre la experiencia del huésped.

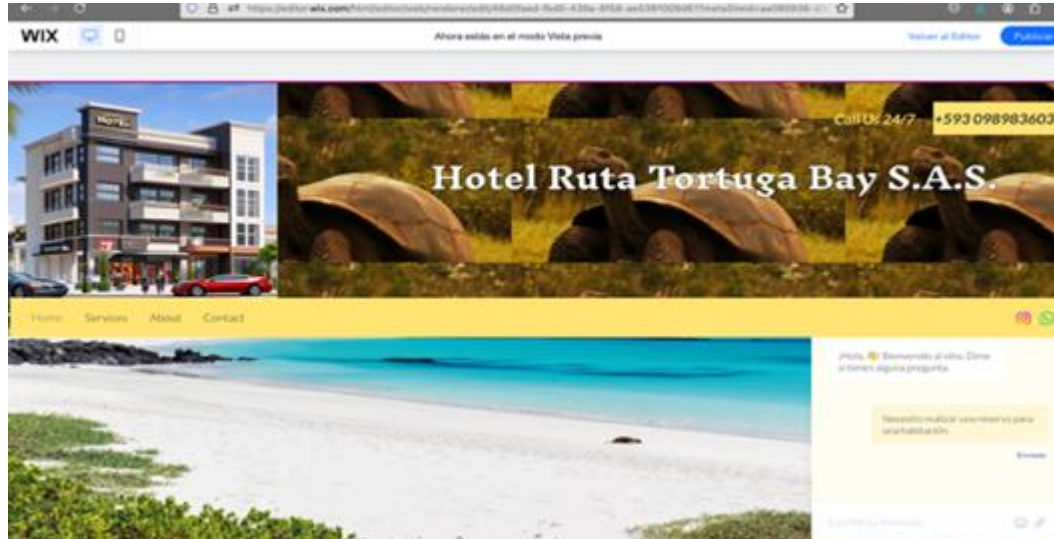
Indirectos: Convenios con agencias de viajes, operadores turísticos, medios de transporte como buses y taxis, esto amplía el alcance del mercado, facilita el acceso de los huéspedes, contribuye a la sostenibilidad del negocio al aprovechar redes y recursos externos.

5.3.17 Primera táctica

Creación de la página web del hotel

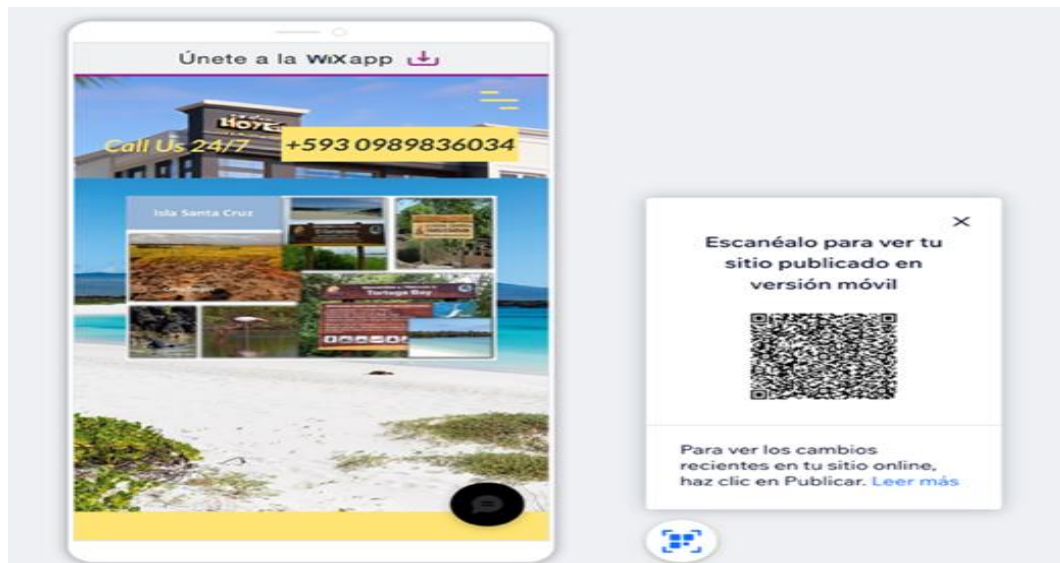
La creación de la página web es una estrategia clave para el hotel ya que funcionará como la principal plataforma de información, reserva para los clientes, con un diseño atractivo y fácil de navegar, la página web permitirá a los visitantes conocer los servicios ofrecidos, realizar reservas en línea y acceder a información relevante sobre el hotel y la región, además, integrará un Chat Bot de inteligencia artificial que ofrecerá respuestas rápidas a preguntas frecuentes y asistencia en tiempo real.

Figura 36
Página web del Hotel



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Figura 37
Página web del Hotel versión móvil



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

5.3.18 Segunda táctica

Publicidad en Redes Sociales

Facebook

Tener una página de Facebook es crucial para el hotel porque facilita la promoción y la comunicación directa con clientes potenciales, al ser una de las plataformas digitales más utilizadas, posibilita incrementar la exposición del hotel, conectar con una audiencia extensa, tanto local como internacional, además, brinda la oportunidad de recibir y responder opiniones de los huéspedes, mejorar la reputación en línea y fomentar la fidelidad, Facebook también es útil para compartir ofertas especiales, eventos, actualizaciones, manteniendo a los clientes informados y comprometidos con el hotel.

Figura 38
Perfil Red Social Facebook para el Hotel



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Instagram

Instagram es vital para el hotel porque es una plataforma visual perfecta para mostrar las instalaciones, habitaciones y la belleza de su ubicación en Galápagos, a través de fotos y videos atractivos, el hotel puede captar la atención de viajeros que buscan destinos únicos, además, permite interactuar con los seguidores mediante comentarios y mensajes directos, creando una conexión más cercana con los clientes.

Figura 39
Perfil Red Social Instagram



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

Tik Tok

Es hoy en día una de las plataformas más importantes para el hotel porque ofrece una plataforma dinámica para atraer a un público joven y diverso mediante contenido creativo y entretenido, los videos cortos y virales permiten mostrar la experiencia única del hotel, desde tours por las instalaciones hasta actividades locales, de manera visualmente impactante, la capacidad de usar música y efectos especiales puede hacer que el contenido sea más atractivo y memorable.

Figura 40

Perfil Red Social Tik Tok

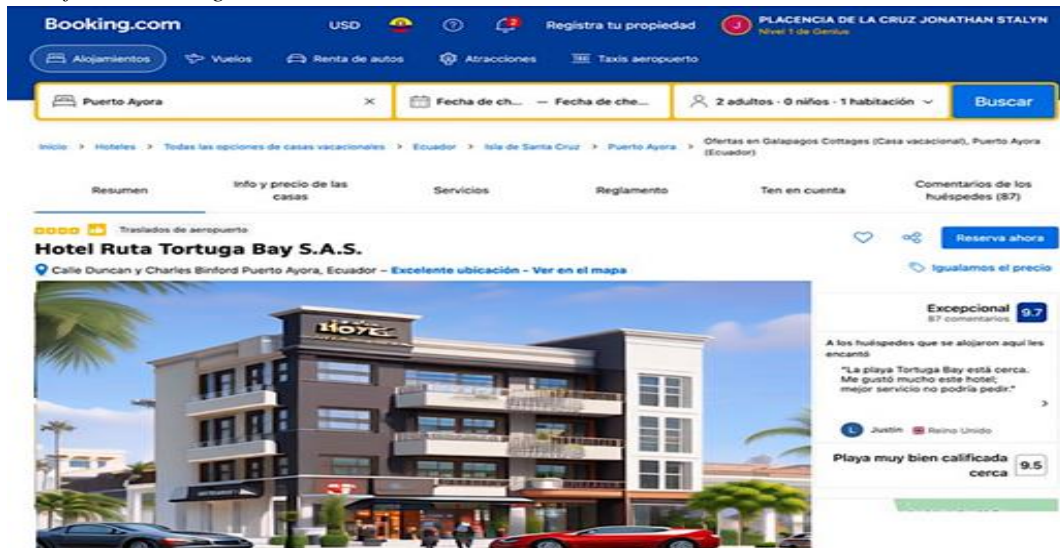


Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

5.3.19 Tercera táctica

Presencia en plataformas de reserva en línea

Figura 41
Plataforma Booking.com



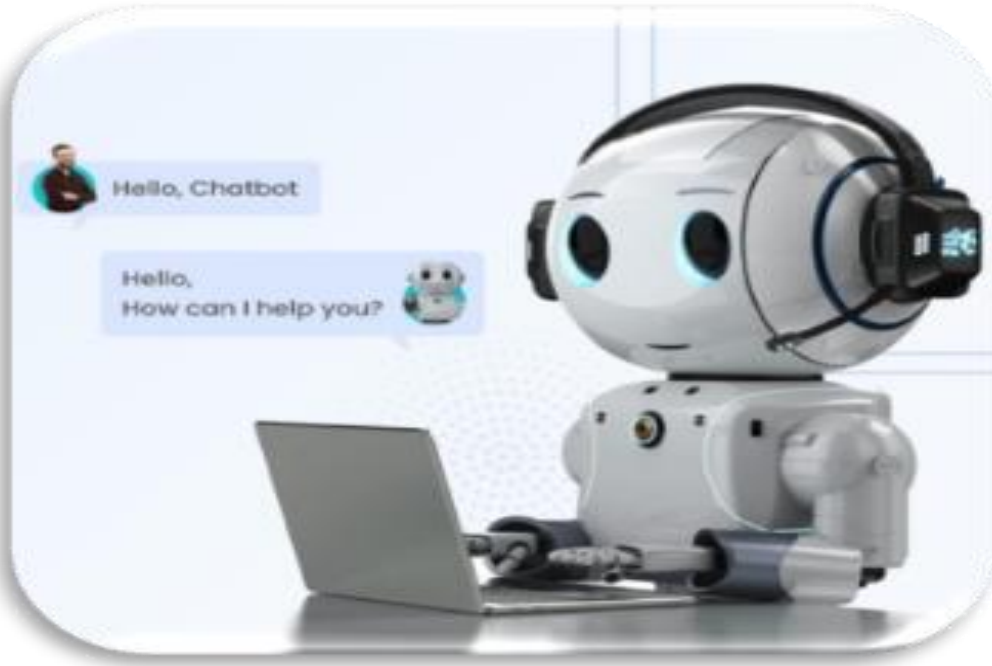
Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

5.3.20 Cuarta táctica

Servicio al cliente en redes sociales mediante chat Bot

El uso de inteligencia artificial (IA) en el servicio al cliente en redes sociales es esencial, ya que facilita la asistencia a los huéspedes en la realización de reservas de manera rápida y eficiente, la IA está disponible las 24 horas del día, respondiendo de inmediato a preguntas sobre disponibilidad, precios y procedimientos de reserva, examina las inclinaciones de los consumidores con el fin de brindar una vivencia única y personalizada, haciendo recomendaciones adecuadas, además, puede manejar un alto volumen de solicitudes simultáneamente, garantizando respuestas uniformes y precisas, esto no solo aumenta la satisfacción del cliente, sino que también optimiza los recursos del hotel, reduciendo costos y tiempos de espera.

Figura 42
Chat Bot



Elaborado por: Jonathan Placencia de la Cruz.

5.4 Estudio técnico

Dentro de un plan de negocios, la sección técnica implica una evaluación minuciosa de los aspectos operativos y técnicos esenciales para validar la viabilidad de la empresa, este análisis aborda varios elementos clave que son cruciales para el éxito del proyecto.

5.4.1 Capacidad de producción.

El hotel tiene una capacidad para alojar hasta 4.380 personas al año, ofreciendo desayuno gratuito tipo buffet para el mismo número de huéspedes, el servicio de lavandería, que incluye tanto lavado como secado, maneja un total de 17.520 docenas de ropa anualmente, estos números reflejan una operación consistente, bien organizada, con servicios esenciales que están alineados con la capacidad de ocupación máxima del hotel, lo que sugiere una gestión eficiente y una adecuada programación operativa.

5.4.2 Localización

Elegir la ubicación ideal para nuestro hotel en la provincia de Galápagos, isla Santa Cruz es un proceso meticuloso y estratégico, no solo se trata de identificar un espacio físico adecuado, sino de establecer un entorno que optimice tanto la calidad del hotel como la eficiencia operativa, la selección del sitio debe contribuir a aumentar el atractivo del hotel y garantizar un funcionamiento fluido y eficaz.

Urbanización A (Alborada)

La Urbanización Alborada en la ciudad de Puerto Ayora, isla Santa Cruz, es uno de los principales centros urbanos de la isla Santa Cruz y de las rutas turísticas más importantes de la isla Santa Cruz, provincia de Galápagos, es el punto de visita la mayoría de los turistas que visitan la isla Santa Cruz, ya que alberga la Playa Tortuga Bay de la isla y es un centro de actividades turísticas.

El clima de la urbanización Alborada en la Ciudad de Puerto Ayora se clasifica como semiárido cálido (BSh), se destaca por sus elevadas temperaturas y una época de lluvias moderada, con precipitaciones intensas, pero de corta duración, lo que resulta en un predominio de condiciones secas a lo largo del año.

El promedio de temperatura anual es de 23,9 °C, siendo marzo el mes con temperaturas más altas con un promedio de 26,3 °C, y septiembre el mes más frío con una media de 21,8 °C.

Urbanización B (Tomas de Berlanga)

Tomás de Berlanga es una zona residencial que también puede recibir turistas debido a su proximidad a áreas de interés en la isla Santa Cruz, a menudo se encuentra en una ubicación más tranquila comparada con el centro de Puerto Ayora, proporcionando un ambiente relajado, esta urbanización experimenta un clima semiárido cálido, típico de las Islas Galápagos, con variaciones específicas debido a su localización en una región insular, con temperaturas anuales Promedio de aproximadamente 23.9 °C (74.9 °F).

Urbanización C (El Occidente)

La urbanización el Occidente es una zona predominantemente residencial, con una mezcla de áreas habitacionales, pero con escasas instalaciones comerciales, es una zona menos turística en comparación con el centro de Puerto Ayora, pero puede ofrecer un ambiente tranquilo y local, con una temperatura Anual Promedio Aproximadamente de 23.9 °C (74.9 °F).

Tabla 39
Localización por puntos

Factor	Peso	ZONA A Urbanización Alborada		ZONA B Urbanización Tomás de Berlanga		ZONA C Urbanización El Occidente	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Accesibilidad	0.35	9	3.15	6	2.1	3	1.05
Mercado Turístico	0.20	9	1.8	2	0.4	1	0.2
Costo. Insumos	0.10	9	0.9	5	0.5	4	0.4
Clima	0.15	9	1.35	8	1.2	8	1.2
Mano de Obra	0.20	7	1.4	7	1.4	8	1.6
Total	1		8.6		5.6		4.45

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

La urbanización Alborada en la ciudad de Puerto Ayora, isla Santa Cruz, provincia de Galápagos es claramente la mejor opción para ubicar el hotel, con un puntaje total de 8,60 destacándose en accesibilidad, mercado turístico, costo de insumos, en contraste, la urbanización Tomás de Berlanga, el Occidente tienen puntajes menores (5,60 y 4,45, respectivamente), debido a sus desventajas en accesibilidad y mercado turístico, lo que podría limitar el éxito y la rentabilidad del hotel.

5.4.3 Proceso productivo

Tabla 40

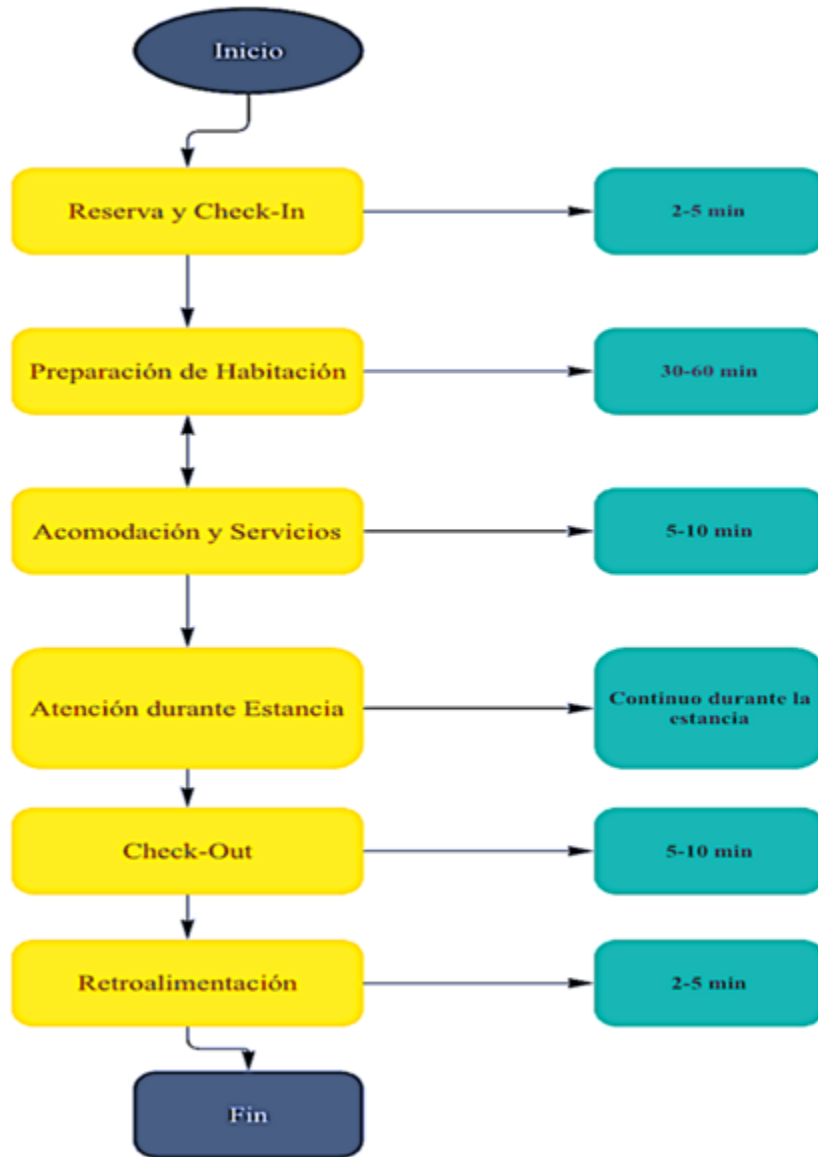
Proceso productivo

Proceso	Descripción
Reserva y Check-In	Gestionar la llegada de los huéspedes, verificar reservas y realizar el registro de entrada.
Reserva de Habitación	Recepción de reservas a través de plataformas en línea, teléfono o agencias de viajes.
Confirmación de Reserva	Confirmar detalles de la reserva con el huésped y enviar una confirmación por correo electrónico o mensaje.
Check-In	Recibir al huésped, solicitar identificación, completar el registro y proporcionar las llaves de la habitación.
Acomodación y Servicio en Habitación	Garantizar que la habitación esté lista y proporcionar servicios adicionales según las solicitudes del huésped.
Preparación de la Habitación	Asegurar que la habitación esté limpia, ordenada y equipada con amenities (toallas, productos de baño, etc.).
Entrega de la Habitación	Mostrar al huésped la habitación, proporcionar instrucciones sobre el uso de servicios y responder a cualquier pregunta.
Servicios Adicionales	Ofrecer servicios adicionales como servicio de habitaciones, información turística, y asistencia con reservas o transporte.
Estancia y Experiencia del Huésped	Supervisar la estancia del huésped, responder a solicitudes y resolver problemas para asegurar una experiencia satisfactoria.
Atención al Cliente	Proporcionar asistencia continua durante la estancia, incluyendo atención a solicitudes especiales y resolución de quejas.
Servicios de Limpieza	Realizar limpieza diaria de la habitación, incluyendo reposición de amenities y mantenimiento general.
Actividades y Recomendaciones	Ofrecer información sobre actividades locales, excursiones y recomendaciones para restaurantes y puntos de interés.
Check-Out y Evaluación	Facilitar el proceso de salida del huésped, gestionar el pago final y solicitar retroalimentación sobre la estancia.
Check-Out	Procesar el pago final, revisar la habitación para verificar posibles daños o cargos adicionales, y entregar la factura al huésped.
Retroalimentación	Solicitar al huésped que complete una encuesta o proporcione comentarios sobre su experiencia para identificar áreas de mejora.
Despedida	Agradecer al huésped por su estancia y desearle un buen viaje.

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.4.4 Diagrama de bloques

Figura 43
Diagrama de Bloques

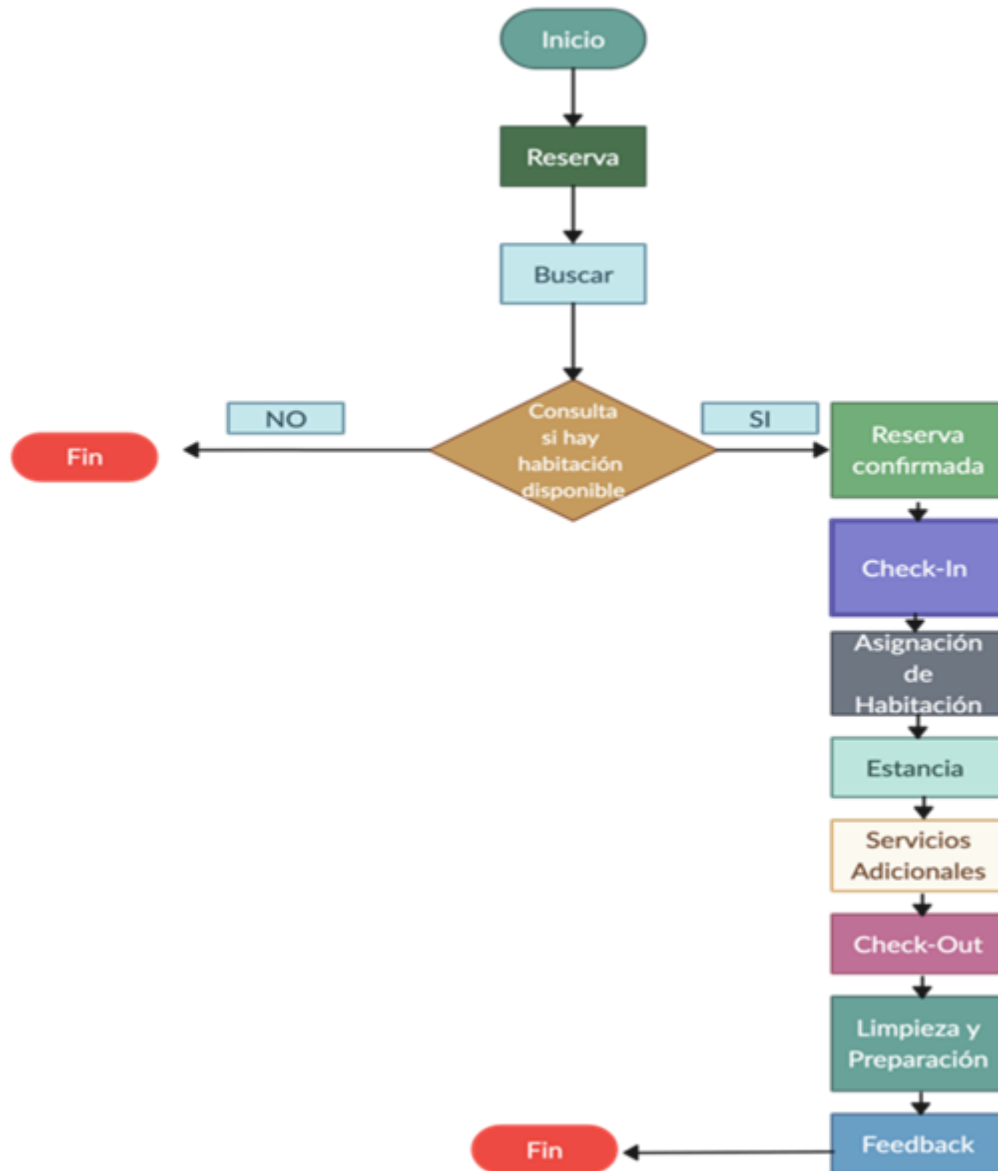


Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

El diagrama de bloques presentado muestra de forma simplificada y general el proceso de producción del hotel, los tiempos pueden variar entre minutos y horas, dependiendo de la etapa específica del proceso que se esté llevando a cabo.

5.4.5 Flujograma del proceso productivo

Figura 44
Flujograma del proceso productivo



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

El proceso de servicio para los huéspedes en el hotel comienza con la reserva, donde el cliente proporciona detalles a través del teléfono, web o agencia, luego, el hotel envía una confirmación por correo o mensaje de texto para asegurar que la reserva está correcta y que hay disponibilidad de habitaciones, en caso de no haber habitación, se le recomendará otro establecimiento hotelero.

A la llegada del huésped, se realiza el check-in en la recepción, donde se verifica la identificación y se entrega la llave de la habitación, se procede con la asignación de la habitación, ajustando el sistema para reflejar la ocupación.

Durante la estancia, el huésped utiliza las instalaciones y puede solicitar servicios adicionales como el desayuno, al finalizar, el huésped hace el check-out.

Después de la salida, el personal realiza la limpieza y preparación de la habitación para el próximo huésped, finalmente, se solicita feedback al huésped para evaluar la calidad del servicio y realizar mejoras.

5.4.6 Requerimiento de maquinaria

Tabla 41

Requerimiento de maquinaria

No	Nombre	Características	Capacidad	Tipo de Energía	Dimensiones (cm): L (Longitud), A (Ancho), E (Espesor)	Unidades	Origen	Precio Aproximado por Unidad (USD)
1	Tostador industrial	Acero inoxidable, de alta resistencia.	300 rebanadas/hora	Eléctrica	40 x 70 x 38	1	USA	\$60
2	Cafetera comercial	Doble grupo, acero inoxidable, programable.	10 litros	Eléctrica	45 x 55 x 50	1	Italia	\$200
3	Máquina de jugos	Extractor de jugos centrífugo de alta velocidad.	12 litros/hora	Eléctrica	30 x 30 x 50	1	China	\$200
4	Plancha o parrilla	Superficie de acero, control de temperatura.	60 cm de superficie	Eléctrica o gas	60 x 50 x 30	1	México	\$120
5	Estación de calentamiento de alimentos	Bandejas GN, regulador de temperatura.	3 bandejas GN	Eléctrica	80 x 50 x 40	1	Brasil	\$100
6	Refrigerador comercial	Sistema de refrigeración eficiente.	500 litros	Eléctrica	120 x 70 x 200	1	USA	\$1.344
7	Horno de convección	Distribución uniforme del	5 bandejas	Eléctrica	90 x 80 x 70	1	España	\$115

8	Licuada industrial	calor, acero inoxidable. Cuchillas de alta resistencia, motor de 1200W.	4 litros	Eléctrica	25 x 30 x 50	1	USA	\$60
9	Dispensadores de cereales	Acrílico transparente con tapas herméticas.	4 compartimientos	-	40 x 20 x 60	2	China	\$90
10	Máquina para hacer Pan	Capacidad para panes de 2 kg, acero inoxidable.	20 panes/hora	Eléctrica	50 x 45 x 55	1	Alemania	\$50
11	Carro o mesa de buffet	Mesa con compartimentos para diferentes alimentos.	5 bandejas para insertar alimentos.	-	150 x 70 x 90	1	USA	\$100

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Tabla 42
Maquinaria y Mobiliario

No.	Nombre	Características	Capacidad	Tipo de Energía	Dimensiones (cm)	Unidades	Origen	Precio Aproximado por Unidad (USD)
1	Camas	Estructura metálica con colchón de espuma	-	-	200 x 90 x 40	18	Ecuador	\$2700
2	Colchones	Espuma viscoelástica, firmeza media	-	-	200 x 90 x 20	18	Ecuador	\$2692
3	TV	LED 32 pulgadas, HD	-	Eléctrica	73 x 45 x 8	12	Corea del Sur	\$200
4	Almohadas	Fibras sintéticas, antialérgicas	-	-	50 x 30 x 10	18	Ecuador	\$98
5	Cobijas	Algodón, tamaño individual	-	-	200 x 150	18	Ecuador	\$25
6	Sábanas	100% algodón, tamaño individual	-	-	200 x 150	18	Ecuador	\$20
7	Lámpara de noche	LED, regulable, con enchufe	-	Eléctrica	20 x 20 x 30	12	Ecuador	\$30
8	Armario	Madera, con barras y estantes	-	-	100 x 60 x 200	12	Ecuador	\$250
9	Paneles solares	Panel Solar Monocristalino de Alta Eficiencia.	-	Solar	210x105x4	28	Alemania	\$2300

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Tabla 43*Equipos y Mobiliario para el Área de Recepción*

No.	Nombre	Características	Capacidad	Tipo de Energía	Dimensiones (cm)	Unidades	Origen	Precio Aproximado (USD)
12	Cafetera	Automática, con función de expreso	-	Eléctrica	30 x 30 x 40	1	Italia	\$50
13	Computadora	PC de escritorio, con impresora y escáner	-	Eléctrica	50 x 20 x 40	2	China	\$860
14	Equipo de sonido	Altavoces Bluetooth, con buena calidad	-	Eléctrica	30 x 30 x 20	1	Estados Unidos	\$30
15	Sistema de seguridad digital	Cámara IP, grabación y monitoreo	-	Eléctrica	10 x 10 x 10	15	Japón	\$300
16	Teléfono	Teléfono fijo con pantalla digital	-	Eléctrica	20 x 20 x 10	1	Alemania	\$30
17	Mesas	Madera	-	-	200 x 80 x 120	8	Ecuador	\$50
18	Sillas	Tapizadas, con respaldo ergonómico	-	-	50 x 50 x 90	22	Ecuador	\$80
19	Archivador	De Metal	-	-	50 x 40 x 100	1	Ecuador	\$40
20	Lámpara de escritorio	LED, ajustable, con base	-	Eléctrica	30 x 15 x 45	1	Ecuador	\$25
21	Reloj de pared	Digital, con fecha y hora	-	Eléctrica	30 x 30 x 5	1	Suiza	\$35

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.4.7 Personal para la operación del hotel

Tabla 44

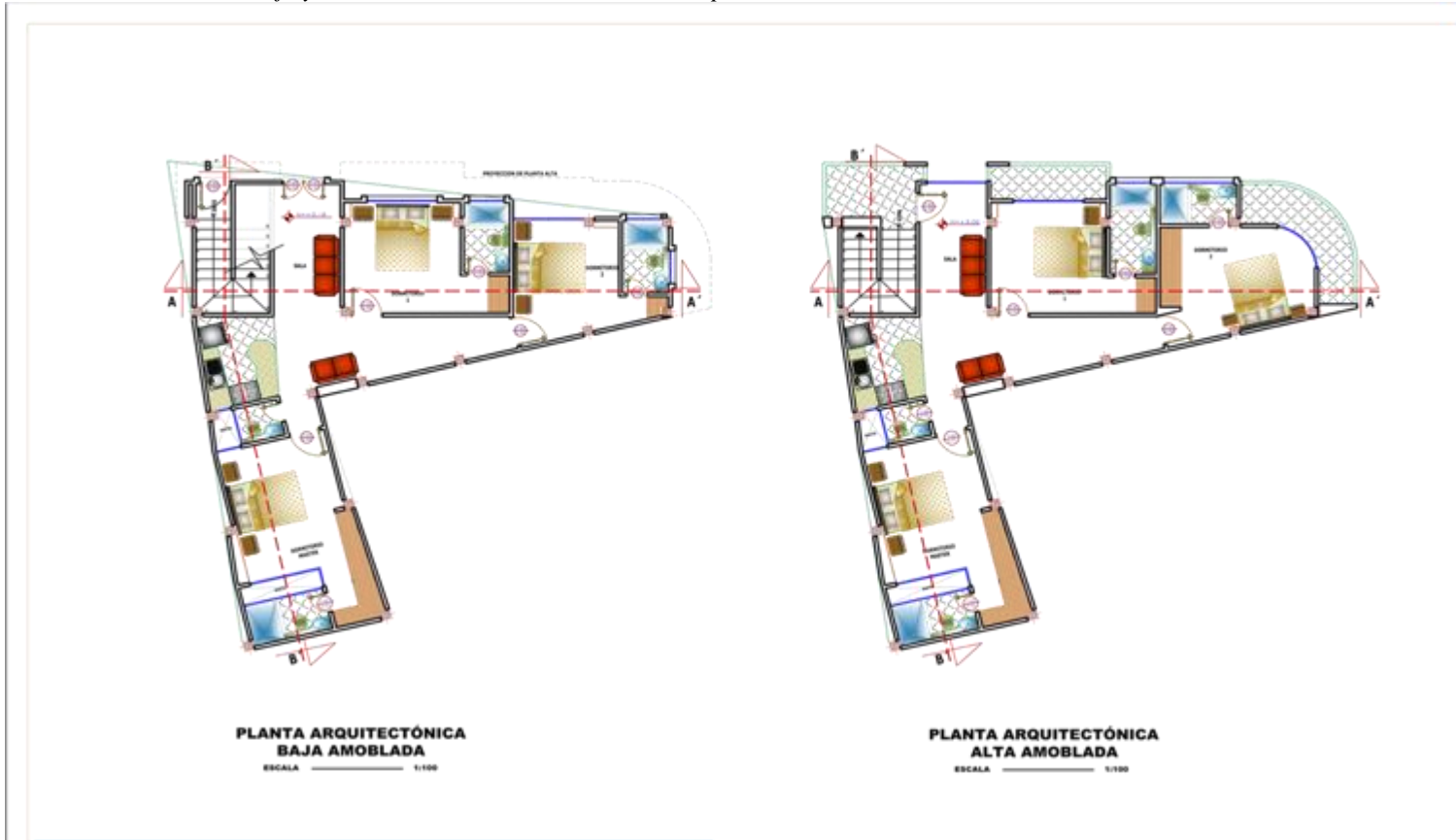
Personal para la operación del Hotel

Puesto	Descripción	Número de Empleados	Turnos	Salario Mensual (USD)	Notas
Propietario y director general	Gestión general del hotel, toma de decisiones estratégicas	1	Lunes a viernes: 8 AM - 5 PM sábados y Domingos: 7 AM - 10 PM (Horas Extras)	\$800	Incluye supervisión de todos los departamentos
Contabilidad y Finanzas	Manejo de finanzas, contabilidad y reportes	1	Lunes a viernes: 8 AM - 5 PM	\$800	Requiere experiencia en contabilidad
Recepcionista	Atención a los huéspedes, manejo de reservas	1	Lunes a viernes: 8 AM - 5 PM	\$800	Requiere habilidades de comunicación
Cocinero	Preparación de alimentos y gestión de la cocina	1	Lunes a viernes: 8 AM - 5 PM	\$800	Requiere experiencia culinaria
Camarero	Servicio a los clientes en el restaurante	1	Lunes a viernes: 8 AM - 5 PM	\$800	Atención al cliente

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Figura 46

Distribución de Planta Baja y Planta Alta Amoblada del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.

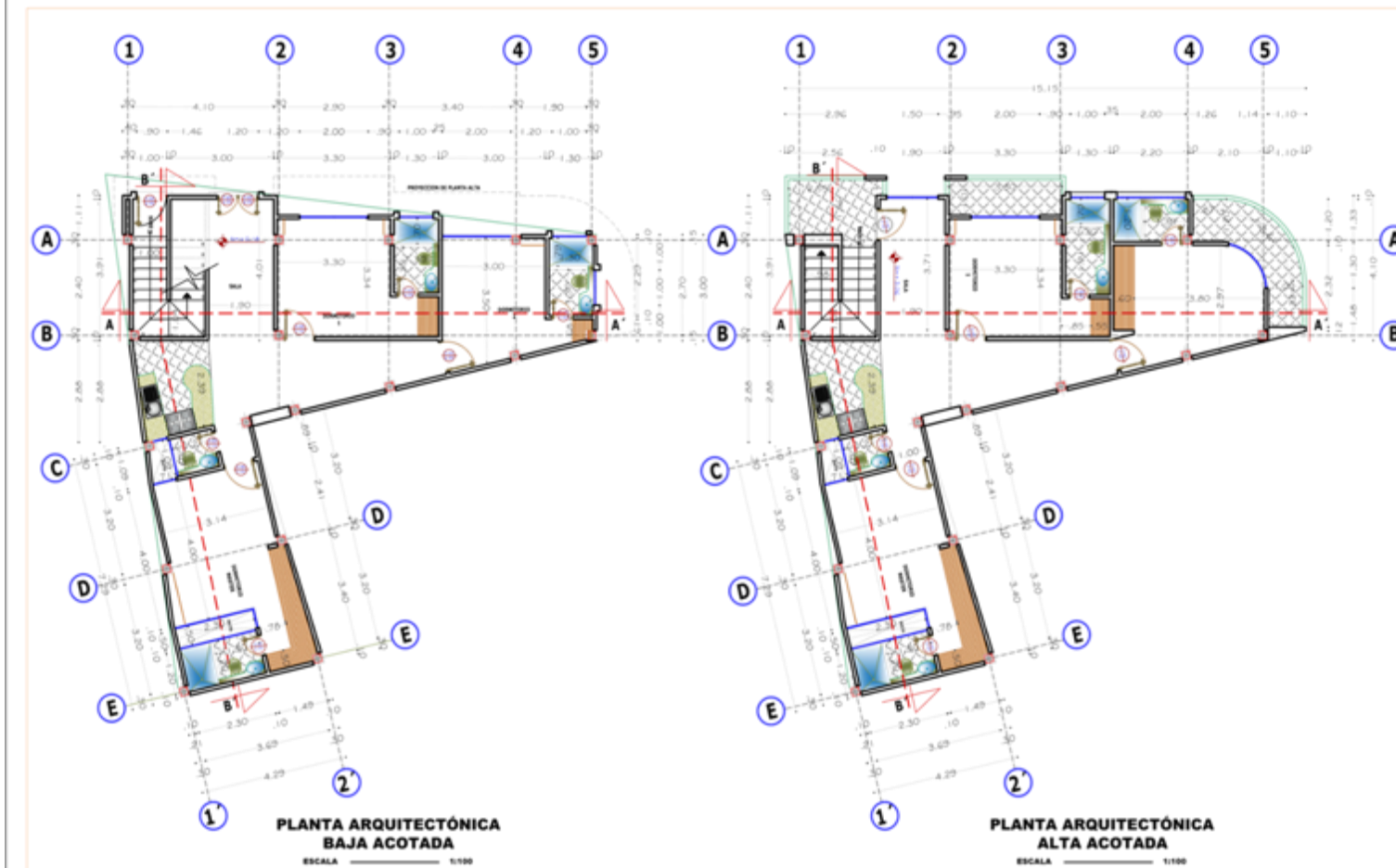


Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

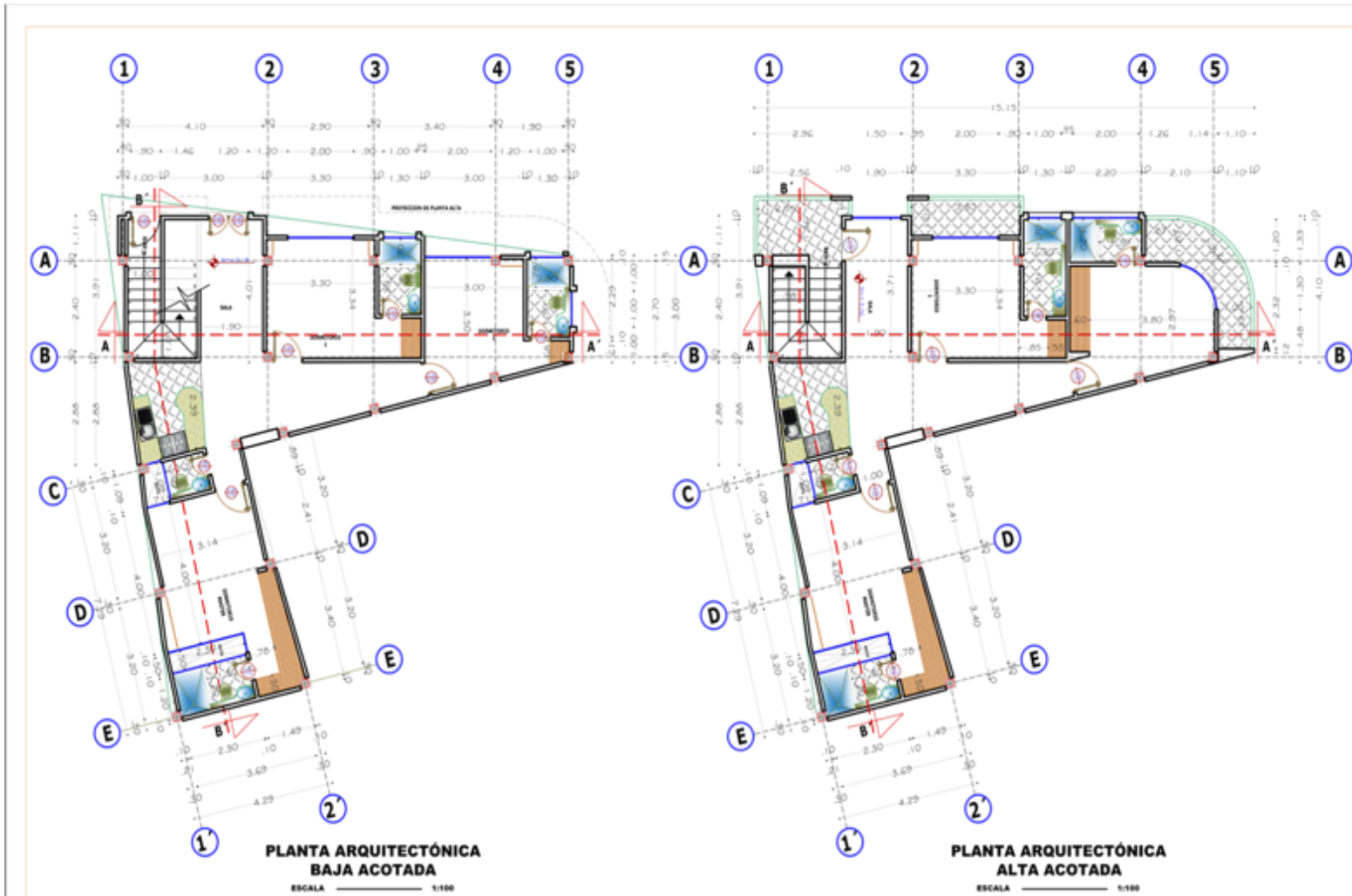


Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Figura 47
 Planta Baja y Planta Alta Acotada del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Figura 48

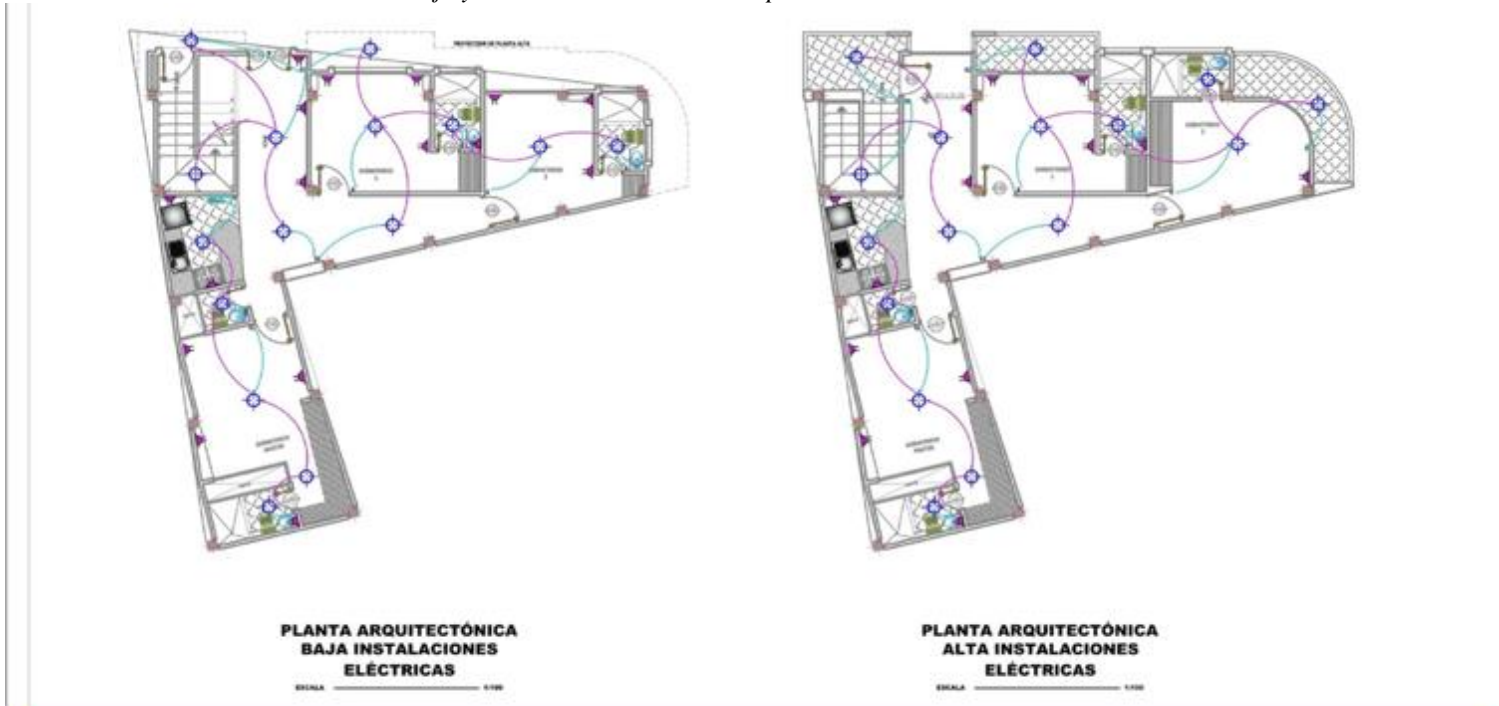
Distribución de planta en general por fachadas y cortes del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Figura 49

Instalaciones Eléctricas de la Planta Baja y Planta Alta del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.



**PLANTA ARQUITECTÓNICA
BAJA INSTALACIONES
ELÉCTRICAS**
ESCALA 1:100

**PLANTA ARQUITECTÓNICA
ALTA INSTALACIONES
ELÉCTRICAS**
ESCALA 1:100

CUADRO DE SIMBOLOGIA

	EXTINTORES		CIRCUITO FUERZA 110W		BAJANDE DE AA.SS
	CIRCUITO ALUMBRADO		CIRCUITO FUERZA 220W		PVC DE 110MM
	CAJA DE BREAKERS		CIFON		PVC DE 50MM

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.



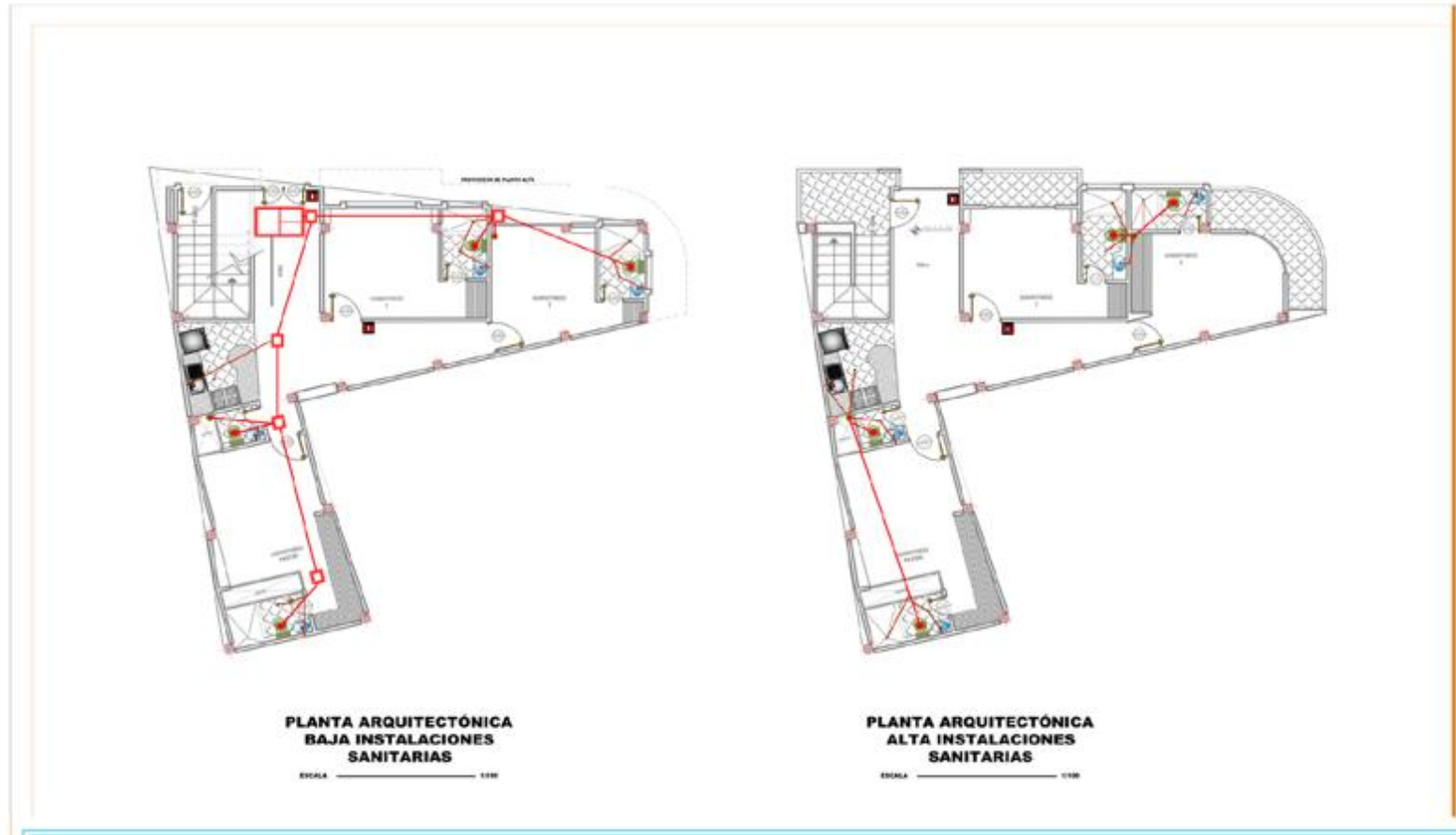
**PLANTA ARQUITECTÓNICA
BAJA INSTALACIONES
ELÉCTRICAS**
ESCALA 1/100



**PLANTA ARQUITECTÓNICA
ALTA INSTALACIONES
ELÉCTRICAS**
ESCALA 1/100

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Figura 50
Instalaciones Sanitarias de la Planta Baja y Planta Alta del Hotel de 4 pisos con 12 habitaciones.



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.5 Estudio Administrativo Organizacional

El estudio administrativo organizacional, influye en nuestro plan de negocios de una manera crucial ya que detalla la estructura y gestión interna de la empresa, en esta parte se establece la estructura jerárquica, las funciones y responsabilidades de cada puesto, así como las políticas y procedimientos internos.

5.5.1 Nombre de la empresa hotelera

El nombre de mi hotel es "Hotel Ruta Tortuga Bay S.A.S.", basado en la playa cercana más visitada de la provincia de Galápagos cuyo nombre es Tortuga Bay.

Para una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) en Ecuador, la finalidad es facilitar la creación de empresas con una estructura flexible y menos trámites burocráticos, permitiendo la constitución con un solo accionista o varios, sin un número máximo establecido, además, no se exige un capital mínimo para su constitución, permitiendo a los socios determinar libremente el capital con el que desean iniciar la empresa, esta figura está diseñada para fomentar el emprendimiento y la formalización de negocios.

Si eres el único propietario de una empresa y decides constituirla como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) en Ecuador, puedes optar por constituirla como una S.A.S. unipersonal.

5.5.2 Giro

Operación de un hotel en isla Santa Cruz, Galápagos, ofreciendo alojamiento de alta calidad con un enfoque en ecoturismo y sostenibilidad, proporcionando una experiencia única y personalizada.

5.5.3 Misión

Ofrecer a nuestros huéspedes una experiencia única en isla Santa Cruz, Galápagos, con un servicio excepcional, precios accesibles y una ubicación cercana a la playa Tortuga Bay.

5.5.4 *Visión*

Para 2028, convertirnos en el hotel de referencia en isla Santa Cruz, destacado por nuestro sobresaliente servicio al cliente y nuestra ubicación cercana a la playa Tortuga Bay, ofreciendo una experiencia inigualable.

5.5.5 *Nombre de la marca*

“Hotel Ruta Tortuga Bay S.A.S.”

5.5.6 *Objetivos de la empresa*

- Incrementar los ingresos por habitación en un 10% durante el primer año, destacando la proximidad a Tortuga Bay y la calidad excepcional del servicio al cliente.
- Elevar la tasa de ocupación en un 15% en un plazo de dos años, aprovechando los precios competitivos y la ubicación privilegiada cerca de la playa Tortuga Bay.
- Disminuir la huella de carbono en un periodo de tres años mediante la adopción de prácticas sostenibles, como la instalación de paneles solares.

5.5.7 *Principios filosóficos*

- 1) Excelencia en Servicio al Cliente
- 2) Sostenibilidad Ambiental
- 3) Integridad y Transparencia
- 4) Compromiso con la Comunidad Local
- 5) Respeto y Valorización de la Cultura Local
- 6) Desarrollo y Mejora Continua
- 7) Accesibilidad y Calidad

5.5.8 *Trámites de constitución*

- Requisitos para la creación de un Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Elección del Nombre de la Empresa
- Redacción de la Escritura Pública
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes)
- Registro en el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)
- Obtención de Permisos y Licencias Municipales
- Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Turismo
- Registro en la Dirección del Parque Nacional Galápagos
- Licencia de Funcionamiento de la Comisaría de Policía
- Trámite de Zonificación y Uso de Suelo
- Permiso de Bomberos
- Obtención de la Patente Municipal
- Contratación de Seguros
- Registro de Propiedad y Contratos
- Cumplimiento de Obligaciones Laborales (incluye inscripción en el IESS y cumplimiento con las regulaciones laborales para los empleados)

5.5.9 Aspectos tributarios

Los aspectos tributarios son cruciales para el éxito del hotel en Galápagos, ya que aseguran el cumplimiento legal, optimizan costos y permiten una buena gestión financiera.

- Régimen Impositivo
- Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Impuesto a la Renta
- Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)
- Patente Municipal
- Retenciones de Impuestos
- Registros y Libros Contables
- Cumplimiento de Normas Fiscales y Tributarias
- Asesoría Fiscal

5.5.10 Requisitos para Formar una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) en Ecuador

- Nombre de la Sociedad
- Capital Social
- Documentos Necesarios para la Constitución de la Sociedad
- Acta de Constitución
- Reglamento Interno
- Cédula de Identidad del Socio Único
- Certificado de no Antecedentes Penales (si se requiere)

- Registro Mercantil
- Obtención del RUC
- Licencia de Funcionamiento
- Permiso del Ministerio de Turismo
- Certificación Ambiental
- Patente Municipal

5.5.11 Socios y sus aportes

El señor Jonathan Placencia de la Cruz es el único socio y propietario de la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) que desarrollará el proyecto del hotel. La descripción de sus contribuciones es la siguiente:

Tabla 45

Socios y sus aportes

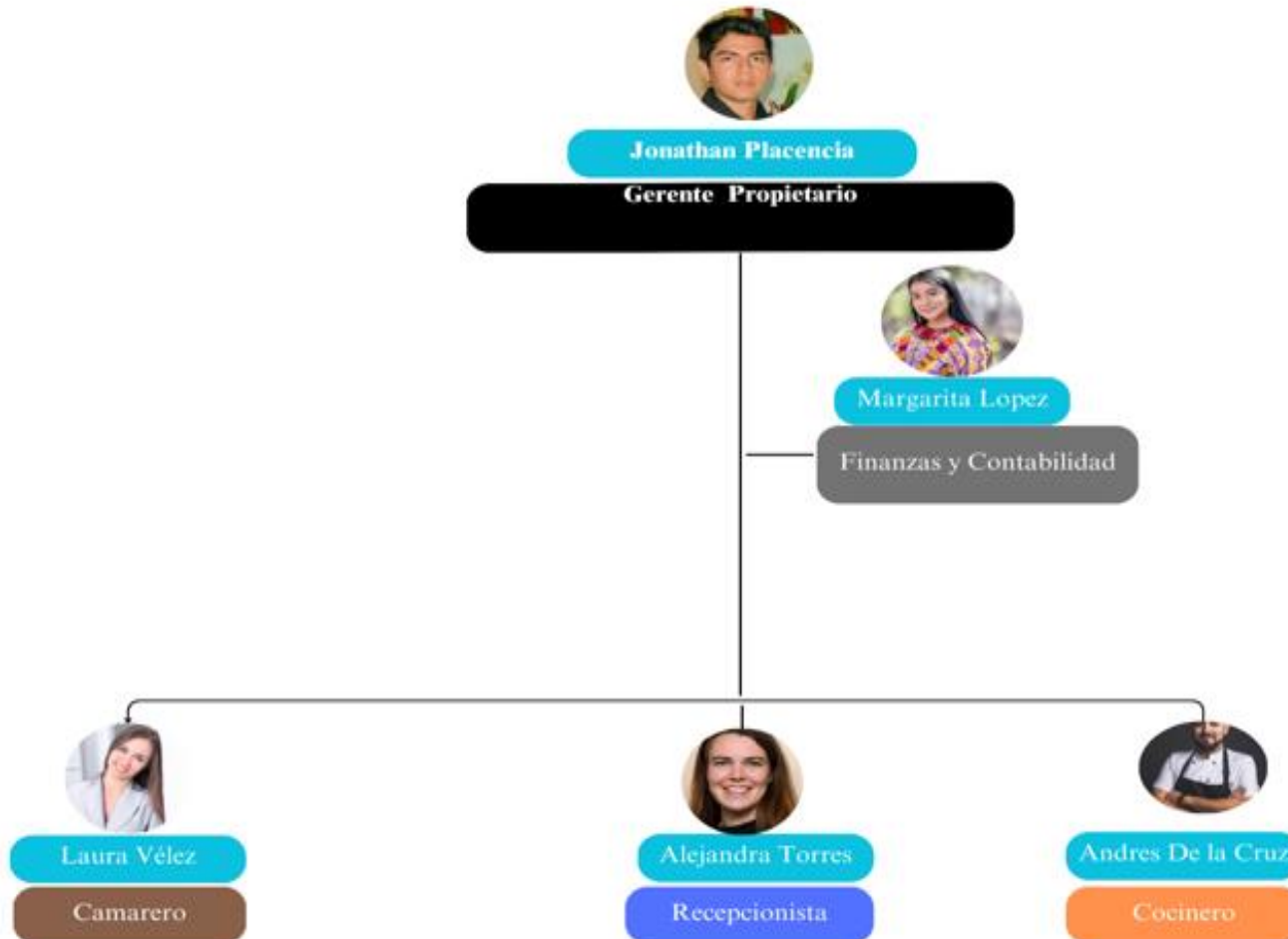
Nombre y Apellidos:	Cédula de Identidad (C.I.)	Aporte en Efectivo	Aporte en Bienes	Total, Aportado	Porcentaje de Participación
Jonathan Placencia De la Cruz	2050012597	200.777,55	189.992,40	200.777,55	65,68%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Jonathan Placencia de la Cruz ha aportado un total de 200.777,55 al proyecto del hotel este aporte proporciona una base financiera sólida para iniciar el proyecto y asegura que el propietario tiene un interés completo en el éxito del hotel.

5.5.12 Organigrama estructural

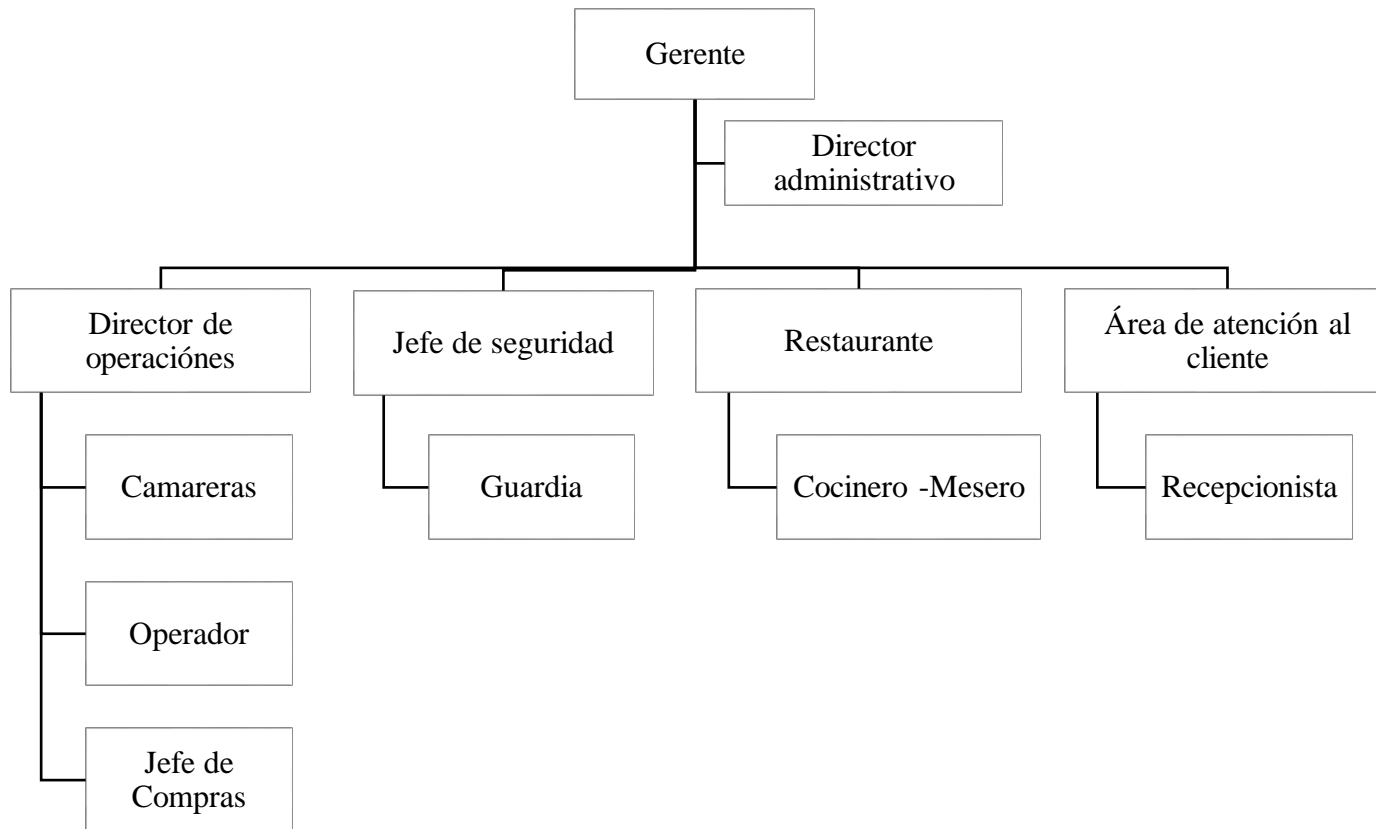
Figura 51
Organigrama Estructural



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.5.13 Organigrama funcional

Figura 52
Organigrama funcional



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.5.14 Manual de funciones

Tabla 46

Manual de funciones del Gerente

LOGO	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha de Elaboración:	
		N° de Revisión:	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	Gerente		
Área:	Administrativo		
Número de Cargos:	1		
Jefe inmediato:	Si		
En caso de ausencia lo sustituye:	Director Administrativo		
OBJETIVO GENERAL			
Dirigir el hotel de manera eficiente, asegurando rentabilidad, satisfacción del cliente y calidad operativa.			
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
<ul style="list-style-type: none"> • Hablar inglés • Dirige todas las operaciones del hotel, garantizando eficiencia y calidad en los servicios. • Define estrategias operativas para maximizar la rentabilidad. • Coordina con todos los jefes de departamento. • Mantiene comunicación con los socios y presenta informes de gestión. • Supervisa el cumplimiento de las normativas legales y estándares de la industria. 			
REQUISITOS INTELECTUALES			
Educación:	Licenciado/a en Administración de Empresas o Turismo y Hotelería		
Experiencia:	1 año		
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para la toma de decisiones estratégicas. • Conocimiento en finanzas y gestión empresarial. • Liderazgo y visión a largo plazo. 			
ELABORADO POR:	Jonathan Placencia De la Cruz		
REVISADO POR:			
AUTORIZADO POR:			

Tabla 47

Manual de funciones de la secretaria

LOGO	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha de Elaboración:	
		N° de Revisión:	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	Secretaria		
Área:	Administrativo		
Número de Cargos:	1		
Jefe inmediato:	Si		
En caso de ausencia lo sustituye:	Director Administrativo		
OBJETIVO GENERAL			
Garantizar la fluidez en la comunicación y en los procesos administrativos.			
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar la agenda del gerente o directivos, programando citas y reuniones. • Atender llamadas telefónicas y correos electrónicos, canalizándolos al área correspondiente. • Organizar y preparar reuniones, incluyendo la logística y preparación de documentos necesarios. • Redactar informes, actas de reuniones y otros documentos administrativos. • Recibir visitas, gestionar correspondencia y coordinar mensajería. • Realizar tareas de apoyo en proyectos específicos cuando se le requiera. • Asistir en la coordinación de eventos internos, capacitaciones o actividades de relaciones públicas. 			
REQUISITOS INTELECTUALES			
Educación:	Licenciada o profesional en Secretariado Ejecutivo, Administración, o áreas afines.		
Experiencia:	2 a 3 años		
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para gestionar varias tareas simultáneamente y mantener el orden en el flujo de trabajo. • Habilidad para comunicarse de manera clara y efectiva. • Conocimientos en software de gestión de oficina. • Discreción en el manejo de información sensible o confidencial. • Capacidad para anticiparse a las necesidades de la oficina y proponer soluciones. 			
ELABORADO POR:	Jonathan Placencia De la Cruz		
REVISADO POR:			
AUTORIZADO POR:			

Tabla 48

Manual de funciones del director Administrativo

LOGO	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha de Elaboración:	
		N° de Revisión:	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	Director Administrativo		
Área:	Administración		
Número de Cargos:	1		
Jefe inmediato:	Si		
En caso de ausencia lo sustituye:	Gerente		
OBJETIVO GENERAL			
Supervisar y coordinar las operaciones administrativas del hotel que garanticen todos los procesos y procedimientos se ejecuten de manera eficiente y en línea con los objetivos estratégicos de la organización.			
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar todas las actividades administrativas, asegurando el correcto flujo de trabajo en todas las áreas operativas. • Coordinar el trabajo de los diferentes departamentos, asegurando que se cumplan los plazos y los estándares de calidad. • Gestionar el presupuesto administrativo, asegurando el uso eficiente de los recursos. • Supervisar la logística y la infraestructura del hotel, garantizando el mantenimiento adecuado y la disponibilidad de insumos. • Implementar políticas y procedimientos administrativos para optimizar la operación. • Proveer soporte a la gerencia en la toma de decisiones mediante la preparación de informes operativos y análisis. • Supervisar el equipo administrativo, brindando orientación y evaluaciones periódicas. 			
REQUISITOS INTELECTUALES			
Educación:	Grado en Administración de Empresas, Gestión Hotelera, Economía o áreas afines.		
Experiencia:	2 a3 años		
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de gestión y liderazgo. • Capacidad para la resolución de problemas y toma de decisiones. • Habilidad para trabajar bajo presión y adaptarse a cambios. 			
ELABORADO POR:	Jonathan Placencia De la Cruz		
REVISADO POR:			
AUTORIZADO POR:			

Tabla 49

Manual de funciones del Recepcionista

LOGO	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha de Elaboración:	
		N° de Revisión:	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	Recepcionista		
Área:	Administrativo		
Número de Cargos:	1		
Jefe inmediato:	Si		
En caso de ausencia lo sustituye:	Director Administrativo		
OBJETIVO GENERAL			
Brindar una atención cálida y eficiente a los huéspedes desde su llegada hasta su salida, garantizando una experiencia positiva a través de una excelente atención al cliente.			
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
<ul style="list-style-type: none"> • Atender el proceso de check-in y check-out de los huéspedes, asegurando un servicio rápido y eficiente. • Manejar el sistema de reservas y coordinar la disponibilidad de habitaciones. • Atender y canalizar llamadas telefónicas, correos electrónicos y consultas de los huéspedes. • Proporcionar información sobre los servicios del hotel y la zona turística. • Coordinar solicitudes con otros departamentos (mantenimiento, limpieza, etc.). • Manejar la facturación de los huéspedes y procesar pagos. • Solucionar cualquier inconveniente que surja durante la estancia de los huéspedes. 			
REQUISITOS INTELECTUALES			
Educación:	Bachillerato completo, preferiblemente con formación en Turismo, Gestión Hotelera o áreas relacionadas.		
Experiencia:	2 años o más		
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes habilidades de comunicación y servicio al cliente. • Capacidad para manejar sistemas informáticos de gestión hotelera. • Multitarea y habilidades organizativas. • Orientación a la solución de problemas. 			
ELABORADO POR:	Jonathan Placencia De la Cruz		
REVISADO POR:			
AUTORIZADO POR:			

Tabla 50

Manual de funciones del jefe de Compras

LOGO	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha de Elaboración:	
		N° de Revisión:	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	Jefe de Compras		
Área:	Administrativo		
Número de Cargos:	1		
Jefe inmediato:	Si		
En caso de ausencia lo sustituye:	Jefe Administrativo		
OBJETIVO GENERAL			
Asegurar la adquisición eficiente y oportuna de los productos y servicios necesarios para el hotel, optimizando costos y garantizando la calidad de los insumos.			
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar y evaluar proveedores confiables para la adquisición de insumos y servicios. • Negociar contratos y acuerdos de suministro, buscando obtener las mejores condiciones de costo y calidad. • Controlar y gestionar el inventario de suministros y asegurar que no falten insumos críticos. • Coordinar las entregas de productos y servicios con los diferentes departamentos. • Supervisar el cumplimiento de los plazos de entrega y la calidad de los productos recibidos. • Controlar el presupuesto de compras y asegurar el uso eficiente de los recursos financieros. • Mantener relaciones sólidas con los proveedores y realizar evaluaciones periódicas de su desempeño 			
REQUISITOS INTELECTUALES			
Educación:	Grado en Administración de Empresas, Logística, Compras o áreas afines.		
Experiencia:	3 a 5 años		
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para el control de inventarios y administración de compras. • Conocimientos en logística y control presupuestario. 			
ELABORADO POR:	Jonathan Placencia De la Cruz		
REVISADO POR:			
AUTORIZADO POR:			

Tabla 51

Manual de funciones del Contador

LOGO	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha de Elaboración:	
		N° de Revisión:	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	Contador		
Área:	Finanzas		
Número de Cargos:	1		
Jefe inmediato:	Si		
En caso de ausencia lo sustituye:	Director de Finanzas		
OBJETIVO GENERAL			
Asegurar que se lleve a cabo un adecuado registro y control de las operaciones financieras del hotel, garantizando la exactitud en los reportes contables y el cumplimiento de las responsabilidades tributarias.			
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la contabilidad general del hotel, incluyendo la preparación de balances, estados de resultados y otros informes financieros. • Supervisar las cuentas por cobrar y por pagar. • Gestionar el flujo de caja y los presupuestos. • Asegurar que se cumplan todas las normativas fiscales y contables. • Coordinar auditorías internas y externas. • Analizar los datos financieros y proporcionar recomendaciones a la gerencia para mejorar la eficiencia financiera. • Mantener actualizados los libros contables y registros financieros. 			
REQUISITOS INTELECTUALES			
Educación:	Licenciatura en Contabilidad, Finanzas o áreas afines.		
Experiencia:	3 a 5 años		
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos profundos en contabilidad y finanzas. • Manejo de software contable. 			
ELABORADO POR:	Jonathan Placencia De la Cruz		
REVISADO POR:			
AUTORIZADO POR:			

Tabla 52

Manual de funciones del director de Seguridad

LOGO	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha de Elaboración:	
		N° de Revisión:	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	Director de Seguridad		
Área:	Seguridad		
Número de Cargos:	1		
Jefe inmediato:	Si		
En caso de ausencia lo sustituye:	Guardia o Gerente		
OBJETIVO GENERAL			
Garantizar la seguridad y protección de los huéspedes, empleados y activos del hotel, implementando políticas y protocolos de seguridad que minimicen riesgos y mantengan un ambiente seguro.			
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar e implementar políticas y procedimientos de seguridad para el hotel. • Supervisar y coordinar al personal de seguridad. • Realizar evaluaciones de riesgo y proponer medidas preventivas. • Supervisar la instalación y funcionamiento de sistemas de seguridad como cámaras, alarmas y controles de acceso. • Coordinar y gestionar situaciones de emergencia o incidentes. • Colaborar con las autoridades locales en casos de emergencias o investigaciones. • Capacitar al personal en seguridad y procedimientos de emergencia. 			
REQUISITOS INTELECTUALES			
Educación:	Auxiliar en Seguridad, Administración de Seguridad Industrial o áreas afines.		
Experiencia:	5 años		
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos en gestión de riesgos y seguridad. • Conocimiento de sistemas de vigilancia y control de acceso. 			
ELABORADO POR:	Jonathan Placencia De la Cruz		
REVISADO POR:			
AUTORIZADO POR:			

Tabla 53

Manual de funciones del Guardia

LOGO	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha de Elaboración:	
		N° de Revisión:	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
Nombre del Cargo:	Guardia		
Área:	Seguridad		
Número de Cargos:	1		
Jefe inmediato:	Si		
En caso de ausencia lo sustituye:	Director de Seguridad		
OBJETIVO GENERAL			
Proteger a los huéspedes, empleados y las instalaciones del hotel, monitoreando el entorno y respondiendo de manera eficiente a cualquier amenaza o incidente.			
DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar rondas de vigilancia para asegurar la seguridad en todas las áreas del hotel. • Monitorear los sistemas de seguridad, incluyendo cámaras y alarmas. • Controlar el acceso de personas no autorizadas al hotel. • Responder a incidentes de emergencia, como incendios, robos o accidentes, siguiendo los protocolos establecidos. • Asistir en la evacuación de personas en caso de emergencias. • Colaborar con las autoridades en caso de incidentes graves. 			
REQUISITOS INTELECTUALES			
Educación:	Educación secundaria completa, con formación adicional en seguridad privada valorada.		
Experiencia:	1 a 2 años		
Habilidades:			
<ul style="list-style-type: none"> • Observación y detección de situaciones sospechosas o peligrosas. • Capacidad para reaccionar de manera rápida y adecuada ante emergencias. • Conocimientos en primeros auxilios y manejo de situaciones de crisis. • Buena comunicación y habilidades interpersonales. 			
ELABORADO POR:	Jonathan Placencia De la Cruz		
REVISADO POR:			
AUTORIZADO POR:			

5.6 Estudio Financiero

El Estudio Financiero define aspectos básicos para el proyecto creación de un hotel como:

5.6.1 Costo Total

Para obtener el costo total debemos considerar que:

El Costo Total se estructura con 4 componentes los cuales son:

- Costo de Producción
- Costo Administrativos
- Costo de Venta
- Costo Financieros

Dentro de los gastos de fabricación se incluyen tres elementos fundamentales:

- Elementos primarios: champú, jabón, pan de grano entero, queso, entre otros.
- Remuneración de empleados como recepcionistas, cocineros y camareros a tiempo parcial, entre otros, corresponde a la Mano de Obra Directa.
- Los costos de producción incluyen la Materia Prima Indirecta, la Mano de Obra Indirecta y los Gastos Indirectos de Fabricación, formando así los Gastos de Fabricación.
- La distribución de los costos administrativos se compone de los pagos por salarios, costos generales, adquisición de material de oficina, entre otros.
- El costo de comercialización surge de la suma de conceptos como campañas promocionales, publicidad y otros gastos destinados a promover las operaciones.
- El desembolso económico se genera al determinar, siguiendo la tabla de amortización del préstamo, los pagos por intereses y el monto principal.

Tabla 54*Costo total anual del proyecto primer año*

COSTO TOTAL			
CONCEPTO	PARCIAL	REFERENCIA	TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN	VALORES ANUALES		
Materia Prima Directa	6.720,00	Anexo No 1	
Mano de Obra Directa	19.861,20	Anexo No 2	44.476,20
Gastos de fabricación	17.895,00	Anexo No 3	
Amortización	1.528,00		1.528,00
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			23.389,00
Sueldos	18.481,60	Anexo No 6	
Gastos Generales		4.907,40 Anexo No 7	
		Anexo No 8	
		Anexo No 10	
COSTOS DE VENTA			1.260,00
Promoción y Publicidad	1.260,00		
		Anexo No 11	
COSTO FINANCIERO			
Intereses	41.960,64	Anexo No 12	41.960,64
COSTO TOTAL	112.613,84		112.613,84

Fuente: Investigación de campo.**Elaborado por:** Jonathan Placencia De la Cruz.

Estos aspectos son fundamentales para avanzar con el proyecto, ya que se examinan los desembolsos según las cuatro categorías de costos: Costo de Producción, Gastos Administrativos, Gastos de Ventas y Gastos Financieros, por otro lado, en el siguiente cuadro de la Inversión Total se detallan las Inversiones en Activos Corrientes, Inversiones en Activos No Corrientes (Propiedad, Planta y Equipo) y el Capital de Trabajo, se considera tanto la totalidad de la Inversión y el Financiamiento como los Ingresos para, a partir del Estado de Resultados, calcular la Utilidad e índices financieros.

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS.

De acuerdo con la tabla previa, los gastos son los siguientes:

- El Costo Total es de \$ 112.613,84 dólares.
- Los gastos de fabricación representan los fondos necesarios para el funcionamiento y ascienden a un total de \$ 17.895,00 dólares.
- Los costos de comercialización representan la inversión necesaria para promocionar o divulgar el producto, ascendiendo a un total de \$ 1.260,00 dólares.
- Costos financieros. - Conceptos generados que se abonarán por los intereses del préstamo a adquirir, así como por la financiación del plan, ascendiendo a un total de \$ 41.960,64 dólares.

5.6.2 Inversión total

Los fondos requeridos para llevar a cabo el plan suman un total de \$ 305.679,15 dólares y se dividen en dos categorías principales:

- Capital en Bienes Duraderos, Activos Inmóviles y Activos no Corrientes (Propiedad, Instalaciones y Equipamiento), Inversión en Activos Intangibles
- El capital de trabajo se compone de cuatro costos que varían según el tipo de producto y el proceso de producción.

Tabla 55
Inversión total

INVERSIÓN TOTAL			
RUBROS	PARCIAL	REFERENCIA	TOTAL
INVERSIÓN FIJA			294.894,00
Terreno	25.000,00	Anexo No 14	
Construcciones	250.000,00		
Muebles y Enseres	7.862,00		
Equipo de Oficina	2.892,00		
Equipo de Cómputo	1.500,00	Anexo No 15	
INVERSIONES FIJAS INTANGIBLES			7.640,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Materia Prima	560,00	Anexo No 20	9.257,15
Mano de Obra	1.655,10	Anexo No 21	
Gastos de Fabricación	1.491,25	Anexo No 22	
Gastos Administrativos	1.540,13	Anexo No 23	
Gastos Generales	408,95	Anexo No 24	
Gastos de Venta	105,00	Anexo No 25	
Gastos Financieros	3.496,72	Anexo No 26	
Amortización	1.528,00		1.528
	10.785,15		
INVERSIÓN TOTAL			305.679,15

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Inversión en Activos Fijos. - Se refiere a todos los bienes muebles e inmuebles que requiere el proyecto, su valor asciende a \$ **294.894,00** dólares.

Inversión en Activos Intangibles. - Partidas destinadas a cubrir los costos de investigación del proyecto, los gastos de establecimiento de la empresa y su importe asciende a \$ 7.640,00 dólares (verificar este monto si es preciso).

Capital de Trabajo. - Se refiere a los fondos necesarios para operar durante un período determinado, ya sea semanal, mensual o semestral, dependiendo del sector, en este caso, el monto necesario es de \$ 9.257,15 dólares.

5.6.3 Fuentes de financiamiento

Tabla 56

Fuentes de financiamiento

FUENTES DE	INVERSIÓN FIJA E		CAPITAL DE		TOTAL	
	INTANGIBLE	%	TRABAJO	%		%
Aporte Propio	189.992,40	62,15	10.785,15	3,53	200.777,55	65,68
Préstamo	104.901,60	34,32	0,00	0,00	104.901,60	34,32
TOTAL	294.894,00	96,47	10.785,15	3,53	305.679,15	100,00

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Según la Tabla de Financiamiento, del Monto Total de la Inversión de US\$ 305.679.15 dólares, los socios contribuirán con fondos propios por un total de \$ 200.777.55 dólares, lo que equivale al 65,68%, por otro lado, la diferencia, es decir, US\$ 104.901.60 dólares, representa el 34,32%, los cuales se obtendrán a través de un préstamo en el Banco Nacional de Fomento a un plazo de cinco años y con un interés del 15%.

Tabla 57*Cuadro de Financiamiento*

FINANCIAMIENTO Y DESGLOSE DE LA INVERSIÓN					
				294.894,00	
CONCEPTO	TOTAL	PROPIETARIO	CRÉDITO BANCARIO		
INVERSIONES FIJAS	INVERSIÓN				
		PROPIETARIO	CRÉDITO BANCARIO	34,32	INVERSIONES
CONCEPTO	VALOR TOTAL	189.992,40		104.901,60	
Terreno	25.000,00	25.000,00	62,15	0,00	25.000,00
Construcciones	250.000,00	150.000,00		100.000,00	250.000,00
Muebles y Enseres	7.862,00	4.717,20		3.144,80	7.862,00
Equipo de Oficina	2.892,00	1.735,20		1.156,80	2.892,00
Equipo de Cómputo	1.500,00	900,00		600,00	1.500,00
Inversiones Fijas Intangibles	7.640,00	7.640,00			7.640,00

CAPITAL DE TRABAJO						
Materia Prima	560,00	560,00	10.785,15		0,00	560,00
Mano de Obra	1.655,10	1.655,10	3,53		0,00	10.785,15 1.655,10
Gastos de Fabricación	1.491,25	1491,25				1.491,25
Gastos Administrativos	1.540,13	1.540,13			10.785,15	1.540,13
Gastos Generales	408,95	408,95				408,95
Gastos de Venta	105,00	105,00				105,00
Gastos Financieros	3.496,72	3496,72				3.496,72
Amortización	1.528,00	1.528,00				1.528,00
TOTAL	305.679,15	200.777,55	200.777,55	104.901,60	305.679,15	305.679,15
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	287.254,00					
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	10.785,15					

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Tabla 58*Amortización de la Deuda*

CÁLCULO PRÉSTAMO	
Monto	104.901,60
Tasa de Interés	15 %
Plazo	4 Años
Cuota de Capital	26.225,40

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.**Tabla 59***Intereses mensuales*

CUOTA	CAPITAL	INTERÉS	PAGO ANUAL	SALDO	3496,72
				104.901,60	
1	26.225,40	15.735,24	41.960,64	78.676,20	41.960,64
2	26.225,40	11.801,43	38.026,83	52.450,80	38.026,83
3	26.225,40	7.867,62	34.093,02	26.225,40	64.252,23
4	26.225,40	3.933,81	30.159,21	0,00	
TOTAL	104.901,60	39.338,10	144.239,70		

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Utilizando la fórmula para determinar el interés en pagos variables y siguiendo la tasa de interés aplicada por entidades bancarias como Fomento o Pichincha en este tipo de transacciones, se realiza el cálculo del financiamiento a lo largo de 5 años, durante este periodo, las cuotas anuales varían y representan el monto total resultante de la suma del capital más los intereses, al finalizar los 4 años, el total acumulado asciende a \$144.239,70 dólares.

5.6.4 Estructura de costos

Los costos se estructuran como Fijos y Variables

Los Gastos Variables se generan en el transcurso de la fabricación y comercialización, fluctuando según la cantidad producida e involucran insumos directos e indirectos, junto con otros ligados a la producción; mientras que los Gastos Fijos son constantes en la producción y permanecen inalterados.

Tabla 60*Estructura de costos*

DESCRIPCIÓN	TOTAL	FIJO	VARIABLE	COSTO TOTAL
COSTO DE PRODUCCIÓN				
Materia Prima Directa	6.720,00		6.720,00	
Mano de Obra Directa	19.861,2	19.861,2		
Materia Prima indirecta	16.935		16.935	
Movilización	960		960,00	
Amortización	1.528	1.528		
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Sueldos	18.481,60	18.481,60		
-Gastos Generales				
Útiles de Aseo	612		612	
Suministros de Oficina	1.730		1.730	
Depreciaciones	2.565	2.565		
COSTOS DE VENTA				
Promoción y Publicidad	1.260,00	1.260,00		
COSTO FINANCIERO				
Intereses	41.960,64	41.960,64		
COSTO TOTAL	112.613,44	85.656,44	26.957	112.613,44

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

En la tabla previa se presenta la distribución de Gastos Fijos y Variables del Plan contemplados para un periodo de doce meses.

Los gastos constantes, según su categorización, ascienden a \$85.656,44 dólares, mientras que los variables suman \$26.957 dólares.

5.6.5 Determinación de los ingresos

$$\text{Ingresos} = \text{Pvp} + \% \text{ Utilidad}$$

$$\text{Pvp} = \text{Ct} / \text{Número De Unidades} \% \text{ Utilidad}$$

$$\text{Pvp} = \text{Ctu} + \% \text{ Utilidad}$$

$$\text{Ctu} = \text{Ct} / \text{Número De Unidades}$$

Los beneficios que se generen serán obtenidos mediando el servicio de hospedaje de habitaciones donde el precio por habitación simple es de \$ 45 dólares y doble de \$ 90 dólares y así totalizar los ingresos.

	INGRESOS	
TOTAL AÑO	228.150,00	AÑO
		228.150,00
TOTAL INGRESOS	228.150,00	

5.6.6 Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias

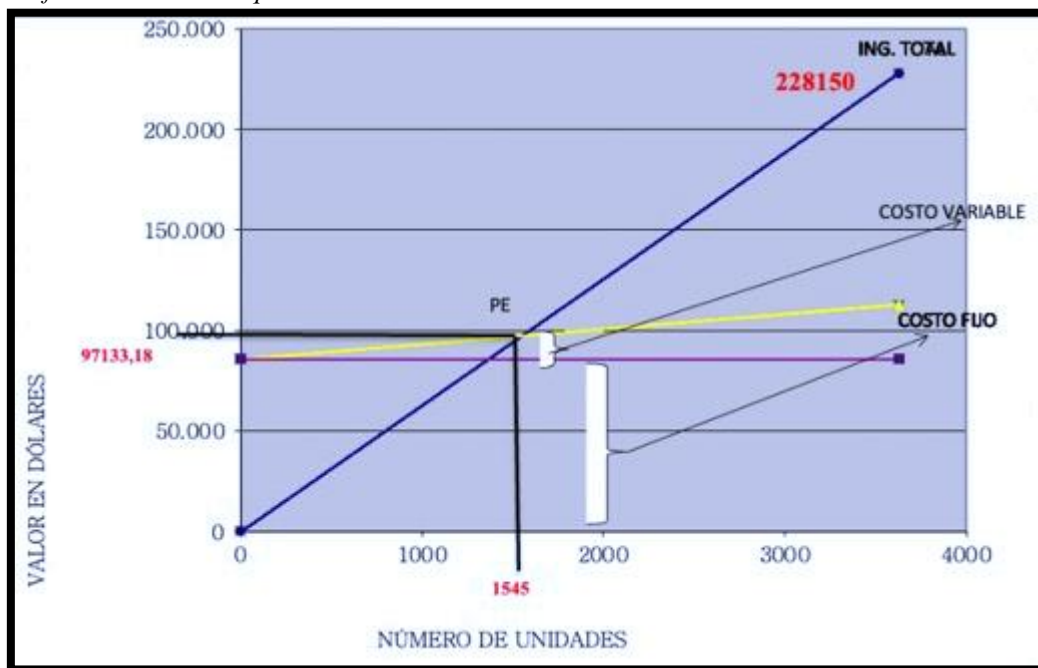
	PE =	C F	
	1 -	C V	
		Y	
PE =		COSTOS FIJOS	
1 -		COSTOS VARIABLES	
		INGRESOS TOTALES	
=	C F		
1 -	C V	PUNTO DE EQUILIBRIO	CANTIDADES
	Y		3.630
=	85.656,44	=	COSTOS FIJOS
1 -	26.957,00	1 -	85.656,44
	228.150,00		COSTOS VARIABLES
			26.957,00
=	85.656,44	=	INGRESOS TOTALES
1 -	0,118154723	1 -	228.150,00
=	85.656,44		
	0,881845277		
=	97.133,18	Punto de equilibrio	

Para calcular el punto de equilibrio, es fundamental analizar la interacción entre los costos que no varían, los costos que sí lo hacen y los ingresos, empleando la fórmula indicada arriba, por consiguiente, para cubrir todos los gastos, es imprescindible generar ingresos superiores a \$97.133,18 dólares, en este escenario, no se registra ni ganancia ni pérdida en este aspecto.

CLIENTES	3.630
INGRESOS TOTALES	\$228.150,00
COSTO VARIABLE	\$26.957,00
COSTO FIJO	\$85.656,44
COSTO TOTAL	\$112.613,44

5.6.7 Gráfico del Punto de Equilibrio

Figura 53
Gráfico del Punto de Equilibrio



Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Según la estimación numérica del punto de equilibrio, la gráfica previa muestra que los ingresos totales ascienden a 228.150,00 USD, con un Costo Fijo de 85.656,44 USD y un Costo Variable de 26.957,00.

5.6.8 Estado De Resultados

La estructura del Estado de Ganancias se fundamenta en los Ingresos generados por las reservas de habitaciones para los clientes, de los cuales se deducen los costos de fabricación, los gastos de gestión, de comercialización, financieros y los impuestos obligatorios, según se establece en el siguiente esquema:

El Estado de Resultados para el Primer Año, 1 sería:

Tabla 61

Resultados para el Primer Año

CONCEPTO /AÑOS	Año 1	%
Ventas	228.150,00	100,00
- Costos de Producción	44.476,20	19,49
= Utilidad Bruta en Ventas	183.673,80	80,51
- Costos Administrativos	23.389,00	10,25
- Costos de Ventas	1.260,00	0,55
= Utilidad Operacional	159.024,80	69,70
- Costos Financieros	41.960,64	18,39
= Utilidad antes de Impuesto a la renta y Participación	117.064,16	51,31
- Participación (15%) Trabajadores	17.559,62	7,70
= Utilidad antes de Impuesto a la Renta	99.504,54	43,61
- Impuesto a la Renta (23%)	21.891,00	9,60
= Utilidad Neta del Ejercicio	77.613,54	34,02

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Al concluir el período financiero y en un año típico de funcionamiento al liquidar todos los desembolsos y tributos, se generará un beneficio neto de \$ 77.613,54 dólares; los gastos más relevantes son relacionados con producción, finanzas, gestión administrativa y ventas.

Tabla 62*Estado de Resultados Proyectados*

CONCEPTO /AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	228.150,00	239.557,50	251.535,38	264.112,14	277.317,75
Costos de Producción	44.476,20	46.700,01	49.035,01	51.486,76	54.061,10
Utilidad Bruta en Ventas	183.673,80	192.857,49	202.500,36	212.625,38	223.256,65
Costos Administrativos	23.389,00	24.558,45	25.786,37	27.075,69	28.429,48
Costos de Ventas	1.260,00	1.310,40	1.362,82	1.417,33	1.474,02
Utilidad Operacional	159.024,80	166.988,64	175.351,18	184.132,36	193.353,15
Costos Financieros	41.960,64	38.026,83	34.093,02	30.159,21	
Utilidad antes de Impuesto a la renta y Participación	117.064,16	128.961,81	141.258,16	153.973,15	193.353,15
Participación (15%) Trabajadores	17.559,62	19.344,27	21.188,72	23.095,97	29.002,97
Utilidad antes de Partición	99.504,54	109.617,54	120.069,43	130.877,18	164.350,18
Impuesto a la Renta (22%)	21.891,00	24.115,86	26.415,28	28.792,98	36.157,04
Utilidad Neta del Ejercicio	77.613,54	85.501,68	93.654,16	102.084,20	128.193,14

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.6.9 Estado de Situación Financiera

El informe financiero proporciona una visión de la salud económica de la microempresa después de su primer año de operación, detallando la organización de las cuentas en Activos, Pasivos y Patrimonio.

De esta manera, el valor del Activo Circulante asciende a \$ 99.972,01 dólares e incluye efectivo, cuentas bancarias y el inventario de productos; mientras que el Activo No Circulante (bienes raíces, instalaciones y equipo) alcanza los \$ 274.586,14 dólares y Otros Bienes suman \$6.112,00 dólares; lo que resulta en un Total de Activos de \$380.670,15 dólares.

Tabla 63*Estado de situación financiera al primer año***ESTADO DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 1**

ACTIVOS			PASIVOS		
Activos Corriente		99.972,01	Pasivo Corriente		
Caja	9.997,20		Cuentas por Pagar	38.026,83	102.279,06
Bancos	89.974,81				
			Pasivo a Largo Plazo		
			Documentos por Pagar	64.252,23	
Activos Fijos			PATRIMONIO		
Terreno	25.000,00		Capital	200.777,55	278.391,09
Construcciones	250.000,00	274.586,14	Utilidad Ejercicio	77.613,54	
Muebles y Enseres	7.862,00				
Equipo de Oficina	2.892,00				
Equipo de Cómputo	1.500,00				
Depreciación	-12.667,86				
Activos Diferidos	6.112,00	6.112,00			
TOTAL	380.670,15	380.670,15	TOTAL	380.670,15	380.670,15

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.**Depreciaciones****Tabla 64***Depreciaciones:*

BIENES	VALOR LIBROS	AÑOS DE DEPRECIACIÓN	% DE DEPRECIACIÓN
Terreno	0,00	20	0
Construcciones	250.000,00	20	5
Muebles y Enseres	7.862,00	10	10
Equipo de Oficina	2.892,00	10	10
Equipo de Cómputo	1.500,00	3	33
TOTAL	262.254,00		

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

VALOR	VALOR A DEPRECIAR		DEP. ADM	DEP. GASTOS DE PRODUCCIÓN	FONDO DE SALVAMENTO
RESIDUAL		ANUAL	MES		
0,00	0,00		0,00	-	-
25.000,00	225.000,00	11.250	937,50	56.250,00	168.750,00
786,20	7.075,80	708	58,97	3.537,90	3.537,90
289,20	2.602,80	260	21,69	59,19 1.301,40	1.301,40
150,00	1.350,00	450	37,50	996,47 1.350,00	-
26.225,40	236.028,60	12.667,86	1.055,66		173.589,30

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.6.10 Flujo de Fondos de Efectivo

El análisis de efectivo posibilita la evaluación del plan durante un lustro, se especifica la cantidad invertida al inicio del proyecto, distribuida en bienes tangibles, intangibles y capital operativo, la proyección se basa en el aumento de la producción y venta de servicio de alojamiento anualmente, a continuación, se presentan los detalles.

La evaluación de proyectos se beneficia del análisis del flujo de caja, considerando una duración de 5 años para el proyecto, por lo tanto, con una inversión inicial de US\$ 305,679.15 distribuida en activos fijos tangibles, intangibles y capital de trabajo, se obtiene un Flujo Neto de Efectivo de US\$ 66.473.68 en el primer año.

Flujo de fondos de efectivo año 2024- 2028

Tabla 65

Flujo neto de caja proyectado

FLUJO NETO DE CAJA PROYECTADO					
RUBROS /AÑOS	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	228.150,00	239.557,50	251.535,38	264.112,14	277.317,75
Fondo de Salvamento					173.589,30
+					
	228.150,00	239.557,50	251.535,38	264.112,14	450.907,05
	111.085,84	110.595,69	110.277,22	110.138,99	83.964,60
- Costos de Producción	44.476,20	46.700,01	49.035,01	51.486,76	54.061,10
- Costos Administrativos	23.389,00	24.558,45	25.786,37	27.075,69	28.429,48
- Costos de Ventas	1.260,00	1.310,40	1.362,82	1.417,33	1.474,02
- Costos Financieros	41.960,64	38.026,83	34.093,02	30.159,21	0,00
Utilidad Operacional	117.064,16	128.961,81	141.258,16	153.973,15	366.942,45
=					
- Participación (15%) Trabajadores	17.559,62	19.344,27	21.188,72	23.095,97	55.041,37
Utilidad antes de Participación	99.504,54	109.617,54	120.069,43	130.877,18	311.901,09
=					
- Impuesto a la Renta (22%)	21.891,00	24.115,86	26.415,28	28.792,98	68.618,24
Utilidad Neta del Ejercicio	77.613,54	85.501,68	93.654,16	102.084,20	243.282,85
=					
Depreciaciones	12.667,86	12.667,86	12.667,86	12.667,86	12.667,86
+					
Amortizaciones	1.528,00	1.528,00	1.528,00	1.528,00	1.528,00
+					
INVERSIONES					
Fija	287.254,00				
Intangible	7.640,00				
+					
Capital de Trabajo	10.785,15				
+					
Recuperación del capital de Trabajo					10.785,15
Flujo Neto de Efectivo	305.679,15	91.809,40	99.697,54	107.850,02	268.263,86

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.7 Evaluación financiera, social y ambiental

5.7.1 Evaluación Financiera

La valoración económica establece si es viable llevar a cabo un proyecto, ya que, a través de sus métricas, muestra la ganancia que se genera en un lapso de tiempo (5 años).

En la evaluación financiera del proyecto, se emplean el Estado de Ganancias y Pérdidas junto con el Balance General, a través de fórmulas, ratios e indicadores, se calculan cifras que facilitan la determinación de su viabilidad económica.

En el análisis se emplea información contable y se aplican herramientas como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y los indicadores financieros que ajustan los montos futuros a su valor actual:

Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable TREMA-TEMAR

TREMA = Tasa de Rendimiento Económica Mínima Aceptable

TEMAR Tasa de Interés Bancaria+ Tasa de Inflación + Tasa de Premio al Riesgo

TREMA = 16,89

VAN = Valor Actual Neto = Valor Presente Neto

VAN= - Inversión Inicial + Sumatoria FNE actualizado

$$VAN = - I_0 + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3}$$

VAN = Valor Actual Neto = Valor Presente Neto

VAN= - Inversión Inicial + Sumatoria FNE actualizado

$$VAN = - I_0 + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3}$$

Estos cálculos evidencian que, al actualizar los ingresos y aplicar una tasa de rendimiento económico mínima del 16,89 %, se alcanza un valor de 47.083,90 dólares.

Los cálculos se anotan a continuación:

Tabla 66

Cálculo del TREMA

FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS	TASA DE DESCUENTO	FLUJOS DE FONDOS DESCONTADOS
	16,89% 0,1689	
91.809,40	1,17	78543,42
99.697,54	1,37	72967,54
107.850,02	1,60	67528,66
116.280,06	1,87	62.286,77
268.263,86	2,18	122.934,95
		404.261,34
		305.679,15
RENTABILIDAD		98.582,19

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Tabla 67

VAN 2

VALOR ACTUAL NETO

(VAN)

VALOR ACTUAL NETO	FLUJOS DE CAJA NETOS	TASA DE DESCUENTO (30%)	FLUJO DE DESCUENTO
		0,3	
	91.809,40	1,3	70.622,61
	99.697,54	1,69	58.992,63
	107.850,02	2,197	49.089,68
	116.280,06	2,8561	40.712,88
	268.263,86	3,71293	72.251,26
			291.669,06
INVERSIÓN INICIAL			305.679,15
			-14.010,10

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Valor actual neto

El Valor Actual Neto (VAN) evalúa la rentabilidad del proyecto en términos de ganancias que superan el porcentaje de rentabilidad esperado (16,89 %) una vez se haya recuperado la inversión total, el Valor Actual Neto representa simplemente la cantidad de dinero que ingresa o sale durante el período de evaluación, expresado en términos actuales.

Para obtener el Valor Actual Neto (VAN), es necesario sumar los flujos de efectivo descontados a una tasa de descuento conocida como TREMA y luego restar la inversión inicial.

Tabla 68
VAN I

VALOR ACTUAL NETO (VAN)	FLUJOS DE CAJA NETOS	TASA DE DESCUENTO 20%	FLUJO DE DESCUENTO
		0,2	
	91.809,40	1,2	76.507,83
	99.697,54	1,44	69.234,40
	107.850,02	1,728	62.413,20
	116.280,06	2,0736	56.076,42
	268.263,86	2,48832	107.809,23
			372.041,09
INVERSIÓN INICIAL			305.679,15
			66.361,93

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

La técnica y los gráficos presentados ilustran los cálculos y la viabilidad del proyecto al mostrar dos valores netos actualizados.

El Valor Actual Neto (VAN) positivo y negativo se fusiona mediante la utilización de la fórmula y el proceso de cálculos iterativos, con el propósito de alcanzar la tasa interna de retorno (TIR), por consiguiente, al superar el rendimiento mínimo necesario, resulta viable llevar a cabo la inversión del proyecto.

Van Comprobación del TIR

Tabla 69

VAN

VALOR ACTUAL NETO (VAN)	FLUJO DE CAJA NETOS	TASA DE DESCUENTO	FLUJO DE DESCUENTO
		28,26%	
		1,2826	
	91.809,40	1,2826	71.580,69
	99.697,54	1,6451	60.604,10
	107.850,02	2,1100	51.114,78
	116.280,06	2,7062	42.967,52
	268.263,86	3,4710	77.286,92
			303.554,01
INVERSIÓN INICIAL			305.679,15
			-2.125,14180

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.7.2 Tasa interna de retorno (tir) (tire)

La Tasa Interna de Retorno, conocida como TIR o Tasa de Rendimiento Total del Proyecto, se determina mediante la comparación de tasas o valores actuales netos (VAN) positivos y negativos.

La Tasa Interna de Retorno se determina cuando el Valor Actual Neto es igual a cero, lo cual implica el cálculo de un valor presente positivo y otro negativo, ambos próximos a cero.

Para calcular, es necesario obtener un valor neto en negativo y luego emplear la fórmula que se indica a continuación.

$$TIR = R1 + (R2 - R1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

RI = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN = 1	=	20
R2= Tasa de descuento utilizada para calcular el = VAN2	=	30
VAN 1 = Valor positivo	=	66.361,93
VAN 2= Valor negativo	=	-14.010,10
TIR	=	20
TIR	=	10
TIR	=	20
TIR	=	0,83
TIR	=	8,26
TIR	=	28,26

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Se lograron dos resultados del Valor Actual Neto que mostraron tanto efectos favorables como desfavorables y se determinaron a través de la fórmula de la Tasa Interna de Retorno (TIR), la cual se sitúa en el 28,26 %, el resultado del VAN es cercano a CERO (en este caso 58.779,47).

7.3.2 Índices Financieros

Las razones financieras que con más frecuencia se usan en esta categoría son:

Tabla 70

Índices Financieros

Periodo de Recuperación de la Inversión	Inversión/ Utilidad Promedio Anual	305.679,15 136780,175	2,23	Años
Índice de Solvencia	Activo Corriente/ Pasivo Corriente	99.972,01 38.026,83	2,63	Dólares
Prueba del Ácido	Activo Corriente - Pasivo Corriente	99.972,01 38.026,83	2,63	Dólares
Relación Activo Total	Ventas/ Activo	228.150,00 380.670,15	0,60	Veces
Endeudamiento	Deuda Total/ Activo Total	102.279,06 380.670,15	0,27	27%
Apalancamiento	Activo Total/ Patrimonio	380.670,15 278.391,09	1,37	Veces
Margen Neto en Ventas	Utilidad Neta/ Ventas	77.613,54 228.150,00	34,02	%
Rentabilidad de Patrimonio	Utilidad Neta/ Patrimonio	77.613,54 278.391,09	27,88	%
Rentabilidad del Activo	Utilidad Neta/ Activo	77.613,54 380.670,15	20,39	%

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

5.7.4 Relación Beneficio-Costo

Se define la rentabilidad del proyecto al comparar los ingresos actualizados con los costos actualizados y la inversión, lo que nos da el costo relativo de la inversión en relación con los ingresos.

Tabla 71*Relación Beneficio-Costo*

ING =	INVERSIÓN	ING1 +	ING2 +	ING3 +	ING4 +	ING5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
ING =	-305.679,15	228.150,00	239.557,50	251.535,38	264.112,14	450.907,05
		(1+23,24)1	(1+23,24)2	(1+23,24)3	(1+23,24)4	(1+23,24)5
ING =	-305.679,15	228.150,00	239.557,50	251.535,38	264.112,14	450.907,05
		1,2324	1,51880976	1,871781148	2,306783087	2,306783087
ING =	-305.679,15	185.126,58	157.727,13	134.382,90	114.493,71	195.470,07
ING =	481.521,23	Ingresos	Actualizados			

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Tabla 72*Costos actualizados*

COS =	INVERSIÓN	COS 1 +	COS2 +	COS3 +	COS 4 +	COS 5
		(1+i)1	(1+i)2	(1+i)3	(1+i)4	(1+i)5
COS =	-305.679,15	111.085,84	110.595,69	110.277,22	110.138,99	83.964,60
		(1+23,24)1	(1+23,24)2	(1+23,24)3	(1+23,24)4	(1+23,24)5
COS =	-305.679,15	111.085,84	110.595,69	110.277,22	110.138,99	83.964,60
		1,23	1,52	1,87	2,31	2,31
COS =	-305.679,15	90.137,81	72.817,34	58.915,66	47.745,71	36.399,00
COS =	336,37	Costos	Actualizados			

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

La fórmula es:

Ingresos Actualizados/
Costos Actualizados +
Inversión

RBC = 481.521,23

306.015,52

RBC = **\$US 1,57351898**

En otras palabras, cada dólar que se invierte en los gastos genera US\$1,57351898 de Ingresos Actualizados.

5.8 Evaluación Social

En el sector hotelero de la Isla Santa Cruz, un emprendimiento que ofrezca alojamiento con un alto nivel de atención al cliente tendría un impacto muy favorable, los beneficiarios directos e indirectos se verían aventajados al contar con un flujo constante de pasajeros, lo que les permitiría mejorar y diversificar los servicios que ofrecen a los turistas, además, con la incorporación de nuevas opciones de alojamiento, los hoteleros podrían reducir considerablemente los costos de hospedaje, lo que les permitirá ser más competitivos con sus precios y atraer a un mayor número de visitantes, en el aspecto social se crearán 5 puestos de trabajo directo y 5 indirectos.

El total de sueldos y remuneraciones es de \$38.342,80 así como del rubro 15 % participación de trabajadores que pagará, estimándose que el primer año se cancelarán \$17.559,62 dólares

En lo referente a Impuestos, se pagarán por concepto de Impuesto a la Renta \$21.891,00 dólares que representa en relación a los Ingresos el 9,60 %.

La implementación del hotel en la urbanización La Alborada, en la Isla Santa Cruz, contribuirá a dinamizar la economía local y el sector turístico, con un servicio de alojamiento de alta calidad y un enfoque en la atención al cliente, se podrá satisfacer eficazmente la demanda de los huéspedes.

Las ventas en el primer año ascenderán a \$228.150,00 los costos de producción se va a comprar materias primas a proveedores que corresponde, \$6.720,00 referente al sistema financiero se endeudará al banco, en el área de publicidad y marketing se contratará una agencia de publicidad.

Generación de Puestos de Trabajo:

Directo

1. Propietario y director general
2. Contabilidad y Finanzas
3. Recepcionista
4. Cocinero
5. Camarero

Indirecto a través de:

1. Restaurantes
2. Transportistas
3. Operadores Turísticos
4. Dueños de Barcos
5. Proveedores de materia Prima para hoteles


5.9. Evaluación Ambiental

La empresa se construirá dentro de la urbanización Alborada, una zona destinada a infraestructuras del sector inmobiliario, lo que avala que el proyecto no tendrá un impacto ambiental significativo, su ubicación y diseño cumplen con las normativas ambientales vigentes en la provincia de Galápagos, incluyendo los lineamientos establecidos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) y las regulaciones del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos (CGREG), además, los planos han sido elaborados siguiendo las especificaciones del Código de Construcción Sostenible de Galápagos, asegurando que las infraestructuras reduzcan al máximo su impacto en el entorno natural de las islas, por consiguiente, tanto su construcción como su operación tendrán un efecto mínimo en el medio ambiente de la isla Santa Cruz.

Se ha realizado un análisis detallado para evaluar los potenciales impactos ambientales asociados con las actividades del hotel, en respuesta, se han desarrollado e implementado tácticas de mitigación y compensación enfocadas en la gestión responsable de los desechos sólidos, con el propósito de reducir al máximo cualquier impacto negativo en el medio ambiente.

Desechos sólidos: Se implementará un plan de gestión de residuos que incluye el uso de contenedores diferenciados por tres colores para facilitar la separación de los desechos que pueden ser reciclados o utilizados para compostaje, estos contenedores estarán ubicados en áreas estratégicas para asegurar su correcta recolección.

Tabla 73*Contenedores*

Tipo de Contenedor	Color	Destinado a	Días de Recolección
Contenedor de Residuos Orgánicos		Restos de comida, frutas, verduras, huesos, carnes y desechos de jardinería	Martes, jueves, sábados
Contenedor de Residuos Especiales		Papel higiénico, servilletas, toallas sanitarias, pañales desechables, zapatos, ropa y espuma flex	Martes, jueves, sábados
Contenedor de Residuos Inorgánicos		Papel, cartón, plástico, vidrio, latas, Tetrapak, pilas y baterías	Lunes, miércoles, viernes
Desechos Líquidos		Aguas residuales domésticas sin cloro ni compuestos tóxicos (reutilizables para riego o evacuación)	-

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

CONCLUSIONES

- La Tasa de Rendimiento Económico Mínima Aceptable (TREMA) se fijó en un 16,89%, y la evaluación de los flujos de efectivo indica que el proyecto es rentable, ya que el Valor Actual Neto (VAN) es favorable (66.361,93 dólares), esto señala que los ingresos previstos son mayores que los gastos, lo que resulta en un rendimiento superior al requerido por la tasa de rentabilidad mínima aceptable.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida, que ronda el 28,26%, supera notablemente la tasa mínima de rendimiento exigida (TREMA), esto fortalece la viabilidad económica del proyecto al indicar que, según los términos establecidos, el proyecto producirá un rendimiento apropiado sobre el capital invertido.
- 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.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar un sistema de monitoreo constante sobre las tasas de interés y la inflación, dado que influyen en la TIR y el VAN, esto ayudará a tomar decisiones informadas sobre ajustes en el proyecto o estrategias de mitigación ante cambios en el entorno económico.
- Aunque el proyecto presenta un VAN positivo, se sugiere revisar y optimizar los costos operativos a través de la mejora de la eficiencia en la gestión de recursos, esto podría aumentar aún más la rentabilidad y proporcionar un margen de seguridad frente a posibles variaciones en los ingresos.
- Dada la sensibilidad del proyecto a las tasas de descuento, se recomienda realizar evaluaciones financieras periódicas (anualmente o cada seis meses) para asegurarse de que sigue cumpliendo con las expectativas de rentabilidad y para ajustar la estrategia según sea necesario, esto permitirá reaccionar a tiempo ante cambios en el entorno financiero o de mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- González, G. B. (2018). ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO. Guayaquil , Guayas , Ecuador: Abya-Ya.
- Hernández, F. J. (2016). Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados. Tenerife., España .
- Román, J. E. (2020). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL BOUTIQUE LOW COST UBICADO EN EL SECTOR DE LA MARISCAL*. Quito, Ecuador .
- Toalombo, C. C. (2023). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL UBICADO EN LA PARROQUIA DE PILAHUÍN - CIUDAD DE AMBATO*. Ambato, Ecuador .
- Hurtado, J. M. (2011). *Los proyectos y los planes de negocios*. Bolivia.
- Galápagos, D. N. (2023). *Informe anual ingreso de visitantes a las áreas protegidas de Galápagos del año 2023*. Galápagos - Ecuador.
- Arturo Vásquez, O. G. (05 de febrero de 2022). Modelo de Negocio e Innovación en el Contexto de Sector Artesanal del Cantón Montecristi. *dominiodelasciencias*, 176.
- ESPE, A. U. (2023). 16.
- Baque Villanueva, L. K. (Julio de 2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. 125.
- Anamilet, C. M. (25 de Julio de 2022). Rentabilidad económica empresarial, análisis de costos caso Martagua S.A., Montecristi Ecuador. 1824.
- Chafla Granda, J. L. (2022). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA FINANCIAMIENTO*. Guayaquil, Guayas, Ecuador : Cide Editorial.
- Paz Esparza, F. F. (2022). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA FINANCIAMIENTO*. Riobamba, Ecuador: CIDE Editorial.
- González, J. I. (2023). *Metodología General Ajustada para la formulación de proyectos de inversión pública en Colombia*. Colombia .
- Chigo Torres , J. M. (2022). *Balance General Diciembre 2022*.
- Garcia, G. (2022). *GLOSARIO TERMINOLOGIA HOTELERA*. Lima, Perú.
- Lanús, U. N. (2023). *studocu*. Obtenido de www.studocu.com
- Pichincha, B. (23 de Noviembre de 2020). *pichincha*. Obtenido de <https://www.pichincha.com>: <https://www.pichincha.com/blog/punto-de-equilibrio>
- González, J. I. (2023). *Metodología General Ajustada para la formulación de proyectos de inversión pública en Colombia*. Colombia .
- González, J. I. (2023). *Metodología General Ajustada para la formulación de proyectos de inversión pública en Colombia*. Colombia .

- González, J. I. (2023). *Metodología General Ajustada para la formulación de proyectos de inversión pública en Colombia*.
- González, J. I. (2023). Metodología General Ajustada para la formulación de proyectos de inversión pública en Colombia. 124.
- Valdez Perez, V. M. (2022). GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADOS EN HOTELERÍA. 8.
- Camila Brigette, V. C. (2023). *Modelo de negocios CANVAS para la creación de CompuRepuestos Store sector Cotacollao*. Quito.
- Quezada Suriel, R. (2024). *GLOSARIO DE TÉRMINOS HOTELEROS*. Obtenido de www.collegesidekick.com: <https://www.collegesidekick.com/study-docs/3229421>
- TURISMO, M. D. (2015). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO*. Quito.
- Moyón Escudero, J. T. (2020). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL HOTEL SAN RAFAEL EN EL BARRIO SAN ANTONIO, PARROQUIA JUAN DE VELASCO, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Riobamba, Ecuador.
- Arias Navarro, D. M. (2022). *Diseño de negocio para alojamiento tipo glamping en Santa Cruz, provincia de Galápagos*. Guayaquil, Ecuador .
- Villarán Weinberger, K. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú .
- Cindy, Á., & Villón, L. (2021). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA: VIABILIDAD LEGAL Y FINANCIERA*. LA LIBERTAD, Santa Elena , Ecuador .
- Bernal Zapata, J. M., & Cely Vargas, A. A. (2021). *PLAN DE NEGOCIOS PARA EL HOTEL PARAISO ESTUDIOS DEL MUNICIPIO DE RICAURTE, CUNDINAMARCA, PARA EL PERIODO 2021-2023*. Bogotá D.C, Colombia .

ANEXOS

Anexo N° 2

Presupuesto

Conceptos y Costos en dólares (\$)

Concepto	Costos en dólares (\$)
Materiales de investigación	\$150
Suscripciones a revistas científicas	\$200
Acceso a bases de datos	\$100
Software estadístico	\$200
Equipo y tecnología	\$300
Viajes (Guaranda - Galápagos ida y vuelta)	\$600
Viajes adicionales (Guaranda - Galápagos)	\$300
Alojamiento y alimentación en Galápagos	\$300
Honorarios (asesoramiento y edición)	\$150
Costos administrativos	\$100
Impresión y encuadernación	\$150
5% de gastos imprevistos	\$132,50
Total	\$2.782,50

Elaborado por: Jonathan Placencia De la Cruz.

Anexo N° 3

Formato de encuesta en español e inglés dirigida a los Turistas de Galápagos, isla Santa Cruz.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Encuesta dirigida a los turistas que visitan las Islas Galápagos, isla Santa Cruz.

Objetivo: Recolectar información del comportamiento de los consumidores sobre gustos y preferencias de los Turistas en la provincia de Galápagos, isla Santa Cruz.

Instrucciones: Leer cuidadosamente las preguntas y responder con total sinceridad.

CUESTIONARIO

1. Edad

- Entre 18 a 29 años
- Entre 30 a 49 años
- Entre 50 y 65 años
- Más de 65 años
- Menos de 18 años

2. Género

- Masculino
- Femenino

3. ¿De qué país es usted?

- Ecuador

Estados Unidos

Alemania

Reino Unido

Argentina

Francia

Canadá

Suiza

Perú

¿Cuáles son? _____

4. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere durante su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?

Hotel H

Hostal HS

Casa de Huéspedes CH

Lodge L

Barcos

Campamento Turístico CT

5. ¿Qué tipo de habitación prefiere?

Habitación individual o habitación simple

Habitación doble

Habitación triple

- Habitación cuádruple
- Habitación múltiple
- Habitación junior suite
- Habitación suite

6. ¿Por qué visita usted la provincia de Galápagos, específicamente la isla Santa Cruz?

- Turismo
- Observar el comportamiento de flora y fauna
- Voluntariado
- Actividades Académicas
- Practicar buceo y snorkeling
- Visitar sitios históricos y culturales de las islas

¿Cuáles son? _____

7. ¿Qué otras características le gustaría que cuente el nuevo hotel en Galápagos, isla Santa Cruz?

- Económico
- Diseño Armonioso con la naturaleza
- Área para cuidado infantil
- Servicio de alquiler de bicicletas

¿Cuáles son? _____

8. ¿Cuál es el precio diario que paga por el servicio de alojamiento en la isla Santa Cruz?

9. ¿Cuál es el nombre del establecimiento hotelero al que va a llegar, alojarse y tiene la reservación?

10. ¿Cuál es la duración de su estadía en Galápagos, isla Santa Cruz?

11. ¿Cuál es su presupuesto promedio diario para alojamiento en Galápagos, isla Santa Cruz?

12. ¿Por qué medio hace sus reservas de alojamiento?

- En la página web del Hotel
- A través de agencias de viajes en línea (Booking, Expedia, etc.)
- Mediante una agencia de viajes física

13. ¿Cómo califica usted el hotel donde se aloja en Galápagos, isla Santa Cruz?

- Bueno
- Malo
- Regular

14. ¿Si le ofertaran un servicio de alojamiento diferente en la isla Santa Cruz, usted está dispuesto a adquirirlo?

- Sí
- Tal vez
- No

Gracias por su participación.



BOLÍVAR STATE UNIVERSITY
FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES, BUSINESS MANAGEMENT,
AND INFORMATION TECHNOLOGY

Survey for Accommodation Providers in Santa Cruz Island, Galápagos

Purpose: To gather insights into the practices and behaviors of accommodation service providers on Santa Cruz Island, in the Galápagos Province.

Instructions: Kindly review each question thoroughly and respond with utmost honesty.

Questionnaire

1. What is the name of your hotel?

2. Where is your hotel situated?

3. What is the classification of your accommodation?

- Hotel H
- Hostel
- Luxury
- Premium
- Guesthouse GH

4. What type of infrastructure does your hotel provide?

- Designed for tourism activities
- Focused on safety and security
- Equipped with modern technology
- Built for accessibility

5. How many rooms are available in your accommodation?

6 What are your nightly rates for the services you offer?

Room Type	Nightly Rate
Single Rooms in Hotels	
Single Rooms in Hostels	
Simple Suites in Hostels	
Simple Suites in Hotels	
Standard Triple Room	
Double Suites	
Quadruple Suites	
Triple Suites	
Quadruple Suites (500+ USD)	

7. What was your average occupancy rate during the past month?

8. What additional services are offered at your accommodation?

- Breakfast, Wi-Fi, swimming pool, airport shuttle
- Breakfast, Wi-Fi, swimming pool
- Breakfast, Wi-Fi, airport shuttle
- Breakfast, Wi-Fi, laundry services
- Breakfast, Wi-Fi, bicycle rentals

If others, please specify: _____

9. What are the primary operational challenges your hotel encounters?

- Staff shortages and fluctuating demand

- Facility maintenance and competition
- Staff shortages and facility maintenance

If others, please specify: _____

10. What sets your hotel apart from other accommodations on Santa Cruz Island?

- Competitive pricing
- Strategic location
- Unique or exclusive services

If others, please specify: _____

11. Have you observed any notable shifts in tourist demand or preferences in recent years?

- Yes
- No

We profoundly value and sincerely appreciate your thoughtful engagement!

Anexo N° 4

Formato de encuesta dirigida a los ofertantes de alojamiento de Galápagos, isla Santa Cruz.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Encuesta dirigida a los ofertantes de servicio de hospedaje en Galápagos, isla Santa Cruz.

Objetivo: Recolectar información del comportamiento de ofertantes de los hoteles en la provincia de Galápagos, isla Santa Cruz.

Instrucciones: Leer cuidadosamente las preguntas y responder con total sinceridad.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es el nombre de su Hotel?

2. ¿Dónde está ubicado su Hotel?

3. ¿Indique la clasificación de su alojamiento?

Hotel H

Hostal

Lujo

Premium

Casa de Huéspedes CH

4. ¿Indique la infraestructura que tiene su Hotel?

- Infraestructura enfocada al Turismo
- Infraestructura con enfoque a la Seguridad
- Infraestructura Tecnológica
- Infraestructura de Accesibilidad

5. ¿Cuántas habitaciones tiene usted en su alojamiento?

6. ¿Cuál es el precio que cobra por el servicio que oferta diariamente?

Tipos	Precio por noche
Habitaciones Simples Hoteles	
Habitaciones Simples Hostales	
Habitación Suit Simples Hostales	
Habitación Suit Simple Hoteles	
Habitación triple Estándar	
Habitación doble Suits	
Habitación Cuádruple Suits	
Habitación Suit Triple	
Más de 500 Habitación Suit Cuádruple	

7. ¿Cuál es la tasa promedio de ocupación en el último mes?

8. ¿Qué servicios adicionales ofrece su Alojamiento?

- Desayuno, Wi-Fi, piscina, servicio de traslado al aeropuerto
- Desayuno, Wi-Fi, Piscina

Desayuno, Wi-Fi, servicio de traslado al Aeropuerto

Desayuno, Wi-Fi, Servicio de lavandería

Desayuno, Wi-Fi, Alquiler de bicicletas

¿Cuáles son? _____

9. ¿Cuáles son los principales desafíos operativos que enfrenta su hotel?

Escasez de personal, fluctuación de la demanda

Mantenimiento de instalaciones, competencia

Escasez de personal, mantenimiento de instalaciones

¿Cuáles son? _____

10. ¿Cómo se diferencia su hotel de la competencia en la isla Santa Cruz?

Precios competitivos

Ubicación privilegiada

Servicios exclusivos

¿Cuáles son? _____

11. ¿Ha notado algún cambio significativo en la demanda o en las tendencias de los turistas en los últimos años?

Sí

No

Gracias por su participación.

Anexo N° 5*Categorías y estrellas de hoteles en Galápagos, isla Santa Cruz.*

Nombre del Hotel	Estrellas	Categoría	Precio
Hotel Acacia	4	Hotel	\$275
Hotel Albatros	4,5	Primera Clase	\$161
Hotel Angermeyer	4,6	Primera Clase	\$337
Hotel Coloma Galápagos	4.4	Primera Clase	\$111
Hotel Cucúve	4.8	Primera Clase	\$196
Hotel Deja Vú	3	Económico	\$95
Hotel Del Sol	4.5	Económico	\$52
Hotel Fernandina	4,2	Primera Clase	\$99
Hotel Fiesta	3	Primera Clase	\$150
Hotel Finch Bay	3	Lujo	\$481
Hotel Flamingo	3	Primera Clase	\$102
Hotel Galápagos Islands	3	Primera Clase	\$71
Hotel Suits	4	Lujo	\$120
Hotel Lobo De Mar	3	Lujo	\$143
Hotel Tortuga Bay	4.6	Lujo	\$96
Hotel Brisas Del Pacífico	3	Económico	\$48
Ikala Galápagos Hotel	3	Lujo	\$269
Hotel La Casa De Judy	2	Económico	\$59
La Isla Hotel	4.7	lujo	\$190
La Perla De Galápagos Hotel	3	Turista	\$99

Hotel Mainao	3	Primera Clase	\$160
Hotel Ninfa	3	Turista	\$125
Hotel Palace	3	Turista	\$80
Hotel Palmeras	3	Económico	\$32
Hotel Palo Santo	2	Lujo	\$240
Hotel Pelikan Bay	3	Primera Clase	\$155
Hotel Pikaia Lodge	5	Lujo	\$3120
Hotel Red Booby	2	Primera Clase	\$109
Hotel Royal Palm	4	Lujo	\$359
Hotel Semilla Verde	3	Primera Clase	\$195
Hotel Silberstein	4	Primera Clase	\$251
Hotel Solymar	3	Lujo	\$266
Hotel Triángulo De Darwin	4.5	Primera Clase	\$115
Hotel Twin Galápagos	3	Primera Clase	\$145
Hotel Villa Laguna	3	Primera clase	\$189

Anexo N° 6

Categorías y estrellas de Barcos con pernoctación a bordo (Liveaboard) en Galápagos, isla Santa Cruz.

Nombre de la embarcación	Estrellas	Categoría	Precio
Aqua	4.5	Premium	\$472/ día
Galaxy Diver II, Galápagos	4.5	Premium	\$467 / día
Nortada Liveaboard, Galápagos	4	Premium	\$346/ día
Danubio Azul Liveaboard	3.5	Lujo	\$429 / día
Tiburón Explorer	5	Premium	\$622 / día
Galápagos Aggressor III	4.5	Premium	\$614 / día
Monserrat Cruise Ship	4.5	Lujo	\$297 / día
Galápagos Legend, Galápagos	4.5	Lujo	\$438 / día
Alya Cruise Ship	4.5	Lujo premium	\$561 / día
Galaxia Orión Crucero	4.5	Lujo premium	\$277/ día
Galaxy Cruise Ship	4.5	Lujo premium	\$400 / día
Coral I	4.5	Lujo	\$425/ día
Coral II	4.5	Lujo	\$425/ día
Eco Galaxy Cruise Ship	4.5	Lujo	\$502 / día
Reina Silvia Voyager	5	Lujo	\$468 / día
Galápagos Sea Star	4.5	Lujo	\$471 / día
Grand Majestic	4.5	Lujo	\$363 / día

Yolita Cruise Ship	3.5	Lujo	\$385/ día
Treasure of Galápagos	4.5	premium	\$461 / día
Solaris Cruise Ship	4.5	premium	\$460 / día
Marinero Viaje	5	premium	\$448/ día
Paraíso Natural	5	premium	\$374 / día
Ocean Spray Cruise Ship	5	premium	\$644 / día
Paraíso Natural	5	premium	\$374 / día
Ocean Spray Cruise Ship	5	premium	\$644 / día
Archipel I	4.5	Premium	\$306/ día
Naveceros de Elite	5	Lujo Premium	\$722/ día
Cormorant II crucero	4.5	Premium	\$472 / día
Nave de crucero Infinito	5	Lujo	\$455/ día
Consejo Top II crucero	5	premium	\$683/ día
Explorador de Cachalote	4.5	Lujo	\$461/ día
Calipso Cruise Ship	5	Lujo	\$328/ día

Buque de crucero Bonita	4.5	Premium	\$354/ día
Endémic crucero	5	Lujo	\$722/ día
Anahi	4.5	Lujo	\$715 / día
Evolution Cruise Ship	4.5	Lujo	\$617/ día

Samba Cruise Ship	5	Estándar	\$345 / día
Evolución	4.5	Lujo	\$1,065/ día
Naveceros Isabela II	4	Lujo	\$561/ día
Galaxy Sirius, Galápagos	5	Lujo	\$709 / día
Golondrina	4.5	Lujo	\$339 / día
Tip Top IV	5	Lujo	\$635 / día
Galápagos Horizon	5	Lujo	\$539/ día
Naveceros Nemo II	5	Lujo	\$484/ día
Passion Cruise Ship	4.5	Lujo	\$778/ día
La Pinta	4.5	Lujo	\$1,027/ día
Petrel Cruise Ship	5	Lujo	\$820 / día
Tip Top V	4.5	Lujo	\$683 / día
Beluga	5	Lujo	\$508/ día
Grand Queen Beatriz	5	Lujo	\$324 / día
Gran Buque de Cruceros Grand Daphne	4.5	Premium	\$305/ día
Grace Cruise Ship	5	Lujo	\$687/ día
Fragata	4.5	Premium	\$493 / día
Nemo III Cruise Ship	4.5	Premium	\$565/ día

Anexo N° 7
Materia prima directa

MATERIA PRIMA HOTEL	DÍA	SEMANA	MES	AÑO	PRECIO POR UNIDAD	MENSUAL PRECIO	ANUAL PRECIO	TOTAL		
Shampoo	18	126	504	6.048	0,15	75,6	907,2			
Jabón	19	133	532	6.384	0,05	26,6	319,2	1.226,40		
MATERIA PRIMA RESTAURANTE						102,2	1226,4			
	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	PRECIO	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
	Pan integral o de centeno	Gramos	18	126	504	6.048	0,25	1.512,00	126	1.512
	Queso	Gramos	3	21	84	1.008	1,5	1.512,00	126	1.512
	Pan integral o de centeno	Rebanada	18	126	504	6.048	0,2	1.209,60	100,8	1.209,6
	Queso vegano	Porciones	3	21	84	1.008	1,25	1.260,00	105	1.260
	Total				201,6			5.493,60	457,8	5.493,6
	Total				201,6		1612,8			
	TOTAL Mes / AÑO								457,8	5.493,60
									=	
	TOTAL MES		560,00		140		INVENTARIOS		560	6.720,00
	TOTAL AÑO		6.720,00							
	TOTAL MATERIA PRIMA	6.720,00								

Anexo N° 8

Mano de obra directa

NO	CARGO	SUELDO	APORTE IESS	13RO	14 TO	FONDOS DE RESERVA	VACA	TOTAL		
1	Recepcionista	600	65,10	50,00	60,00	50,00	30,00	855,10		
2	Cocinero Medio tiempo	400						400		
3	Camarero Medio tiempo	400						400	MENSUAL	ANUAL
	SUBTOTAL	1.400,00	65,10	50,00	60,00	50,00	30,00	1.655,10	1655,10	19.861,20
	TOTAL							1.655,10		19.861,20

Anexo N° 9

Gastos de fabricación

	GASTOS DE FABRICACIÓN						
DEPRECIACIONES							
	VALOR	AÑOS	% DE	VALOR	VALOR ANUAL		DEPRECIACIÓN
BIENES	LIBROS	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	RESIDUAL	DEPRECIAR	ANUAL	MES
CONSTRUCCIÓN	250.000,00	20	5	25.000,00	225.000,00	11.250,00	937,50
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	13.000,00	10	10	1.300,00	11.700,00	1.170,00	97,50
MUEBLES Y ENSERES HAB. Y RESTAURANTE	15.500,00	10	10	1.550,00	13.950,00	1.395,00	116,25
UTENSILIOS Y MENAJE	3.000,00	3	33,3	300,00	2.700,00	900,00	75,00
TOTAL	281.500,00			28.150,00	253.350,00	14.715,00	1.226,25



		GASTOS DE FABRICACIÓN					2.637,50
MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE							DEPRECIACIÓN ACUMULADA TODA
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR SEMANA	TOTAL, MES	TOTAL, AÑO			
Transporte	4	10,00	40,00	480			
Movilización	4	10,00	40,00	480			
TOTAL, ANUAL			80,00	960			

Anexo N° 10
Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
	VALOR	AMORTIZACIÓN	
CONCEPTO	LIBROS	ANUAL	MES
Gastos de constitución	2.000,00	400,00	33,33
Gastos de investigación y desarrollo	750,00	150,00	12,50
Otros activos diferidos	1.500,00	300,00	25,00
Mercado	300,00	60,00	5,00
Técnico	250,00	50,00	4,17
Financiero	300,00	60,00	5,00
Evaluaciones	250,00	50,00	4,17
Patentes y marcas	2.290,00	458,00	38,17
TOTAL	7.640,00	1.528,00	127,33
AL BALANCE	6.112,00		



Anexo N° 11
Sueldos

CARGO	SUELDO BÁSICO UNIFICADO	APORTE IESS	DÉCIMO	DÉCIMO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL A PAGAR	
			TERCERO	CUARTO				
Gerente	800,00	86,80	66,67	80,00	66,67	40,00	1.140,13	
Contador medio tiempo	400,00						400,00	
SUBTOTAL	1.200,00	86,80	66,67	80,00	66,67	40,00	1.540,13	
							18.481,60	1.540,13
							ANUAL	MENSUAL

Anexo N° 12
Gastos de publicidad

GASTOS DE VENTA					
DETALLE	Número	Número	Valor	V/ MES	V/ AÑO
Hojas Volantes	1	350	30,00	30,00	360,00
Publicidad Página Web	2	1	50,00	50,00	600,00
Publicidad en Redes Sociales	3	1	25,00	25,00	300,00
TOTAL				105,00	1.260,00



Anexo N° 13

Intereses

RUBROS /AÑOS	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025
Costos Financieros	41.960,64	38.026,83	34.093,02	30.159,21	0,00

ANEXO N° 14

Cuadro de inversiones fijas tangibles

CUADRO RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS TANGIBLES	VALOR
Terreno	25.000,00
Construcciones	250.000,00
Muebles y Enseres	7.862,00
Equipo de Oficina	2.892,00
Equipo de Cómputo	1.500,00
TOTAL	287.254,00

ANEXO N° 15

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima	560,00
Mano de Obra	1.655,10
Gastos de Fabricación	1491,25
Gastos Administrativos	1.540,13
Gastos Generales	408,95
Gastos de Venta	105,00
Gastos Financieros	3.496,72

Anexo 16

Encuesta dirigida a los ofertantes de servicio de Alojamiento en Galápagos, isla Santa Cruz.



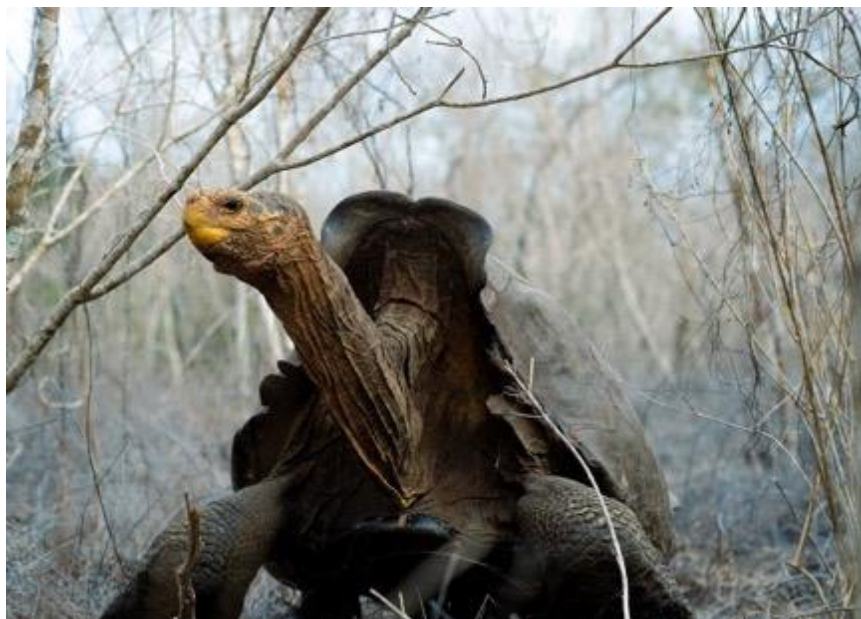
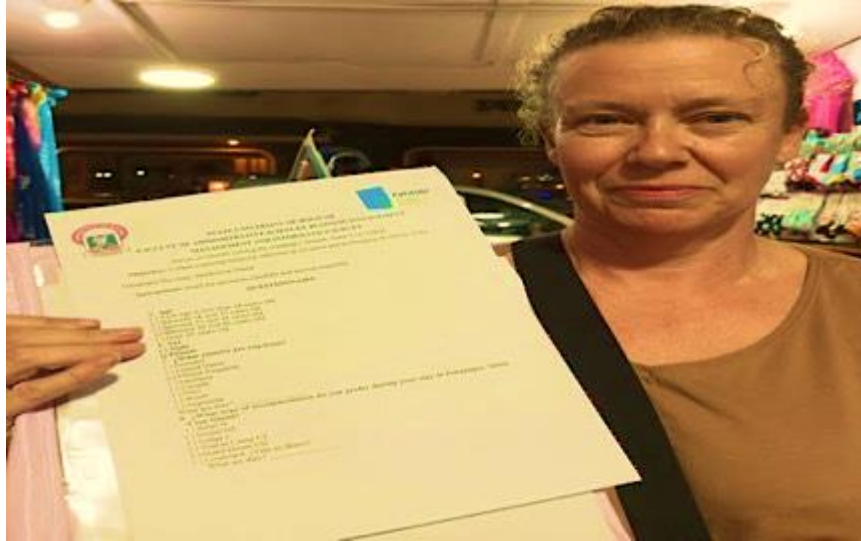


Anexo 17

Encuesta dirigida a los Turistas en la provincia de Galápagos, isla Santa Cruz.







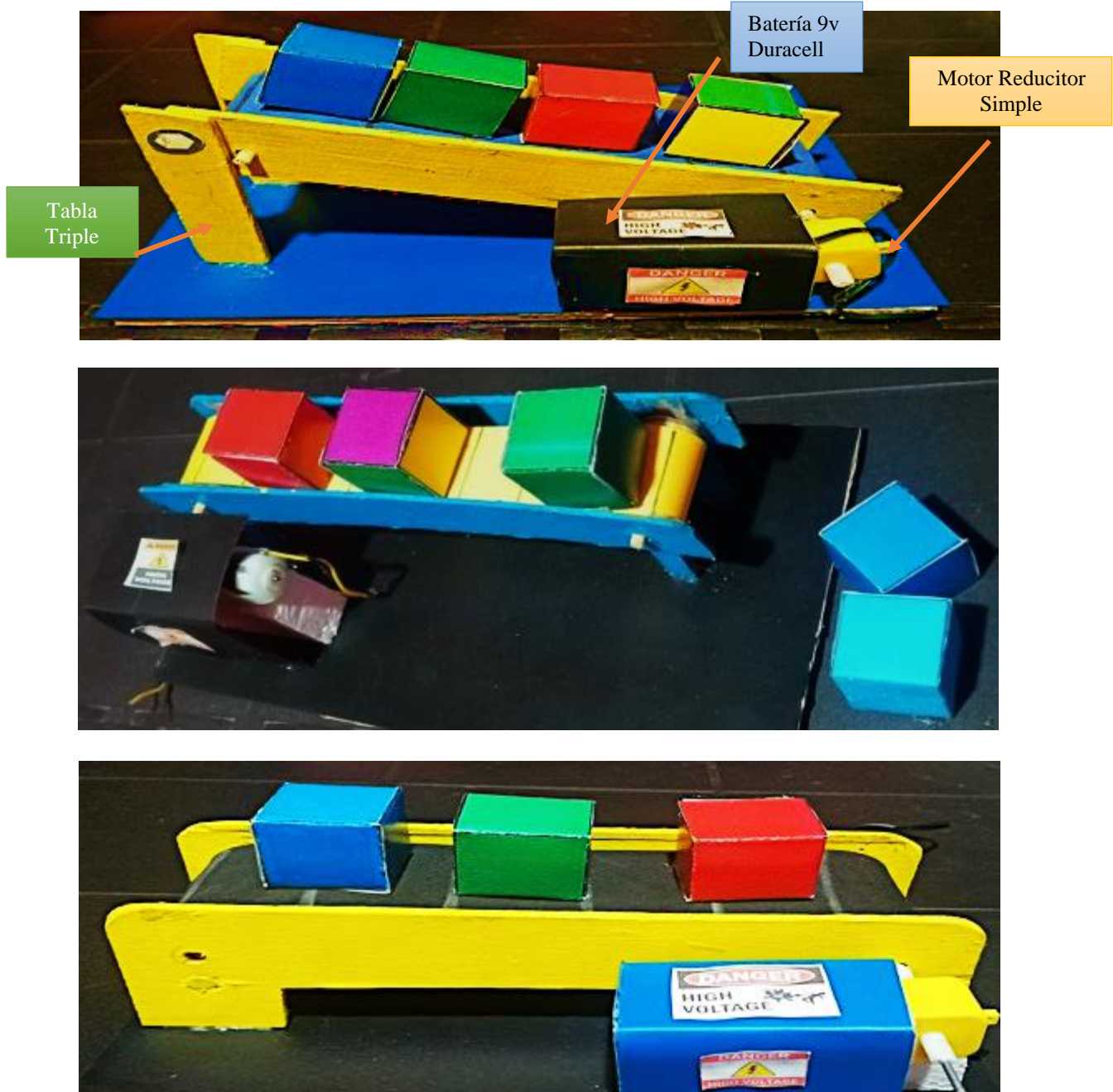




Anexo 18
Maqueta del Plan de Negocios.

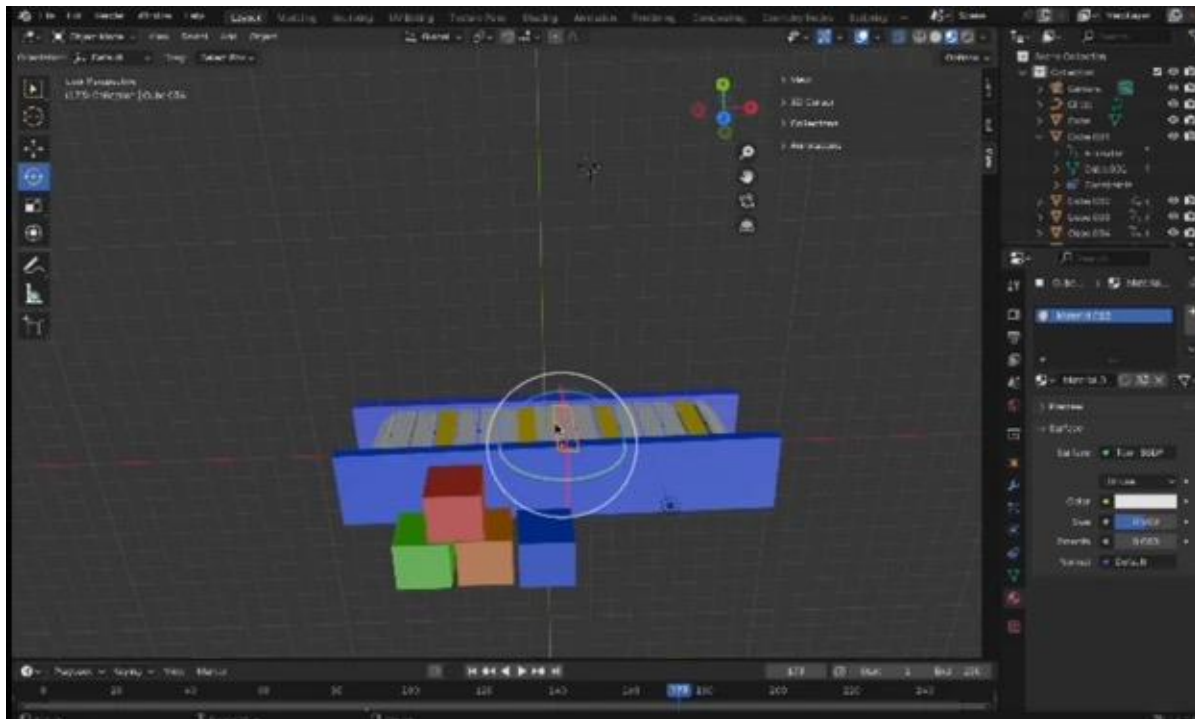
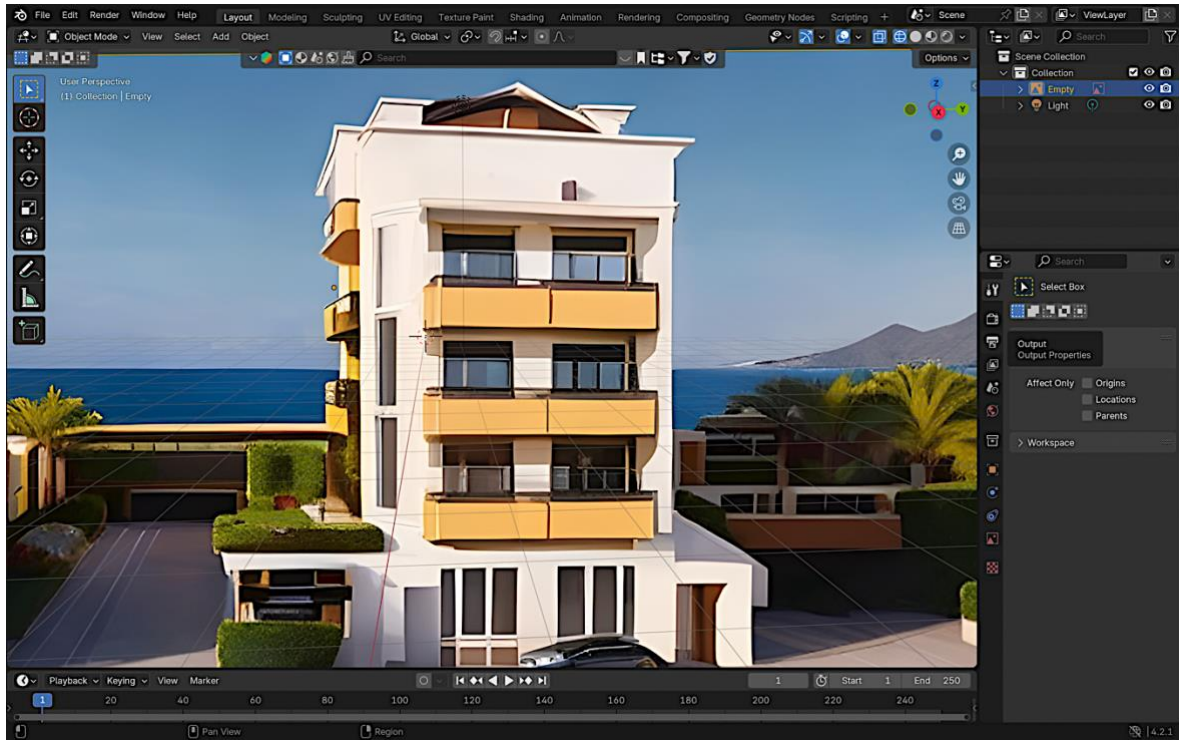


Banda transportadora robotizada y automatizada.



Anexo 19

Elaboración de una maqueta de banda transportadora con simulación previa utilizando el programa Blender.





Anexo 20

Certificado de Turnitin.



UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

Guaranda, 06 de diciembre del 2024

CERTIFICADO

A petición de la parte interesada:

Que, el estudiante: **Jonathan Stalyn Placencia De la Cruz** presentó su Trabajo de Integración Curricular titulado: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA ISLA SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS EN EL PERIODO 2024-2028"**, para el respectivo análisis TURNITIN, el mismo que refleja un 5% de plagio que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en el reglamento de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente

Ing. Mario Escobar Gortaire

DIRECTOR

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

Anexo 21

Captura de pantalla del Turnitin.




5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 20 palabras)
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

Fuentes principales

- 4%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



0200886844



ANEXO 22:

Certificado de plataforma digital link de biblioteca:

<https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/8019>