



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL ENFOCADO EN UN SEGMENTO
DE MERCADO DE 18 A 30 AÑOS DE EDAD, EN LA ISLA SANTA CRUZ
EN GALAPAGOS - ECUADOR

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras.

Profesor Guía
Bolívar Eduardo Pico Flores

Autor
Nelson Diego de la Bastida Mier

Año
2016

DECLARACION DEL PROFESOR GUIA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientado sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigente que regulan los Trabajos de Titulación”.

Bolívar Eduardo Pico Flores

Profesor guía

170687543-0

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente”.

Nelson Diego de la Bastida Mier

171554146-0

AGRADECIMIENTOS

Definitivamente a Dios por su gran amor, que si no hubiese sido por su ayuda y gracia no estaría culminado esta etapa de mi vida. Un agradecimiento especial a mi madre que me ama profundamente y me muestra su confianza, a mi padre que mostro una perpetua ayuda y soporte durante todo este tiempo, a mis abuelos que son las personas más amorosas que he conocido, a mis amigos por hacer esta etapa de vida más llevadera y por brindarme carcajadas y mil sonrisas, a mi tutor Bolívar Pico que mostro un gran interés en mi proyecto, a María García que me brindo amablemente su ayuda en la evaluación financiera y finalmente a mis hermanos.

RESUMEN

Este plan de negocios pretende mostrar la factibilidad de adecuar un espacio para la creación de un hostel enfocado especialmente a servir a jóvenes nacionales y extranjeros de entre 18 a 30 años de edad, en la isla Santa Cruz en Galápagos – Ecuador, la cual se lo ha denominado como “The CoconutBeagle Youth Hostel”.

Este plan de negocios nace con la idea de satisfacer a un mercado que no está siendo tomado en cuenta en un destino mundialmente reconocido como son las islas Galápagos; de los 204.887 turistas que llegaron el año 2013 a las islas, aproximadamente 30.084 ingresaron por Baltra y eran turistas jóvenes de entre 19 a 35 años de edad. No existe un establecimiento turístico en la isla Santa Cruz que oferte servicios de hospedaje exclusivamente para jóvenes, es por esto que se pretende constituir un hostel que pueda satisfacer las necesidades de este mercado valioso que no se lo ha tomado en cuenta.

Al presente proyecto se lo ha dividido en cinco capítulos, el primer capítulo se contextualiza la situación turística y hotelera actual en las islas Galápagos, como segundo, se realizó una investigación de mercado utilizando encuestas a jóvenes quiteños y estadounidenses, dando un resultado positivo de aceptación por parte de los jóvenes entrevistados, así mismo, se hizo una entrevista a una experta en hospedaje juvenil en la ciudad de Quito, que fue de inconmensurable ayuda. Como tercero, se logró trazar una planeación estratégica que incluye una misión, visión, objetivos empresariales, un FODA cruzado, un análisis de la competencia y un plan de marketing que están listos para ser implementados.

Como cuarto capítulo, se muestra la ubicación privilegiada que posee el hostel juvenil y a la vez un plano arquitectónico fácil de interpretar. Finalmente, se preparó un plan financiero donde se muestran tres posibles escenarios financieros: optimista, realista y pesimista, los cuales permitieron entender todas las posibles opciones antes las cuales el hostel se podría enfrentar.

ABSTRACT

The present business plan aims to show the feasibility of adapting a space to create a hostel located in Santa Cruz at the Galapagos Islands in Ecuador, which focuses on serving national and international young tourists, from 18 to 30 years of age. The hostel has been named as “The CoconutBeagle Youth Hostel”.

This Business Plan was created with the idea of satisfying a market that is not being taken into account in a top tourism destination such as the Galapagos Islands, in 2013, 204,887 tourists visited the Islands, approximately 30,084 were young people between 19-35 years of age. There is not a hostel on Santa Cruz Island, which offers services exclusively for young people, for that reason, creating this hostel will satisfy this market niche that can satisfy younger tourist's necessities and expectations.

The present project has been divided into five chapters, in the first chapter the actual tourism situation in the Galapagos Islands was developed, on chapter two, a market research was conducted using surveys among young students from Quito and US citizens, giving a positive result, also a personal interview was made to an expert on youth hostels in Quito, which provided an accurate view of the situation. In chapter three, a strategic plan was written, that includes a mission and vision statements, business goals, a SWOT analysis, competition analysis and a marketing plan that is ready to implement.

In chapter four, the privileged location of the hostel is portrayed and an understandable processes blueprint is exhibit. Finally, a financial plan was prepared where three possible financial scenarios are shown: optimistic, realistic and pessimistic, those allowed understanding all possible options the hostel could have.

Índice

Introducción	1
Objetivos del proyecto	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	2
Metodología	2
Justificación	3
1. Capítulo I. Marco Teórico.	4
2. Capítulo II. Análisis de Mercado.	9
2.1 Objetivo del estudio de mercado.	9
2.1.1 Planteamiento del problema	9
2.1.1.1 Objetivo general de la investigación de mercados.....	9
2.1.1.2 Objetivos Específicos.....	9
2.1.2 Planeación.	10
2.1.3 Recopilación de la información	10
2.1.4 Procesamiento de datos.	10
2.1.5 Explicación e interpretación.	11
2.1.6 Comunicación de resultados y solución del problema.	11
2.2 Resultados de la investigación cualitativa	11
2.2.1 Entrevista con expertos	11
2.3 Resultados de la investigación cuantitativa	12
2.3.1 Diseño Muestral.....	12
2.3 Análisis de Resultados.....	13

3. Capítulo III. Planeación estratégica.....	14
3.1 Misión.....	14
3.2 Visión.....	15
3.3 Objetivos Empresariales.....	15
3.3.1 Objetivos a mediano plazo.....	15
3.3.2 Objetivos a largo plazo	15
3.4 Estructura Organizacional	16
3.6 Matriz CAME	17
3.7 Ventaja competitiva.....	17
3.8 Análisis de la competencia.	18
3.9 Plan integral de marketing.....	19
3.9.1 Presentación del servicio	19
3.9.2 Las 8 Ps del Marketing de servicios.....	19
4. Capítulo IV. Plan operativo.....	27
4.1 Localización.....	27
4.2 Capacidad instalada	28
4.2.1 Aforo	28
4.2.2 Horarios de atención.....	28
4.3 Mini plano arquitectónico.....	29
4.4 Mapa de Procesos	30
5. Capítulo V. Evaluación Financiera.....	31
5.1 Inversión Inicial	31
5.3 Estructura del capital	34

5.4 Costos fijos y variables	34
5.5 Proyección de ventas	35
5.5.1 Ingresos proyectados a 5 años	35
5.6 Flujo de efectivo	36
5.9 Punto de equilibrio	38
5.10 Indicadores de evaluación	38
5.10.1 VAN	38
5.10.2 TIR	39
5.10.4 Margen Bruto	39
Conclusiones.....	40
Referencias	41
Anexos	46

Índice de tablas

Tabla 1. Análisis de resultados de las encuestas.....	13
Tabla 2. Análisis de precios.....	20
Tabla 3. Precios de la Habitaciones	20
Tabla 4. Aforo.....	28
Tabla 5.Partidas	29
Tabla 6. Llegadas.....	29
Tabla 7. Matriz de presupuesto de inversión inicial.....	31
Tabla 8. Porcentaje de financiamiento.	34
Tabla 9. Costos Fijos.....	34
Tabla 10. Costos Variables	34
Tabla 11. Proyección de ventas anuales.....	35
Tabla 12. Ingresos totales proyectados a 5 años.....	35
Tabla 13. Flujo de efectivo	36
Tabla 14. Flujo de Caja	36
Tabla 15. Estado de pérdidas y ganancias	37
Tabla 16. Resultados VAN	38
Tabla 17. Resultados TIR.....	39
Tabla 18. Resultados Margen Bruto.....	39

Índice de figuras

Figura 1. Organigrama	16
Figura 2. Matriz CAME	17
Figura 3. Diferenciador del Hostal	18
Figura 4. Logotipo	22
Figura 5. Diseño interior del hostal.....	25
Figura 6. Mapa de procesos.....	30

Introducción

Las islas Galápagos son un destino mundialmente reconocido, principalmente por el aporte a la “Teoría de la Evolución de Charles Darwin”; pero de igual manera se las reconoce por su belleza turística, están en el top 20 de los mejores lugares para visitar en la tierra (Morejon, 2015). Se estima que, en el 2013, arribaron 204.395 visitantes a las cuatro islas habitadas en el archipiélago: Floreana, Santa Cruz, San Cristóbal e Isabela (Parque Nacional Galápagos, 2013). La baja calidad de servicios e infraestructura que ofrecen algunos establecimientos de alojamiento representan un problema para el turismo, por el hecho de que se ve afectada principalmente la juventud nacional e internacional de turistas que viajan hacia Galápagos, ya que no se puede encontrar un establecimiento de calidad que sea accesible para la juventud y que posea un espacio para que las diferentes culturas se encuentren, se entretengan, compartan conocimientos.

Existe un porcentaje alto de turistas que no están satisfechos con el servicio de alojamiento en Galápagos, por lo tanto, estos mismos no regresan o no recomiendan las islas Galápagos como un buen destino (Cevallos, 2013). Es por esto, que el Ministerio de Turismo, conjuntamente con el Consejo de Gobierno, están ejecutando el Plan de Ordenamiento de la Oferta de Alojamientos Turísticos para Galápagos; con este plan se busca regular, legalizar, organizar y mejorar el servicio de alojamiento formal e informal en las islas y así convertir a Galápagos en un destino de calidad (Ministerio de Turismo, 2014). Esto representa un problema como también una oportunidad, oportunidad porque las islas se posicionarían como un destino de calidad, pero en la otra mano representa un problema para aquellos que ya poseen un establecimiento de alojamiento, porque este podría ser clausurado o se tendría que invertir para modificar lo existente, finalmente estarían bajo evaluación y sometimiento a una nueva matriz de parámetros turísticos, ambientales, urbanísticos y sociales por parte del Comité Técnico Interinstitucional conformado por delegados del Consejo de Gobierno de Galápagos (Ministerio de Turismo, 2014).

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de un hostel enfocado a servir a jóvenes turistas, nacionales y extranjeros de 18 a 30 años de edad, en la isla Santa Cruz en Galápagos – Ecuador; y determinar la factibilidad de la creación del mismo.

Objetivos específicos

- Realizar un análisis de mercado cualitativo y cuantitativo que permita conocer qué porcentaje de turistas de entre 18 a 30 años estarían dispuestos o interesados a vacacionar en un hostel juvenil.
- Desarrollar un plan estratégico, un plan integral de marketing y un plan operativo, útil y listo para aplicar en el hostel juvenil.
- Esquematizar un estudio financiero que pueda respaldar la factibilidad del proyecto.

Metodología

Los tipos de investigación a emplearse en este trabajo de titulación son tres:

Cualitativa: Es un método de investigación basada en muestras pequeñas que aporta conocimientos y comprensión del entorno del problema (Malhotra, 2008).

Cuantitativa: Es un método de investigación que usa modelos matemáticos y estadísticos, en ella se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables (Robles, 2010).

Descriptiva: El objetivo de este tipo de investigación es claramente describir la situación, características o funciones del mercado que se está estudiando (Malhotra, 2008).

Justificación

El siguiente proyecto tiene como finalidad el satisfacer a un mercado que no está siendo tomado muy en cuenta en las islas Galápagos. En el 2013, a las islas Galápagos arribaron 61.467 turistas de 19 a 35 años de edad siendo el rango de edad que más viaja hacia las islas, ver anexo 10. (Parque Nacional Galápagos, 2013). Que como resultado da una gran oportunidad de negocio.

Según el “*United States Census Bureau*” (2014), existen aproximadamente 1,540 millones de personas de entre 18 a 30 años de edad en el mundo, este es usualmente el rango de edad que se hospedan en hostales juveniles y es un mercado que le interesa viajar para obtener conocimientos académicos, experiencias culturales y de igual manera buscan relacionarse con otros jóvenes (Hostelling International, 2014). Es claro, que en la isla Santa Cruz, no existe un lugar para que los turistas jóvenes nacionales y extranjeros puedan interactuar, relacionarse y compartir, es por esto que la idea de adecuar un espacio ya existente para abrir un hostel juvenil será de gran beneficio para la comunidad, los turistas y por supuesto para los inversionistas. Es sin lugar a dudas una gran oportunidad de negocio, debido a que muchos jóvenes no puedan pagar una experiencia de calidad en un crucero o en un hotel de lujo.

Finalmente, este proyecto estaría alineado al objetivo número 10 del Plan Nacional del Buen Vivir: Impulsar la transformación de la matriz productiva, creando y fortaleciendo incentivos para fomentar la inversión privada local, y a la política 10.2: “Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera” (Senplades, 2013). De igual manera se alinea a las líneas de investigación de la Universidad de las Américas y los objetivos de la Escuela de Hospitalidad y Turismo; donde se presenta que dentro de la línea 1: Salud y Bienestar se encuentra el objetivo 2: que promueve y apoya la creación y mejora continua de empresas turísticas y de hospitalidad, siendo una rama de estudio y de investigación importante.

1. Capítulo I. Marco Teórico.

Según Hostelling International, la organización de miembros hosteleros más antigua y con más experiencia en alojamiento juvenil que cuenta con hostales propios y socios inscritos alrededor del mundo, define a un hostel juvenil como: “un lugar que ofrece alojamiento económico a jóvenes que están viajando por el mundo o dentro de su país con un presupuesto apretado, que al mismo tiempo alienta a la realización de actividades al aire libre, proveyendo de un espacio común en el cual los jóvenes sean capaces y libres de divertirse, mostrar su cultura, su bagaje social, opiniones, nacionalidad, religión y preferencia sexual, para así, formar un espacio sociocultural de respeto, paz, autoconocimiento, aprendizaje multicultural, ocio y esparcimiento, ofreciendo estándares de calidad en limpieza, seguridad, confort y servicio” (Hostelling International, 2014).

Por lo general, los hostales juveniles ofrecen el alquiler de una cama en un dormitorio compartido, y suelen ser separados los cuartos de hombres con los de las mujeres, en otros casos existe un “mix-dorm” o dormitorio mixto donde hombres y mujeres comparten el cuarto con diferentes camas cada uno (Hanratty, 2010).

Existen distintos tipos de hostales juveniles, desde los “*lowcost*” o *costos bajos* que sus servicios son muy limitados y muchas veces se debe alquilar sábanas, toallas y ninguna amenidad está incluida, los precios pueden variar entre los USD 7 a 10 dólares por noche en una habitación compartida, por otro lado, se puede encontrar hostales que ofrecen todo tipo de servicios, como piscina, jacuzzi, bar, discoteca, sala de juegos, restaurantes, habitaciones privadas y con amenidades incluidas, los precios pueden variar desde los USD 25 a los 50 dólares por noche en una habitación compartida con baño compartido (StudentUniverse, 2014).

Las características que hacen que un hostel juvenil sea más atractivo para los jóvenes viajeros serían, la primera y la más común es la ubicación privilegiada, a un bajo precio que se oferta, usualmente los hostales juveniles tienden a estar ubicados en ciudades principales y cerca de los principales atractivos

turísticos de las ciudades, como museos, bares, monumentos, iglesias. Ofreciendo seguridad y facilidad al momento de recorrer la ciudad.

La segunda razón por la cual los jóvenes escogen hostales en vez de hoteles, según el reporte anual de *Hosteling International*, son las experiencias de vida y recuerdos inmemorables que influyen a los jóvenes a cambiar el mundo y a ser mejores personas, los hostales tienen una característica de aceptación social muy alta, a nadie se le puede negar la entrada, al menos que sea menor de edad, todos son bienvenidos y está estrictamente prohibido burlarse y/o faltar al respeto a cualquier persona, de igual manera, algunos hostales ofrecen programas de cuidado al medio ambiente y otros de ayuda a los más necesitados como a huérfanos y a personas de la tercera edad. Además, sin lugar a dudas en un hostel se podrá experimentar una verdadera experiencia local y actividades recreacionales para integrar a todos los huéspedes, usualmente el personal del hostel tienen conocimientos de turismo y conocen su ciudad, por ende, pueden aconsejar sobre que visitar, dónde comer, dónde ir y por supuesto de que tener cuidado, así mismo es posible conocer a viajeros de diversas nacionalidades, compartir consejos de viaje o hacer compañeros de viajes y de igual manera hacer amistades significativas de por vida (Braasch-Eggert, 2015).

La tercera razón que un hostel es atractivo para un joven es por sus opciones a una afiliación, en el caso de *Hosteling International* se puede comprar una membresía anual o mensual que con la cual se puede acceder a descuentos en 3900 hostales en 88 países con un número de 3.4 millones de miembros. Aparte de esta ventaja, la mayoría de hostales miembros ofrecen programas de voluntariados en comunidades, en iniciativas ecológicas y enseñanza de idiomas a cambio de hospedaje (Braasch-Eggert, 2015). También, la mayoría de hostales contribuyen a mejorar el entorno local de donde se encuentran, manteniendo la producción local activa, consumiendo productos de la zona.

Sabiendo esto, en el Ecuador, ya existen varios hostales juveniles, estos se encuentran en las ciudades principales: Quito, Guayaquil y Cuenca. En la ciudad de Quito, los hostales juveniles han tomado un rol importante en

albergar a jóvenes viajeros y a jóvenes voluntarios de países de primer mundo como de Alemania, Estados Unidos, Suiza, Bélgica. Los más recomendados, reconocidos por su modernidad, comodidad de precios y ubicación son: el BoutiQuito Design Hostel, el 593 Boutique Hostel, el Hostel Garden Quito y el Quito Discovery Hostel, todos los años cientos de jóvenes escogen este tipo de alojamiento al momento de viajar dentro del Ecuador, de igual manera se abren nuevos hostales cada año dedicados a servir a la juventud, trayendo un aporte económico importante a los inversionistas y al desarrollo del turismo del país (El Comercio, 2014), es por esto, que el Gobierno de Ecuador propone seguir trabajando en invertir recursos, tiempo, dinero para promocionar y mejorar la industria del turismo, creando oportunidades e infraestructura adecuada para la buena operación turística a nivel nacional. Para el Ecuador, el turismo ha sido y será un contribuyente sumamente especial para la generación de riqueza, su distribución y el buen vivir de los ecuatorianos (Ministerio de Turismo, 2014).

El objetivo número 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, principalmente propone promover la transformación de la matriz productiva, promocionando sectores, promoviendo la inversión privada y pública. “La política 10.3 decreta la diversificación y la generación de valor agregado en los sectores que proporcionan servicios y de igual manera impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera” (Senplades, 2013), las políticas y objetivos de dicho plan están totalmente alineados al presente plan de negocio.

De acuerdo al nuevo Reglamento de Alojamiento Turístico del Ecuador, “*hostal*” se define como: “establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado o compartido según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo: puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones y puede ser de categoría de 1 a 3 estrellas” (Ministerio de Turismo, 2015).

La situación de alojamiento turístico en las islas Galápagos es por otro lado, bastante diferente a la realidad de Quito, por ejemplo en la isla Santa Cruz no se pueden encontrar este tipo de establecimientos de alojamiento turístico enfocados especialmente a servir a la juventud, esto ocurre por distintos acontecimientos, uno de ellos es el alto precio de los terrenos y vivienda, que como resultado da poca inversión local y más inversión extranjera, también porque la mayoría de inversionistas prefieren enfocarse en servir al rango de edad con mayor poder adquisitivo, que vendrían a ser personas de la tercera edad. A pesar de esto, varios de los residentes han transformado sus viviendas en Casa de Huéspedes, para poder ofrecer alojamiento a jóvenes. Sin embargo, estos emprendimientos empíricos adolecen de estándares mínimos de calidad, siendo perjudiciales para el turista y para el turismo en general (Barriga, 2014). De acuerdo al Nuevo Reglamento de Alojamiento Turístico para el año 2015, decreta en el capítulo 3, artículo 12; que los establecimientos de hospedaje turístico se clasifican en: Hotel, Hostal, Hostería, Hacienda Turística, Lodge, Resort, Refugio, Campamento Turístico y Casa de Huéspedes. Para la provincia de Galápagos, todas las clasificaciones mencionadas están permitidas a excepción de Casa de Huéspedes (Ministerio de Turismo, 2015).

El nuevo reglamento de alojamiento creado por el Ministerio de Turismo define a una Casa de Huéspedes como: “establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje, que se ofrece en la vivienda en donde reside el prestador del servicio; cuenta con habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado: puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento. Para nuevos establecimientos esta clasificación no está permitida en la Provincia de Galápagos”, el motivo por el cual esta clasificación no está permitida, es porque el Consejo de Gobierno con el Ministerio de Turismo

intentan mejorar la situación turística de Galápagos y ese plan incluye el ofertar adecuadas opciones en alojamiento.

En los últimos años a Galápagos, han llegado un número impresionante de turistas jóvenes de entre 19 a 35 años de edad; 60.000 son los jóvenes que aproximadamente viajan anualmente a las islas por diversos motivos (Dirección del Parque Nacional Galápagos, 2013, p.5), ej. voluntariados en ONG's, y pasantías en el Parque Nacional Galápagos, municipios, colegios, Ministerios del Ambiente, Agricultura y Turismo, Fundación Charles Darwin, pasantías y prácticas en hoteles, cruceros, agencias de viajes, voluntariados en las fincas, giras académicas universitarias, trabajo y por último y más importante por turismo. Es claro, que los jóvenes no representan el principal ingreso para el turismo en las islas Galápagos, pero sin lugar a duda es un mercado muy importante que hay que considerar por el gran número de visitantes jóvenes que han recibido las islas.

“El turismo es una estrategia clave para favorecer la economía de los residentes en la Isla de Santa Cruz; como muchos otros ecosistemas insulares, Galápagos tiene limitadas posibilidades económicas y una de las formas para un desarrollo económico adecuado sin duda es el turismo” (Barriga, 2014, p.399). El turismo en la isla Santa Cruz, ha venido creciendo desde la década de los 80, de una manera trascendente. En el año 2013, según el Parque Nacional Galápagos, entraron por el aeropuerto de Baltra, exactamente 147.830 visitantes y de estos 30.084 fueron jóvenes de entre 19 - 35 (2013), y la tendencia creciente se presume no variará.

Es por esto que se pretende demostrar por medio de este plan de negocios que el invertir en la isla Santa Cruz, en un hostel enfocado a servir a turistas jóvenes vendría a ser una excelente idea de negocio que no solamente llevaría beneficios a los inversionistas, pero también a la comunidad galapagueña. Aunque Puerto Ayora, no es la capital de la provincia de Galápagos, es el pueblo que recibe más visitantes extranjeros y nacionales por año, es también donde el comercio y el turismo tienden a desarrollarse de manera más acelerada (Parque Nacional Galápagos, 2009).

2. Capítulo II. Análisis de Mercado.

2.1 Objetivo del estudio de mercado.

El método de investigación a emplearse, para este análisis de mercado, será el del Dr. Arias Galicia, cuyo esquema de investigación se divide en seis etapas: (Bernal , 2010).

2.1.1 Planteamiento del problema

De acuerdo con, Arias Galicia, este planteamiento debe responder a una pregunta: ¿Qué se necesita saber? (2010)

Lo que principalmente se necesita saber es: Saber si turistas jóvenes de entre 18 a 30 años de edad, nacionales y extranjeros están dispuestos a pasar sus vacaciones en un hostel enfocado a servir a un mercado joven, que ofrezca diversas actividades dentro y fuera del establecimiento. Adicionalmente, saber el precio que estarían dispuestos a pagar por este servicio ofertado.

2.1.1.1 Objetivo general de la investigación de mercados

Desarrollar una investigación de mercado cuantitativo y cualitativo que permita conocer si turistas de entre 18 a 30 años estarían dispuestos o interesados a vacacionar en un hostel juvenil.

2.1.1.2 Objetivos Específicos

- Definir el perfil del consumidor.
- Conocer que servicios y actividades los jóvenes de 18 a 30 años de edad, desean realizar dentro y fuera del hostel.
- Establecer un precio que los jóvenes estarían dispuestos a pagar por los servicios ofertados.

2.1.2 Planeación.

La planeación de una investigación, viene a ser una acción ordenada a seguir en una investigación, estas acciones son: formular las actividades necesarias para el desarrollo de la investigación, como también, en que tiempos se van a realizar las actividades propuestas y proponer recursos a usarse como el uso del recurso humano, la tecnología, y otros recursos para llegar a resolver el problema propuesto (Tamayo, 2014).

Se planeó, realizar, encuestas, entrevistas y por supuesto investigación bibliográfica, para poder solucionar el problema establecido.

2.1.3 Recopilación de la información

La información para esta investigación cuantitativa y cualitativa se obtendrá por medio de dos herramientas: Encuestas, debido a que son un medio poco costoso, útil y práctico. (Zapata, 2005). Se las realizará a personas que cuya edad sea de entre dieciocho a treinta años de edad, que residan en Ecuador y estadounidenses, que estén visitando Ecuador o que lo hayan visitado.

Como segundo instrumento, se realizará una entrevista personal, cara a cara, no estructurada, a la administradora de BoutiQuito Design Hostel. En este tipo de encuesta, el encuestador tiene mayor libertad de participación. (Abascal, 2015).

2.1.4 Procesamiento de datos.

Procesarlos matemáticamente. Arias Galicia menciona que es necesario analizar, registrar y comparar los datos obtenidos para obtener conclusiones, como también comprobar la hipótesis (Tamayo, 2004).

El autor tabulará los resultados de las encuestas que son parte de la muestra representativa como herramienta para tomar las medidas estratégicas del proyecto.

2.1.5 Explicación e interpretación.

El propósito de la explicación, es principalmente resumir los hallazgos para que así, las interrogantes tengan una respuesta, por otro lado, la interpretación es un aspecto especial que busca un significado más amplio y dar una mejor respuesta con otros conocimientos disponibles (Alva, 2011).

2.1.6 Comunicación de resultados y solución del problema.

La sexta etapa, es comunicar los resultados de la investigación, conjuntamente con esta comunicación de resultados, se da a conocer la solución al problema planteado en la primera etapa de la investigación, denominada:

Planteamiento del Problema: Que se define como, resolver la incógnita de que si, turistas jóvenes de entre 18 a 30 años de edad nacionales y extranjeros están dispuestos a pernoctar o pasar sus vacaciones en un hostel que este, enfocado a servir a un mercado joven, que ofrezca diversas actividades dentro y fuera del establecimiento. Adicionalmente, saber el precio que estarían dispuestos a pagar por este servicio ofertado.

2.2 Resultados de la investigación cualitativa

2.2.1 Entrevista con expertos

Se entrevistó a una profesional de la industria hotelera y turística, que tiene conocimiento acerca del movimiento del turismo en las islas Galápagos. La entrevistada fue la administradora del hostel juvenil "BoutiQuito Design Hostel". Las preguntas realizadas se encuentran disponible en el anexo 1 y los resultados de la entrevista en el anexo 13.

2.3 Resultados de la investigación cuantitativa

2.3.1 Diseño Muestral

Para calcular el tamaño de la muestra, se hará uso de la fórmula del Departamento de Matemáticas de la Universidad de las Américas:

Ecuación 1. Fórmula para el cálculo de la muestra

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

$$n = \frac{30.084}{(0.05)^2 * (25.488 - 1) + 1}$$

$$n = 464.85$$

Dónde: **n**: muestra, **N**: población, **E**: porcentaje de error

La población se tomó de la base de datos del año 2013, de la Dirección del Parque Nacional Galápagos, de esta manera se sabe que el número de turistas que ingresaron a las islas fue de exactamente 204.395, de los cuales el 72% ingresaron por Baltra (147.830) y de este porcentaje, se estima que 30.084 fueron turistas de entre 19 a 35 años de edad (Dirección del Parque Nacional Galápagos, 2013). De acuerdo con fórmula, se deben hacer 464 encuestas, por ser un trabajo de titulación de pregrado se harán 40 encuestas, que representan el 10% del universo siendo una muestra representativa.

2.3.2 Encuesta

La encuesta se hizo a un mercado específico, se realizaron 40 encuestas, 20 encuestas a jóvenes de entre 18 a 30 años de edad de Ecuador y 20 encuestas a jóvenes de Estados Unidos. La encuesta se encuentra en el anexo 2.

2.3 Análisis de Resultados

Tabla 1. Análisis de resultados de las encuestas.

Pregunta 1. Rango de edad	Las encuestas se hicieron específicamente a personas de 18 a 30 años de edad.
Pregunta 2. Genero	De las 40 personas, el 57% son mujeres y 43% son hombres.
Pregunta 3. Ocupación	Del 100%, existen 35 estudiantes y 5 son ya graduados profesionales.
Pregunta 4. Ingreso mensual	Los resultados muestran que casi el 74% accede a un sueldo básico y el 26% restante a un salario de más de 500 dólares. El 72% de los estadounidenses tiene un ingreso mensual de 10.000 a 20.000 anuales.
Pregunta 5. País de residencia.	Las encuestas se realizaron a 40 personas exactamente, 20 ecuatorianos y 20 estadounidenses.
Pregunta 6. ¿Ha tenido la oportunidad de viajar a las islas Galápagos?	Una gran mayoría, 27 personas, no ha visitado las islas Galápagos, y 13 las han visitado.
Pregunta 7. ¿Le gustaría hacer un viaje a las islas Galápagos?	Los 40 encuestados se mostraron interesados en viajar a Galápagos.
Pregunta 8. ¿Qué tan probable es que Usted se hospede en un Hostal que este enfocado a servir a jóvenes ofrezca diversas actividades.	No se tuvo ninguna respuesta negativa, el 84% respondió que es muy probable y el 15% restante respondió probable.
Pregunta 9. ¿Si llegase a hospedarse en un Hostal enfocado principalmente a la juventud, que servicios y actividades fueran relevantes para Usted?	La figura de barras muestra claramente que SNORKELING es la actividad más relevante para los jóvenes e internet inalámbrico gratuito como servicio.
Pregunta 10. Hablando de habitaciones, Usted estaría dispuesto a pagar por:	22 personas pagarían por una habitación privada, mientras que las 18 restantes pagarían por una habitación compartida sin problema.
Pregunta 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche, en una habitación COMPARTIDA que incluya el desayuno?	El 67% está de acuerdo pagar de 15 a 24 dólares por una habitación compartida, 25% pagaría de 25 a 34 y finalmente el 8% de 35 a 44 dólares.
Pregunta 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por noche, en una habitación PRIVADA que incluya el desayuno?	El 50% de los encuestados pagarían por una habitación privada de 35 a 44 dólares por noche.
Pregunta 13. ¿Cuál de los siguientes medios, usualmente usa para buscar y reservar hospedaje?	La manera en como la mayoría de jóvenes reserva alojamiento es mediante la página web del establecimiento y segundo por agencias de viaje en línea.

2.3 Perfil del cliente

Por la información recibida en las encuestas, se puede proponer un perfil para el cliente que frecuentara el hostel.

Los huéspedes futuros serán hombres y mujeres de 18 a 30 años de edad, que en su mayoría no han viajado a las islas Galápagos, pero que tiene un gran interés en viajar y hospedarse en un hostel enfocado en servir a jóvenes y que ofrezca por sobre todas las cosas tours de snorkeling. Su lugar de residencia será principalmente en los Estados Unidos y en Ecuador continental, que reciban un sueldo mensual básico de 366.00 dólares y en el caso de los estadounidenses que reciban un ingreso anual de 10.000 a 20.000. Estarán dispuestos a compartir habitación y las reservaciones en su mayoría las harán por la página web del hostel.

De acuerdo con el perfil del turista estadounidense que muestra el Ministerio de Turismo, el promedio de gasto por viaje de un estadounidense es de 1.559 USD, viajan por ocio, tienen por ley 15 días de vacaciones pagadas cada año y de los 259.468 turistas que llegaron a Ecuador, el 26%, 67.461 personas, son de entre 15 a 34 años de edad (Ministerio de Turismo, 2014).

3. Capítulo III. Planeación estratégica.

3.1 Misión

Satisfacer las necesidades de alojamiento y de recreación a un mercado nacional e internacional joven, en la isla Santa Cruz - Galápagos, creando experiencias inolvidables, con precios accesibles, ofreciendo un servicio de calidad en un ambiente divertido, moderno y acogedor.

3.2 Visión

Dentro de los próximos cinco años llegar a ser la primera opción en mente de todos los turistas jóvenes de 18 a 30 años de edad, cuando consideren viajar a la Isla Santa Cruz en Galápagos, así mismo, tener reconocimiento por nuestras actividades recreativas, la calidad en el servicio, además de nuestro compromiso con la educación y el respeto.

3.3 Objetivos Empresariales

Para plantear objetivos claros que ayudan al buen direccionamiento de la empresa, se debe utilizar la metodología S.M.A.R.T., cuyas siglas significan: S: específico, M: medible, A: Alcanzable, R: Realista, T: Temporizado (Fuentes, 2014), además, para una mejor organización, los objetivos se los ha clasificado, mediano y largo plazo.

3.3.1 Objetivos a mediano plazo

- Lograr que el hostel juvenil sea un negocio rentable, al mismo tiempo, que consiga llamar la atención positivamente tanto de los residentes, los turistas nacionales e internacionales.
- Conseguir al primer año de funcionamiento, el reconocimiento de la marca, por calidad, diversión y satisfacción, para esto se tomará en cuenta todos los comentarios y quejas de los huéspedes, como también estar al tanto de los gustos y preferencias de la juventud.

3.3.2 Objetivos a largo plazo

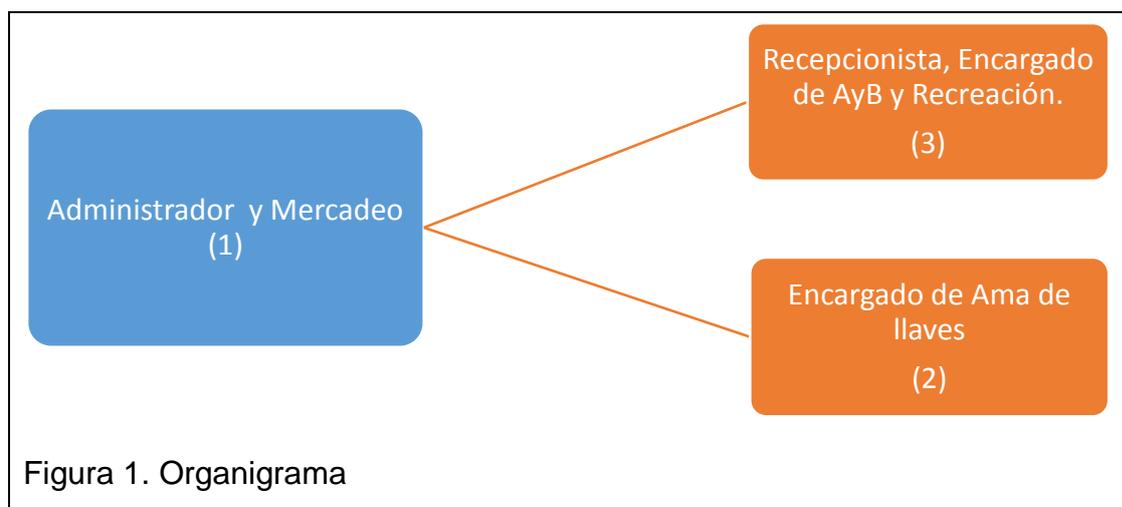
- En todos los años de operación, proteger los delicados ecosistemas en la isla Santa Cruz, a través de actividades que promuevan el respeto a

la naturaleza y que sean de bajo impacto al ambiente de igual manera trabajar con y para la ayuda de la comunidad Galapagueña.

- Establecer una sucursal del hostel juvenil en otra de las islas habitadas del Archipiélago de Galápagos, después de cinco años de apertura del primero.
- Consolidar la posición financiera del hostel, para en caso de situaciones económicas, políticas y sociales inestables, tener herramientas sostenibles para enfrentarlas.

3.4 Estructura Organizacional

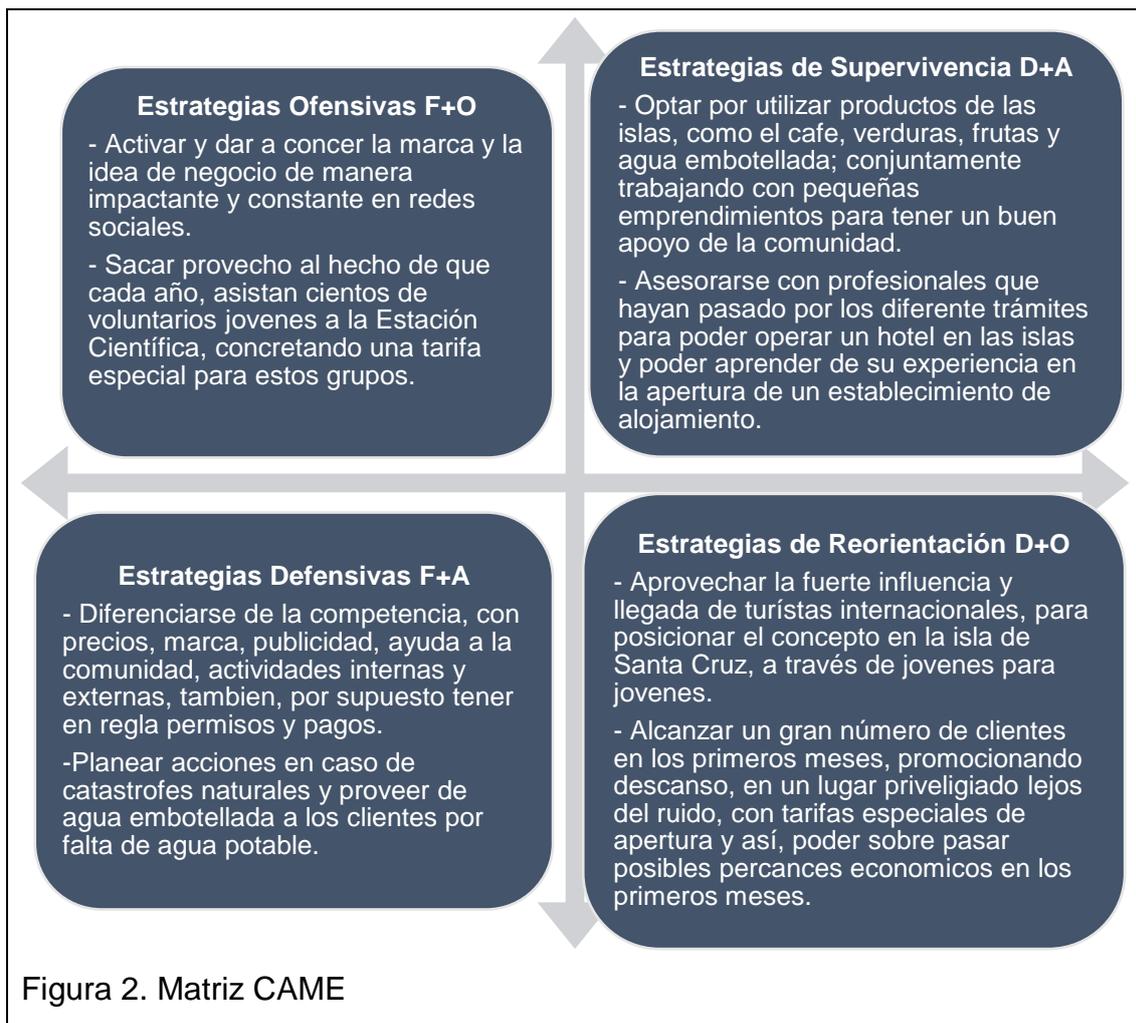
Se ha implementado un organigrama horizontal, puesto que, “este tipo de organigramas se utiliza cuando se pretende destacar la importancia de las funciones de operación sobre la jerarquía de mando” (Carrasco, 2013, pág. 20)



El hostel contará con 6 personas más personal de seguridad en las noches; cada persona cumplirá con sus responsabilidades, en turnos de 8 horas diarias, tal y como dispone el Art. 47 del Código del Trabajo (Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito, 2014). La tabla de descripción de los cargos se encuentra en el anexo 4.

3.6 Matriz CAME

Cuando se realiza una matriz DAFO o FODA, a continuación de este análisis, debe ir una matriz CAME (ver anexo 13), esta es, una herramienta empresarial que canaliza y asienta los resultados de la matriz DAFO, proponiendo estrategias a seguir (**C**orregir debilidades, **A**frontar amenazas, **M**antener fortalezas y **E**xplotar oportunidades) (Gomez, 2013).

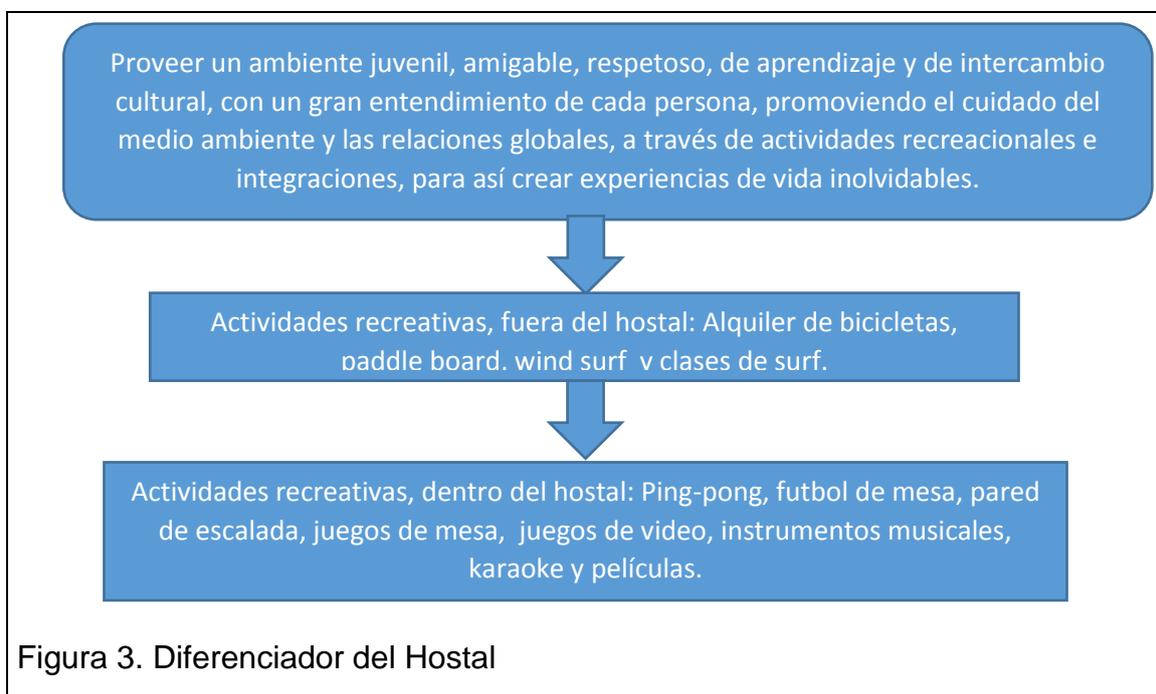


3.7 Ventaja competitiva

Sin lugar a duda, un hostel debe poseer una clara ventaja competitiva para superar momentáneamente a los competidores, pero para que una ventaja competitiva sea útil, es necesario que responda a dos criterios: **Primero**, debe

tener su origen en una fortaleza, no en un evento pasajero, la empresa debe mantenerla durante largo tiempo. **Segundo**, debe poseer tales características que sea difícil que la competencia o posible competencia la copie a corto plazo (Bravo, 2001, p.20).

La fortaleza, que da como resultado la ventaja competitiva del hostel es: Concepto nuevo de alojamiento para la juventud, que ofrece educación, valores, actividades recreacionales y de integración dentro y fuera del hostel, en las islas Galápagos. A continuación, la figura muestra el diferenciador clave del hostel:



3.8 Análisis de la competencia.

En la actualidad, en la Isla Santa Cruz existen 109 establecimientos de hospedaje que ofertan sus servicios (Booking, 2016), pero según el catastro turístico de los 109, nada más 52 tienen permisos de funcionamiento (Ministerio de Turismo, 2014).

Para el siguiente análisis de competencia directa, se han tomado en cuenta 6 establecimientos de alojamiento, que ofertan servicios similares o que se encuentren ubicados en la zona contigua. Las tablas se encuentran en los anexos 5 y 6.

3.9 Plan integral de marketing

3.9.1 Presentación del servicio

The CoconutBeagle Youth Hostel es un hostel ubicado en la isla Santa Cruz, Galápagos – Ecuador, que ofrece servicios de alojamiento con desayuno incluido, conjuntamente con diversas actividades recreacionales dentro y fuera del hostel, exclusivamente para turistas jóvenes de 18 a 30 años de edad, nacionales y extranjeros.

3.9.2 Las 8 Ps del Marketing de servicios

Es claro que, los servicios son intangibles, por lo tanto, los clientes demandan de algún elemento tangible que facilite la comprensión de la experiencia de servicio (Lovelock, 2009).

Por esto, es necesaria la utilización de las 8ps del marketing de servicios, las cuales se desarrollan a continuación:

3.9.2.1 Elementos del producto

Es necesario la existencia de un producto central, que satisfaga necesidades básicas de los futuros clientes, así mismo, deben constar productos o servicios complementarios, que ayuden a adquirir o a usar el bien o servicio y que al mismo tiempo estos puedan generar un valor agregado (Lovelock & Wirtz, 2009).

El principal producto del “The CoconutBeagle Youth Hostel”, son las 3 habitaciones privadas, las 2 habitaciones compartidas y la suite familiar.

Los servicios complementarios son las diversas actividades y el desayuno buffet que consiste en: dos tipos de jugo, te, café, pan, cereal, leche, mermelada, mantequilla y panqueques con miel.

El presente negocio se constituiría como un hostel de una estrella bajo el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE). Los requisitos mínimos para abrir un hostel se encuentran en el anexo 7.

3.9.2.2 Precios y costos para el usuario.

Análisis de precio de la competencia.

Se ha tomado en cuenta 4 hostales nacionales (Ecuador) y 4 hostales internacionales (Estados Unidos), de igual manera se analizó los precios de la competencia directa en la isla Santa Cruz, mencionados en el anexo 5 y 6.

Tabla 2. Análisis de precios.

Hostales Ecuador	Mix Dorms	Hab. Privadas
The Secret Grden Quito	\$ 10,00	\$ 28,00
Discovery Quito Hostel	\$ 8,00	\$ 24,00
BoutiQuito Design Hostel	\$ 12,00	\$ 40,00
593 Hostel Boutique Quito	\$ 35,00	\$ 60,00
Hostales USA	Mix Dorms	Hab. Privadas
LUCKY D´S - San Diego, CA	\$ 34,00	\$ 80,00
Hotel Hotel Hostel - Seattle, WA	\$ 30,11	\$ 96,25
Highroad Hostel DC	\$ 32,95	\$ 75,45
Hi Boston	\$ 54,49	\$ 110,05

Gracias a la tabla anterior se puede saber que los precios en un hostel juvenil van de los 8 a 55 dólares en habitaciones compartidas, y de 24 a 110 dólares en habitaciones privadas, los precios van a depender de la ubicación del hostel y de la marca de este. Para The CoconutBeagle Youth Hostel los precios serán los siguientes:

Tabla 3. Precios de la Habitaciones

	Habitación Compartida	Habitación privada, acomodación doble	Suite
Precio final	\$ 25,00	\$ 45,00	\$ 100,00

Nota: Los precios no incluyen IVA por que se usa RISE.

Para la decisión de la tabla de precios se tomó en cuenta la ubicación del hostel, los servicios ofertados y la estrategia de marketing del primer año que consiste en penetrar el mercado con precios de apertura para los huéspedes.

3.9.2.3 Lugar y tiempo (plaza)

El servicio de restauración (desayuno) y hospedaje tendrán lugar en el hostel ubicado en Puerto Ayora – Santa Cruz, también algunas actividades de recreación como, escalada, actividades de integración, juegos de mesa y video tendrán lugar dentro del hostel. Por otro lado, actividades como, surf, windsurf, snorkeling, paddle boarding se las realizará fuera del hostel, en un horario establecido, contratando personal local capacitado y las actividades tendrán lugar en playas, lagunas y puertos dentro de la isla Santa Cruz.

Canales de distribución

Los futuros huéspedes o huéspedes interesados en adquirir el servicio tendrán a disposición varios canales para que la reserva del servicio de alojamiento pueda adquirirse con facilidad, en primer lugar, el The CoconutBeagle Youth Hostel contará con una página web privada creada en wix.com, esta página ofrece plantillas para el manejo de pequeños hostales, el medio por el cual se hace el cobro de la reservación es por una cuenta de Paypal (Wix, 2016).

Como segundo, se aprovechará algunas agencias de viaje on-line. Las más conocidas y utilizadas por jóvenes al buscar y reservar alojamiento, según google trends son: expedia.com, booking.com y hostelworld.com (Google Trends, 2016), es por esto, que se publicará el hostel en estas tres OTA's.

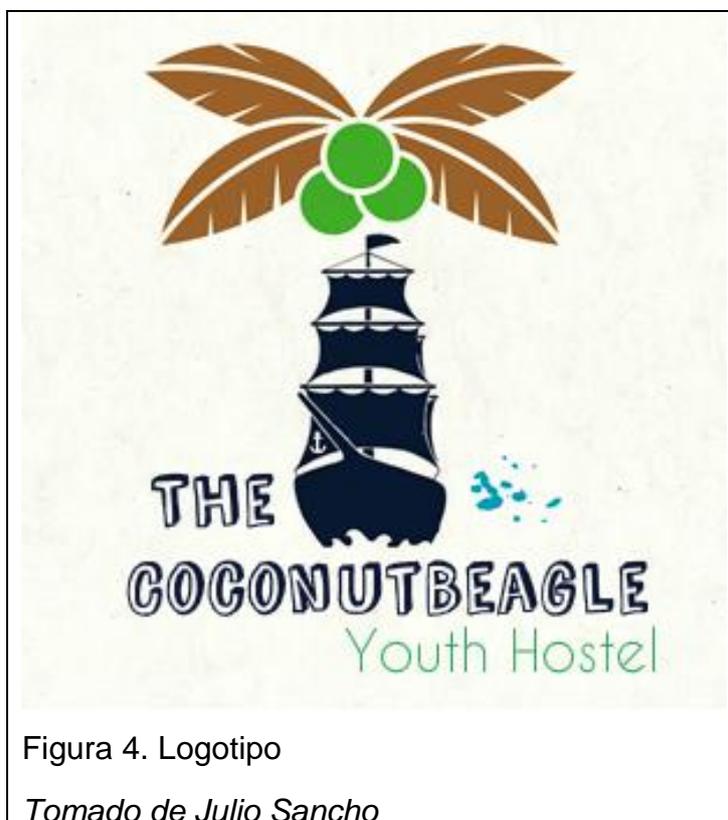
Por último, se creará un fan page en Facebook donde se usara el hipervínculo de reserva de alojamiento (Book Now) y este dirigirá directamente a la página web del hostel. De igual forma, las reservas podrán ser directamente en el lobby del hostel, vía telefónica o por correo electrónico, en el caso de recibir grupos de más de 5 personas para llegar a un precio de promoción.

3.9.2.4 Promoción

Nombre del establecimiento “The CoconutBeagle Youth Hostel” ha sido seleccionado como el nombre comercial del hostel; debido a que Charles Darwin en 1831, a la edad de 22 años viajó en la carabela “*H.M.S. Beagle*”, desde Inglaterra hacia las islas Galápagos; cuando zarpó de Galápagos llevó 24 tortugas, 24 iguanas y una gran cantidad de cocos para comer de regreso a casa, diciendo que los cocos de Galápagos fueron los mejores que probó durante su viaje (Oxford, Pete & Watkins, 2009).

Logotipo

Con el logotipo propuesto se quiere destacar, historia, juventud, humor, creatividad y por supuesto a las islas Galápagos. La figura principal es una carabela que representa al H.M.S Beagle y una palmera llena de cocos.



Publicidad

De acuerdo a Francisco Gil “la publicidad es una forma de comunicación, orientada a llamar la atención de manera insistente y enérgica sobre un producto, servicio o sobre algo con fines netamente comerciales” (2004, p. 15). La manera en como el “The CoconutBeagle Youth Hostel” llevará acabo el ejercicio de la publicidad será de una manera insistente y masiva en redes sociales de la siguiente manera:

- Redes sociales pagadas, Facebook e Instagram: Se contará con un presupuesto para publicidad de dos publicaciones pagadas mensualmente, dando a conocer promociones o eventos relevantes que se tendrá en ese mes, del mismo modo se publicará diariamente fotos de la isla, de los huéspedes realizando las actividades propuestas por el hostel, del hostel en sí y noticias relevantes de Galápagos, para así, fidelizar a los clientes y mantener a la marca siempre presente.
- YouTube: Será una de las herramientas más utilizadas para promocionar no solo el hostel, pero también las islas Galápagos. Se contará con un canal donde se publicará videos promocionales que muestren los servicios y la historia del The CoconutBeagle Youth Hostel y por qué es la mejor opción en alojamiento juvenil, se subirá un video mensualmente, para así tener a la audiencia fidelizada y a la marca en la palestra pública.
- Suscripción en agencias de viaje on-line reconocidas, como en Booking.com, Expedia.com y Hostelworld.com. El hecho de estar en estas agencias de viaje on-line, ya representa una promoción efectiva, estas páginas tienen un tráfico supremamente alto y cada minuto cientos de personas y empresas las visitan. De acuerdo con SimilarWeb, una página web dedicada a mostrar el tráfico web, muestra que Expedia en 11 minutos alcanza 60 millones de visitas (SimilarWeb, 2016).

3.9.2.5 Procesos

Para hacer la entrega de los servicios y que esta tenga valor se debe garantizar procesos eficaces (Lovelock, 2009). En “The CoconutBeagle Youth Hostel” el primer paso del proceso viene a ser la presentación de la información subida a internet tanto como en la página web como en las agencias de viaje on-line, la información será verídica y no alterada, esto dará como resultado un buen inicio para la entrega del servicio cuando el huésped arribe al hostel.

Como segundo, en la recepción del hostel se recibirá al huésped con una sonrisa y una sincera bienvenida, se procederá hacer el check-in de manera rápida y precisa, explicando los servicios con los que cuenta el hostel y los horarios de las actividades de integración, como tercero, el huésped encontrará una habitación limpia y ordenada con sábanas frescas, con un locker, toalla, una amenidad simple (shampoo y jabón) y una lámpara personal de lectura, como cuarto paso, el huésped tendrá la oportunidad de hacer uso de las instalaciones y participar en las actividades, el desayuno bufet, los juegos de mesa, juegos de video, instrumentos musicales, etc. Lo podrá hacer por su cuenta o podrá solicitar asistencia en recepción, como quinto paso en el proceso, el huésped podrá informarse en recepción acerca de las clases de surf, windsurf, buceo etc. como también de los atractivos turísticos que las islas Galápagos ofrecen y será direccionado a las agencias con las cuales se tendrá convenios. Finalmente se realizará un check-out eficiente cobrando lo acordado desde un principio, se despediría al huésped amablemente y se explicara las maneras de llegar al aeropuerto y/o a los puertos.

3.9.2.6 Entorno físico

Con respecto al entorno físico, no solamente trata de las instalaciones e infraestructura del lugar donde se realizará el servicio; engloba todo los aspectos visibles como uniformes, decoración, mobiliario, colores y adornos. El propósito es causar un impacto positivo en las sensaciones de los clientes, es

por esto se debe manejar con mucho cuidado el entorno del lugar a trabajar (Lovelock & Wirtz, 2009).

La decoración representará juventud, tranquilidad, acompañada de adecuada iluminación, música, arte y diseño, los acabados y uniformes serán de acuerdo al tema, también, existirá señalética fácil de entender y con diseños agradables, estos factores y otros más pretenderán mostrar juventud, calidad y seriedad hacia el cliente.



Figura 5. Diseño interior del hostel
Tomado de Julio Sancho

3.9.2.7 Personal

La interacción huésped – empleado es fundamental para crear una empresa exitosa, el departamento de recursos humanos debe dedicar espacios y tiempos para la capacitación y motivación del personal, un empleado adecuadamente capacitado y motivado podría atraer a clientes fieles (Paredes, 2013).

Para esto “The CoconutBeagle Youth Hostel” solamente contratará residentes permanentes de las islas Galápagos, de acuerdo a la nueva Ley Orgánica de las Islas Galápagos, los residentes permanentes tienen preferencia al momento de solicitar trabajo y el resto de los ecuatorianos deben participar en concurso para ser seleccionados o esperar a que nadie haya sido seleccionado para ese puesto en un tiempo determinado.

Los empleados tendrán un entrenamiento previo a la apertura del hostel, donde se capacitará de acuerdo a los estándares que se establecerán tanto en

recepción, con la enseñanza del software Little Hotelier, en arreglo de habitaciones, como también en el área de desayuno, así mismo, se enseñará estrategias en servicio al cliente y se expondrá los objetivos, la misión y la visión del hostel, para así tener un equipo de trabajo alineado a los objetivos y al porqué de la creación del mismo.

Se manejará un ambiente laboral divertido enfocado en satisfacer las necesidades básicas de los empleados, como de igual manera se aplicará técnicas de motivación, como cumpleaños, empleado del mes, motivación psicológica y también monetaria. Adicionalmente, el uso de uniformes será obligatorio con una placa de identificación personal (nametag). Ver anexo 7.

3.9.2.8 Productividad y calidad

El mejorar la productividad y calidad en una empresa trae como resultado la satisfacción de los clientes y de los asociados, se implementarán 5 estrategias claves:

1. Analizar procesos, las tareas que cada asociado realiza dentro del hostel deberán ser estandarizadas para maximizar la eficiencia.
2. Capacitar a los empleados de tal manera que puedan ofrecer un servicio de calidad y que estén orgullosos de su trabajo.
3. Determinar la raíz de los problemas y diseñar estrategias para mejorar procesos, así se evitará un impacto negativo en la entrega del servicio.
4. Medir mensualmente la satisfacción del cliente como en comentarios en línea y comentarios directos al personal para así mejorar el servicio y/o el producto, (Duggan & Pereira, 2013).

4. Capítulo IV. Plan operativo

4.1 Localización

Las islas Galápagos se encuentran ubicadas en Sudamérica, a lado oeste del Ecuador, a 972 km del continente, el archipiélago está conformado por trece islas y aproximadamente 225 islotes (Idrovo, 2011).

La isla Santa Cruz donde se va a realizar el presente proyecto, se ubica en el medio del archipiélago, con una superficie de 1.794 km cuadrados, (GAD de Santa Cruz, 2016) convirtiendo su ubicación en una ventaja para la operación del hostel por la cercanía con las islas a su alrededor, Santa Cruz se ha convertido en la isla preferida por la mayoría de turistas por su ubicación céntrica, por su importante movimiento comercial y turístico, existen innumerables opciones en alimentos y bebidas, tiendas, entretenimiento, una gran cantidad de agencias de viajes y de buceo, que ofrecen todo tipo de excursiones y ofertas, así mismo, la isla Santa Cruz es sede de la Estación Científica Charles Darwin, la Fundación Charles Darwin y del Parque Nacional Galápagos. (GAD de Santa Cruz, Puerto Ayora, 2015).

Pero igualmente existen ciertos puntos negativos que podrían afectar la operación del hostel, primeramente la isla Santa Cruz no cuenta con aeropuerto propio, el aeropuerto Seymour se encuentra en la isla Baltra a aproximadamente dos horas con treinta minutos del hostel, el recorrido es complicado y costoso, se informará claramente a los huéspedes sobre esta situación, para así evitar inconvenientes; por ser un recorrido costoso y de larga duración el hostel no contará con transfer-in ni con transfer-out hacia el aeropuerto, pudiendo esto ser una intranquilidad para los huéspedes. Así mismo, la isla Santa Cruz es la única de las cuatro islas habitadas que no posee playa a una distancia cercana, que de igual manera pudiera ser un inconveniente al momento de realizar las actividades propuestas. Para ver la ubicación exacta del hostel ver anexo 14.

4.2 Capacidad instalada

4.2.1 Aforo

Tabla 4. Aforo

Habitación compartida 1er piso	8 personas.
Habitación compartida 2do piso	8 personas.
Habitación privada 1er piso	2 personas.
Habitación privada 2do piso	2 personas.
Suite	5 personas.
Total	25 personas

4.2.2 Horarios de atención

- El hostel tendrá atención para huéspedes de 7:00 am – 23:00 pm
- Check-in: 12: 00 am
- Check-out: Hasta las 9:30 am
- El servicio de desayuno: 7:00 am – 10:00 am
- Las actividades tendrán distintos horarios durante todo el día.
- A partir de las 23:00 pm un encargado de la seguridad velará por los huéspedes, hasta las 7:00 am.

Las llegadas de los vuelos en la isla Baltra son a partir de las 9:00 am, es por esto, que el check-in será a partir de las 12:00 am, ya que del aeropuerto son aproximadamente dos horas hasta el hostel.

Las salidas de los vuelos del aeropuerto de Baltra, son a partir de las 10:00 am es por esto que el check-out será hasta las 9:00 am, después de la hora, los huéspedes podrán guardar sus equipajes en las bodegas de recepción.

Partidas y llegadas al Aeropuerto Seymour Baltra – islas Galápagos

Tabla 5. Partidas

Vuelo	Transporte	Destino	Partida
AV 1633	AVIANCA	(GYE)	10:05 AM
EQ 192	TAME	(GYE)	12:30 PM
CM 3451 ^	Copa Airlines	(GYE)	12:30 PM
XL 1552	LATAM	(GYE)	12:40 PM
AV 1689	AVIANCA	(UIO)	12:45 PM
XL 1556	LATAM	(UIO)	1:45 PM

Tabla 6. Llegadas

Vuelo	Transporte	Origen	Llegada
AV 1632	AVIANCA	(GYE)	9:20 AM
EQ 193	TAME	(GYE)	11:30 AM
CM 3452 ^	Copa Airlines	(GYE)	11:30 AM
AV 1688	AVIANCA	(UIO)	11:50 AM
XL 1553	LATAM	(GYE)	12:05 PM
XL 1557	LATAM	(UIO)	1:10 PM

4.3 Mini plano arquitectónico

De acuerdo con el nuevo reglamento de alojamiento turístico el mínimo de habitaciones para operar un hostel es de cinco, “The CoconutBeagle Youth Hostel” contará con cinco habitaciones, en el primer, piso una habitación compartida o múltiple de 35 metros cuadrados, con ocho literas que el reglamento lo define como: “cuarto destinado a la pernoctación de varias personas, pudiendo no pertenecer al mismo grupo, este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico categorizados de cuatro y cinco estrellas” (Ministerio de Turismo, 2015), en el segundo piso, una habitación privada de 25 metros cuadrados de acomodación doble, que se la define como: “cuarto destinado a la pernoctación de una o más personas del mismo grupo” (Ministerio de Turismo, 2015) y otra habitación compartida o múltiple de ocho literas, en el tercer piso, una segunda habitación privada de acomodación doble y una suite de 35 metros cuadrados, que se la define como “habitación destinada al alojamiento turístico compuesto de una o más áreas, al menos un baño privado y un ambiente separado que incluya sala de estar área de trabajo entre otros” Ver Anexo 11.

4.4 Mapa de Procesos

A continuación la secuencia de entrega del principal producto del hostel, se diseñó un diagrama de flujo al momento que el huésped llega a la recepción y se le entrega su habitación y/o cama.

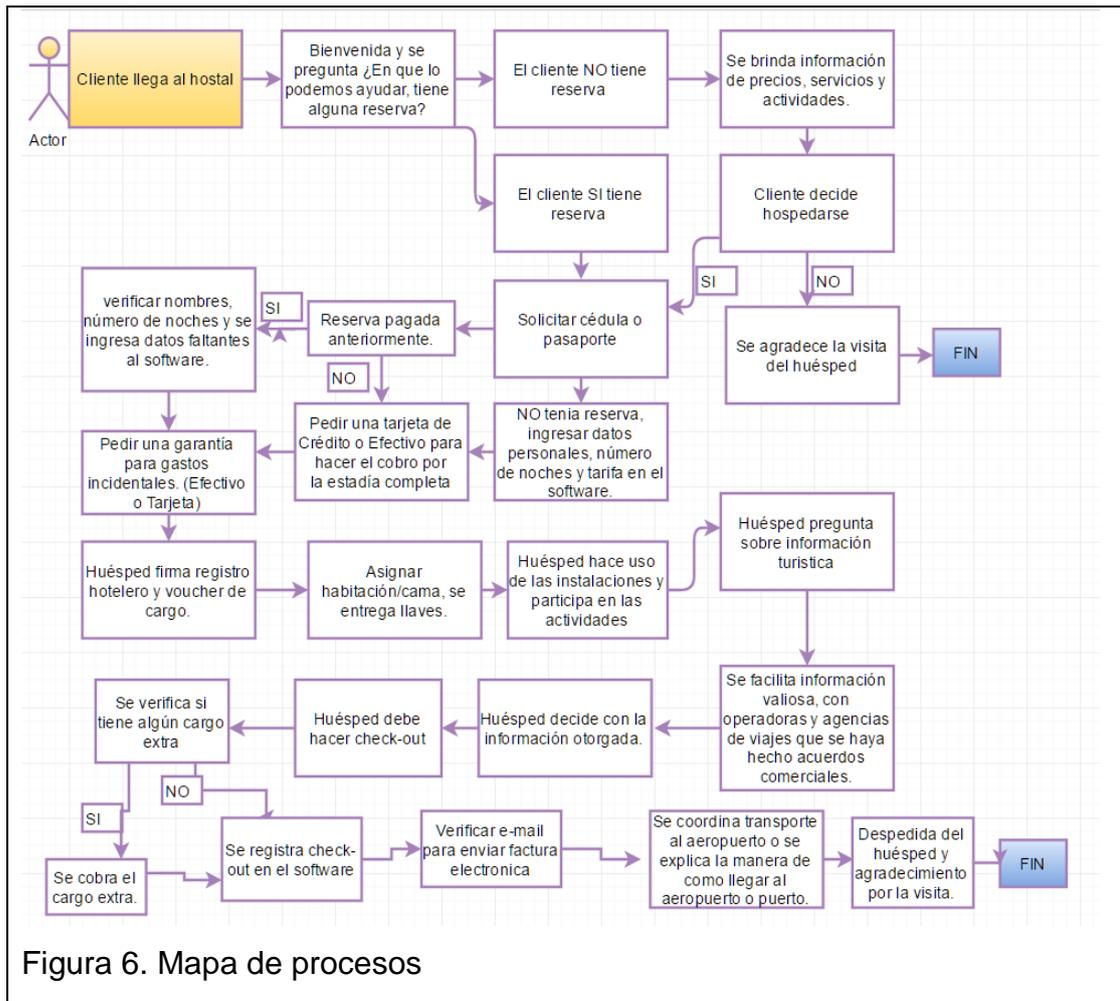


Figura 6. Mapa de procesos

5. Capítulo V. Evaluación Financiera

5.1 Inversión Inicial

Tabla 7. Matriz de presupuesto de inversión inicial.

Obras físicas			
Número de unidades	Concepto	Precio Unidad	Total
1	Construcción Habitación privada 2do piso.	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
1	Jardín Vereda	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Arreglos varios	\$ 500,00	\$ 500,00
			\$ 4.700,00
Muebles y Enseres (Habitaciones)			
Número de unidades	Concepto	Precio Unidad	Total
8	Litera (1 plaza)	\$ 180,00	\$ 1.440,00
1	Sommier (1 1/2 plaza)	\$ 127,00	\$ 127,00
16	Colchón 1 plaza	\$ 105,00	\$ 1.680,00
1	Colchón 1 1/2 plaza	\$ 227,40	\$ 227,40
4	Mueble Lockers	\$ 30,00	\$ 120,00
16	Lámpara lectura personal	\$ 12,00	\$ 192,00
5	Tacho de residuo orgánico	\$ 2,00	\$ 10,00
5	Tacho de residuo reciclable	\$ 2,00	\$ 10,00
5	Tacho de residuo contaminante	\$ 2,00	\$ 10,00
5	Cortina de Baño	\$ 5,00	\$ 25,00
50	Toalla 70cm * 1,40m	\$ 8,90	\$ 445,00
25	Cubre Colchón	\$ 25,00	\$ 625,00
50	Juegos de Sabana	\$ 13,90	\$ 695,00
30	Almohadas	\$ 7,90	\$ 237,00
30	Manta	\$ 8,00	\$ 240,00
2	Extintores	\$ 25,00	\$ 50,00
2	Kit completo de limpieza	\$ 30,00	\$ 60,00
1	Lavadora y secadora	\$ 1.210,00	\$ 1.210,00
			\$ 7.403,40
Muebles y Enseres (Recepción)			
Número de Unidades	Concepto	Precio Unidad	Total
1	Counter Recepción	\$ 280,00	\$ 280,00
2	Silla de escritorio, ergonómica.	\$ 49,00	\$ 98,00
1	Archivador	\$ 149,00	\$ 149,00
1	Extintores	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Tacho de residuo orgánico	\$ 2,00	\$ 2,00

1	Tacho de residuo reciclable	\$ 2,00	\$ 2,00
1	Tacho de residuo contaminante	\$ 2,00	\$ 2,00
			\$ 558,00
	Maquinaria y Equipos (Recepción)		
Número de Unidades	Concepto	Precio Unidad	Total
1	Teléfono con extensiones	\$ 109,00	\$ 109,00
1	Luz de emergencia	\$ 25,00	\$ 25,00
1	Impresora multifunción	\$ 532,00	\$ 532,00
1	Computadora	\$ 803,00	\$ 803,00
1	Kit Insumos de oficina (grapadora, clips, carpetas, papel, post-its, goma, tijeras, cinta, saca grapas, etc.)	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Calculadora	\$ 10,00	\$ 10,00
1	Modem wi-fi (CNT paquete)	\$ 139,09	\$ 139,09
1	Software, (little hotelier)	\$ 49,00	\$ 49,00
			\$ 1.727,09
	Muebles y enseres (Área de desayuno)		
1	Mesa para buffet	\$ 25,00	\$ 25,00
3	Mantel Mesa buffet decoración	\$ 15,00	\$ 45,00
			\$ 70,00
	Maquinaria y equipos (Restaurant y área de desayuno)		
Número de Unidades	Concepto	Precio Unidad	Total
1	Cafetera	\$ 87,00	\$ 87,00
1	Tostadora	\$ 242,00	\$ 242,00
1	Licuada	\$ 71,00	\$ 71,00
1	Exprimidora jugos	\$ 104,00	\$ 104,00
2	Canasta para pan	\$ 25,00	\$ 50,00
2	Waflera Oster	\$ 117,00	\$ 234,00
2	Dispensador de bebidas	\$ 35,00	\$ 70,00
			\$ 858,00
	Muebles y enseres (Oficina principal)		
Número de Unidades	Concepto	Precio Unidad	Total
1	Escritorio oficina	\$ 422,00	\$ 422,00
1	Silla de escritorio, ergonómica	\$ 49,00	\$ 49,00
2	Sillas visitas	\$ 21,00	\$ 42,00
1	Archivador	\$ 149,00	\$ 149,00
			\$ 662,00
	Maquinaria y Equipos (Oficina principal)		
1	Luz de emergencia	\$ 25,00	\$ 25,00

1	Impresora multifunción	\$ 532,00	\$ 532,00
1	Computadora	\$ 803,00	\$ 803,00
1	Kit Insumos de oficina	\$ 60,00	\$ 60,00
	(Grapadora, clips, carpetas, papel, post-its, goma, tijeras, cinta, saca grapas, etc.)		
1	Pizarrón liquido	\$ 35,00	\$ 35,00
			\$ 1.455,00
	Muebles y enseres (Área común)		
Número de Unidades	Concepto	Precio Unidad	Total
1	Juego de sala	\$ 450,00	\$ 450,00
4	Hamacas	\$ 20,00	\$ 80,00
1	Mesa Ping Pong + 4 paletas + 10 pelotas.	\$ 170,00	\$ 170,00
			\$ 700,00
	Maquinaria y equipos (Área común)		
1	Smart TV	\$ 506,00	\$ 506,00
	Equipos de recreación		
4	Paddle Board	\$ 100,00	\$ 400,00
3	Wind Surf Board	\$ 500,00	\$ 1.500,00
4	Mascara y Snorkel	\$ 40,00	\$ 160,00
4	Aletas	\$ 30,00	\$ 120,00
4	Bicicletas	\$ 200,00	\$ 800,00
			\$ 3.486,00
	Gastos varios		
12	Plan anual página web (Page Cloud)	\$ 20,00	\$ 240,00
3	Servicios básicos	\$ 100,00	\$ 300,00
3	Caja chica	\$ 150,00	\$ 450,00
6	Uniformes personal	\$ 20,00	\$ 120,00
1	Gastos Constitución	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
3 meses	Publicidad, afiches	\$ 10,00	\$ 30,00
3 meses	Publicidad, Redes Sociales	\$ 30,00	\$ 150,00
3 meses	RISE	\$ 240,25	\$ 720,75
3 meses	Sueldos (6 empleados)	\$ 4.271,48	\$ 12.814,48
3 meses	Contabilidad externa	\$ 200,00	\$ 600,00
			\$ 16.139,75
	Total, presupuesto Inversión	TOTAL	\$ 37.759,24

En la inversión en obras físicas solo consta la construcción de una habitación, la razón es, porque existe ya un espacio al cual se lo quiere adecuar para operar el hostel, ver anexo 9.

5.3 Estructura del capital

La manera en que se financiera el presente proyecto será por medio de aportes personales de dos inversionistas y mediante un crédito en el Banco Pichincha.

Tabla 8. Porcentaje de financiamiento.

Fuente de Financiamiento	Porcentaje a financiar	Monto a financiar	Tasa interés nominal
Inversión inicial	100%	\$ 37.759,24	11,23%
Banco Pichincha	65%	\$ 24.543,51	
Capital Propio	35%	\$ 13.215,73	
Plazo	3 años o 36 meses	Monto acreditado en la cuenta	\$ 24.545,00
		Monto a pagar Mensualmente	\$ 819,35
		Suma de cuotas Totales	\$ 29.488,23

Nota: La tabla de amortización del préstamo se encuentra en el anexo 8.

5.4 Costos fijos y variables

Tabla 9. Costos Fijos

Costos Fijos Mensuales	Monto
Salarios Mensuales	\$ 4.271,49
Página Web (Page Cloud)	\$ 20,00
CNT paquete, TV, Teléfono, Internet.	\$ 139,09
Patente Municipal	\$ 5,00
Suministros de Oficina	\$ 20,00
Comida Personal	\$ 264,00
Contribución 1 x 1000 (162,000)	\$ 13,50
Contribución RISE	\$ 40,25
Préstamo Banco Pichincha	\$ 819,35
Total	\$ 5.592,68

Tabla 10. Costos Variables

Costos Variables Mensuales	Monto
Suministro de Limpieza	\$ 100,00
Suministros Mantenimiento	\$ 30,00
Alimentación (Desayuno)	\$ 200,00
Agua Luz Fuerza	\$ 200,00
Suministros huéspedes	\$ 75,00
Total	\$ 605,00

Nota: La nómina salarial se encuentra en el anexo 12.

5.5 Proyección de ventas

Para la proyección de ventas se hizo por tipo de habitación, con un porcentaje de ocupación optimista 70%, realista 40%, pesimista 10%, con la tarifa de cada habitación para así tener resultados más claros.

Tabla 11. Proyección de ventas anuales

Tipo de Habitación	# Habs.	# de noches al año	% de ocupación: Optimista Realista Pesimista	Estimado de noches vendidas al año	Tarifa	Ingreso anual
Suite	1	360	70%	252	\$ 100,00	\$ 25.200,00
		360	40%	144	\$ 100,00	\$ 14.400,00
		360	10%	36	\$ 100,00	\$ 3.600,00
Privada	2	720	70%	504	\$ 45,00	\$ 22.680,00
		720	40%	288	\$ 45,00	\$ 12.960,00
		720	10%	72	\$ 45,00	\$ 3.240,00
Compartida	16	5760	70%	4032	\$ 25,00	\$ 100.800,00
		5760	40%	2304	\$ 25,00	\$ 57.600,00
		5760	10%	576	\$ 25,00	\$ 14.400,00

5.5.1 Ingresos proyectados a 5 años

Tabla 12. Ingresos totales proyectados a 5 años.

Ingresos totales proyectados a 5 años					
Por escenario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Optimista 70%					
Ingresos	\$ 148.680,00	\$ 156.114,00	\$ 163.919,70	\$ 172.115,69	\$ 180.721,47
Realista 40%					
Ingresos	\$ 84.960,00	\$ 89.208,00	\$ 93.668,40	\$ 98.351,82	\$ 103.269,4
Pesimista 10%					
Ingresos	\$ 20.880,00	\$ 21.924,00	\$ 23.020,20	\$ 24.171,21	\$ 25.379,77

5.6 Flujo de efectivo

Tabla 13. Flujo de efectivo

Estado de Flujo de Efectivo				
	Año 0	Año 1 Optimista	Año 1 Realista	Año 1 Pesimista
Ventas		\$ 146.160,00	\$ 83.520,00	\$ 20.880,00
(-) Costo de ventas		\$ 24.252,00	\$ 24.252,00	\$ 24.252,00
Utilidad Bruta en ventas		\$ 121.908,00	\$ 59.268,00	(\$ 3.372,00)
(-) Gastos Operacionales		\$ 11.040,00	\$ 10.731,48	\$ 9.702,84
(+) Otros ingresos		\$ 3.276,00	\$ 1.872,00	\$ 468,00
Utilidad Operacional Dep.		\$ 114.144,00	\$ 50.408,52	(\$ 12.606,84)
(-) Otros egresos		\$ 5.104,80	\$ 5.104,80	\$ 3.445,44
Utilidad neta		\$ 109.039,20	\$ 45.303,72	(\$ 16.052,28)
(-) Gastos interés		\$ 2.684,85	\$ 2.684,85	\$ 2.684,85
Amortización		\$ 7.840,60	\$ 7.840,60	\$ 7.840,60
Inversión				
Activos	\$ 162.000,00			
Capital de trabajo	\$ 13.029,75			
Flujo de Efectivo	\$ 175.029,75	\$ 98.513,75	\$ 34.778,27	(\$ 26.577,73)

5.7 Flujo de Caja

Tabla 14. Flujo de Caja

Flujo de Caja			
CONCEPTO	1 mes (Optimista)	1 mes (Realista)	1 mes (Pesimista)
INGRESO DE EFECTIVO			
Cuentas por cobrar	273,00	273,00	273,00
Ventas	12.453,00	7.116,00	1.779,00
TOTAL INGRESO DE EFECTIVO	12.726,00	7.389,00	2.052,00
EGRESO DE EFECTIVO			
Cuentas por pagar	2.361,00	2.335,29	2.049,57
Gastos de administración y de ventas	1.123,50	942,00	760,50
Aporte RISE	240,25	240,25	87,12
TOTAL EGRESO DE EFECTIVO	3.724,75	3.517,54	2.897,19
FLUJO NETO ECONÓMICO	9.001,25	3.871,46	- 845,19
Servicio de la deuda	877,12	877,12	877,12
FLUJO NETO FINANCIERO	8.124,13	2.994,34	- 1.722,31

5.8 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 15. Estado de pérdidas y ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias			
Ventas	Año 1 Optimista	Año 1 Realista	Año 1 Pesimista
Habitaciones	\$ 146.160,00	\$ 83.520,00	\$ 20.880,00
Lavandería	\$ 1.554,00	\$ 888,00	\$ 222,00
Recreación	\$ 1.722,00	\$ 984,00	\$ 246,00
Total	\$ 149.436,00	\$ 85.392,00	\$ 21.348,00
Costos y Gastos Dep.			
Habitaciones	\$ 12.132,00	\$ 12.132,00	\$ 12.132,00
Lavandería	\$ 4.440,00	\$ 4.440,00	\$ 4.440,00
Recreación	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00
Total	\$ 24.252,00	\$ 24.252,00	\$ 24.252,00
Utilidad Departamental	\$ 125.184,00	\$ 61.140,00	(\$ 2.904,00)
Gastos no distribuidos			
Administración	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
Mantenimiento	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Agua Luz Fuerza	\$ 1.680,00	\$ 1.371,48	\$ 342,84
Total	\$ 11.040,00	\$ 10.731,48	\$ 9.702,84
Utilidad bruta departamental	\$ 114.144,00	\$ 50.408,52	(\$ 12.606,84)
Cargos Fijos			
Honorarios contables	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Aporte RISE	\$ 2.704,80	\$ 2.704,80	\$ 1.045,44
Total cargos fijos	\$ 5.104,80	\$ 5.104,80	\$ 3.445,44
Utilidad Neta	\$ 109.039,20	\$ 45.303,72	(\$ 26.577,73)
15% participación empleados	\$ 16.355,88	\$ 6.795,56	(\$ 3.986,66)
Utilidad Neta accionistas	\$ 92.683,32	\$ 38.508,16	(\$ 22.591,07)

5.9 Punto de equilibrio

Ecuación 2. Fórmula Punto de Equilibrio

$$PEq = \frac{CF}{(T - CVph)}$$

CF: Costos Fijos

CVph: Costos Variables por habitación

T: Tarifa promedio

$$PEq = \frac{5364.19}{(57,00 - 14,00)} \quad PEq = 125 \text{ personas al mes o 5 por día. (22\%)}$$

5.10 Indicadores de evaluación

5.10.1 VAN

Ecuación 3. Formula VAN

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1 + K)} + \frac{Q_2}{(1 + K)^2} + \frac{Q_3}{(1 + K)^3}$$

Dónde:

A: Desembolso inicial Q: Flujo neto de cada año K: Tipo de interés

Tabla 16. Resultados VAN

VAN		
Optimista	Realista	Pesimista
\$ 233.265,37	\$ 28.314,76	\$ (99.995,89)

Proyecto factible: \$ 28.314,76 Si el resultado es positivo, es factible, en el caso del escenario pesimista el resultado fue negativo, por ende en ese escenario no es rentable.

5.10.2 TIR

El cálculo de la tasa interna de retorno da a conocer a los inversores el porcentaje de retorno que se obtendrá sobre la inversión inicial del proyecto.

Tabla 17. Resultados TIR

TIR		
Optimista	Realista	Pesimista
211%	46%	-81%

El TIR dio como resultado 46% positivo, esto revela y ratifica que el proyecto es rentable.

5.10.4 Margen Bruto

Es un indicador financiero que muestra en porcentaje lo que representa la utilidad frente a los ingresos totales. $\text{Ingresos} - \text{costos} = \text{Utilidad Bruta}$

Ecuación 4. Formula Margen Bruto

$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ingresos Totales}}$$

Tabla 18. Resultados Margen Bruto

Margen Bruto		
Optimista	Realista	Pesimista
\$ 74.295,84	\$ 21.375,84	\$ (12.704,16)
\$ 148.680,00	\$ 84.960,00	\$ 20.880,00
50%	25%	-61%

El resultado en el escenario realista dio 18% positivo, lo que quiere decir que por cada dólar vendido se genera 0.18 centavos de utilidad bruta.

Conclusiones

Se concluye que hoy en día el Ecuador muestra ser un escenario favorable para la inversión turística, existe gran apoyo e interés del Gobierno para la mejora del turismo en el país. Galápagos, es un destino extraordinario, conocido mundialmente y que cada año es posible observar un mayor ingreso de turistas, sin embargo, siempre es un riesgo invertir, no se puede saber cómo va a reaccionar el mercado, sino solamente cuando ya el negocio está en marcha. Gracias a la investigación realizada para este plan de negocios se puede concluir que abrir un hostel dedicado a la juventud podría ser una idea de negocio rentable, pero al mismo tiempo, es claro que operar un negocio de esta índole conlleva muchos sacrificios. Se pretende superar a la competencia encontrada en la isla Santa Cruz, ofreciendo diversas actividades recreacionales conjuntamente con una nueva idea de negocio en las islas, pero se debe primordialmente dedicar esfuerzos en ofrecer servicios; en los primeros meses se concentrará esfuerzos en ofrecer lo primordial para que los huéspedes puedan tener una estadía agradable, una vez cumplido con estos importantes requerimientos, se procederá a seguir con las distintas actividades que se quiere ofrecer para así, diferenciarse de la competencia.

De acuerdo al análisis financiero en escenarios optimista, realista y pesimista, se demostró la factibilidad de implementar el proyecto positivamente, siempre se debe tener mucho cuidado con la administración de cualquier negocio en las islas Galápagos, ya que los salarios juegan un papel preocupante para cualquier negocio, por el incremento del sueldo básico a un 75%, pudiendo esto ser perjudicial en los costos fijos.

Como experiencia personal el realizar un plan de negocios fue y será un gran aporte a mi vida académica y profesional, apliqué y reforcé algunos de los conocimientos adquiridos en los años de estudio. Por otro lado, el ser residente permanente de las islas Galápagos, me permitió ver la oportunidad de negocio en un nicho de mercado no satisfecho. También, los resultados de esta investigación me sorprendieron por los muchos requisitos y la complejidad que abrir un negocio en las islas implica.

Referencias

- Abascal, E. (2015). *Análisis de Encuesta*. Madrid: ESIC. Recuperado el 11 de enero de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=qFczOOiwRSgC&pg=PA46&dq=encuestas+tipos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjn7omCrKPKAhXJ2R4KHckGCnYQ6AEIGjAA#v=onepage&q=encuestas%20tipos&f=false>
- Alva, A. (2011). *Análisis de los datos e interpretación de los resultados*. Recuperado el 20 de abril de 2016, de http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1177276899217_1477413697_5143/analisdatosinterpretac-1.pdf
- Arroyo, D. (28 de 06 de 2009). *Camionetica*. Recuperado el 11 de julio de 2016, de <http://www.camionetica.com/2009/06/28/significado-de-los-colores-en-el-diseno-de-logotipos/2/>
- Bernal , C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico DF: Pearson Educación. Recuperado el 09 de Abril de 2016, de https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA67&dq=Fernando+Arias+Galicia+metodo+de+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiSyrXtilPMAhVC2T4KHUxaAPUQ6AEIGjAA#v=onepage&q=Fernando%20Arias%20Galicia%20metodo%20de%20investigacion&f=false
- Boletín Jurídico de la Cámara de Comercio de Quito. (4 de julio de 2014). *Derecho Ecuador*. Recuperado el 2 de mayo de 2016, de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derecho-laboral/2014/06/30/jornadas-de-trabajo>
- Booking. (2016). *Booking*. Recuperado el 5 de mayo de 2016, de http://www.booking.com/region/ec/isla-santa-cruz.es.html#map_closed
- Braasch-Eggert, A. (2015). *Reporte Anual Hostelling Internaionla 2015*. Recuperado el 7 de julio de 2016, de <https://res.cloudinary.com/hostelling->

internation/image/upload/v1467298259/Hi_Annual_Report_2015_FINAL_qkrvyo.pdf

- Bravo, J. (2001). *La Ventaja Competitiva*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. S.A. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de https://books.google.com.ec/books?id=MQYxXLY00hUC&printsec=frontcover&dq=ventaja+competitiva&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjE59a0yL7MAhUMFR4KHWT_A2UQ6AEIGjAA#v=onepage&q=ventaja%20competitiva&f=false
- Carrasco, S. (2013). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: Ediciones Paraninfo, S.A. Recuperado el 2 de mayo de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=c6FQAgAAQBAJ&pg=PA20&dq=diferencia+entre+organigrama+horizontal+y+vertical&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjTpdGvq7zMAhUGbB4KHUEDD2QQ6AEIIDAB#v=onepage&q=diferencia%20entre%20organigrama%20horizontal%20y%20vertical&f=false>
- Duggan & Pereira. (2013). *La pequeña y mediana empresa* (1era ed.). Houston: Demand. Recuperado el 12 de mayo de 2016
- Fuentes, E. (2014). *Coaching Project*. Recuperado el 25 de abril de 2016, de <http://coaching-para-emprendedores.es/emprendimiento-estrategico/buena-formulacion-de-objetivos-metodo-smart/>
- GAD de Santa Cruz. (2015). *Puerto Ayora*. Recuperado el 13 de mayo de 2016, de <http://www.gadsantacruz.gob.ec/puerto-ayora/>
- GAD de Santa Cruz. (2016). *Localización geográfica*. Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <http://www.gadsantacruz.gob.ec/puerto-ayora/localizacion-geografica/>
- Gil, F. (2004). *La publicidad: un freno al desarrollo*. (R. Abel, Ed.) Medellín, Colombia: Sello editorial. Recuperado el 10 de mayo de 2016

- Gomez, M. (2013). *Herramientas clave en un Plan de Marketing*. Recuperado el 3 de mayo de 2016, de <http://laculturadelmarketing.com/herramientas-claves-en-un-plan-de-marketing-iv-analisis-came/>
- Hosteling International. (2016). *Cafe Assistant Job description*. Recuperado el 2 de mayo de 2016, de https://www.hiusa.org/files/uploads/SF_FW_-_Cafe_Asst_0.pdf
- Hosteling International. (2016). *Frontdesk associate Job description*. Recuperado el 2 de mayo de 2016, de https://www.hiusa.org/files/uploads/SM_Front_Desk_Associate.pdf
- Hosteling International. (2016). *Housekeeping Job description*. Recuperado el 2 de mayo de 2016, de https://www.hiusa.org/files/uploads/BOS_-_Housekeeping_Associate.pdf
- Idrovo, H. (2011). *Ubicación Geográfica de las islas Galápagos*. Quito, Ecuador. Recuperado el 12 de mayo de 2016, de <http://islasgalapagos.org/galapagos/ubicacion-geografica-de-las-islas-galapagos/>
- Lovelock & Wirtz. (2009). *Marketing de Servicios* (6ta ed.). Mexico: Pearson. Recuperado el 11 de mayo de 2016
- Malhotra, N. (2008). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS* (Quinta ed.). (M. E. Salinas, Trad.) Mexico DF: Pearson Education. Recuperado el 8 de Abril de 2016
- Mayenberger, S. (2013). *Evaluación Operacional y financiera aplicada a la industria hotelera*. Bogota: Universidad Externado de Colombia. Recuperado el 21 de Junio de 2016
- Ministerio de Turismo. (2014). *Estados Unidos, Perfil del Turísta*. Recuperado el 16 de mayo de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/perfil-del-visitante/estados-unidos/127>

- Ministerio de Turismo. (2014). *Servicios del Ministerio de Turismo*. Recuperado el 5 de mayo de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/catastro-turistico>
- Morejon, K. (20 de agosto de 2015). *Las islas Galápagos son reconocidas a nivel internacional*. Recuperado el 3 de junio de 2016, de <http://www.elciudadano.gob.ec/las-islas-galapagos-reconocidas-nuevamente-a-nivel-internacional/>
- Oxford, Pete & Watkins. (2009). *Galápagos Conservancy*. Recuperado el 11 de julio de 2016, de http://www.galapagos.org/about_galapagos/about-galapagos/history/human-discovery/charles-darwin/
- Paredes, A. (2013). *Las 8ps del Marketing de Servicios*. Recuperado el 11 de mayo de 2016
- Robles, C. (2010). *Investigación Cuantitativa*. Recuperado el 8 de abril de 2016, de http://ipes.anep.edu.uy/documentos/investigacion/materiales/inv_cuanti.pdf
- SimilarWeb. (2016). *Expedia Overview*. Recuperado el 12 de julio de 2016, de <https://www.similarweb.com/website/expedia.com#overview>
- StudentUniverse. (2014). Recuperado el 9 de julio de 2016, de <https://www.studentuniverse.com/travel-guides/travel-like-a-student/top-10-reasons-to-stay-in-a-hostel>
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigacion cientifica* (4ta ed.). Mexico DF. Recuperado el 20 de abril de 2016, de https://books.google.com.ec/books?id=BhymmEqkkJwC&pg=PA187&lpg=PA187&dq=procesamiento+de+los+datos+por+arias+galicia&source=bl&ots=TqbC8hV2oJ&sig=Nw28uOI_uGz77vzBfirMQE1XidY&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjKivuZw57MAhXIWh4KHcr1AScQ6AEIOzAG#v=onepage&q&f=false

- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. Mexico DF: Limusa. Recuperado el 1 de mayo de 2016, de https://books.google.com.ec/books?id=BhymmEqkkJwC&pg=PA150&dq=arias+galicia&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj6t7388LvMAhXLqB4KHXYuC_gQ6AEILzAE#v=onepage&q&f=false
- Trinchet , C., & Soler, R. (2007). Recuperado el 18 de abril de 2016, de http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_2_07/aci09807.html
- Westerfield, R. (2012). *Finanzas Corporativas* (9 ed.). Mexico D.F.: McGraw Education. Recuperado el 21 de junio de 2016
- Zapata, O. (2005). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* . Mexico DF: Pax Mexico Cesarman. Recuperado el 7 de enero de 2016, de https://books.google.com.ec/books?id=i339_F3C1RIC&pg=PA187&dq=herramientas+para+la+investigacion+cuantitativa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjT5ZmVrZjKAhVDJh4KHbZGAjoQ6AEIjAB#v=onepage&q=herramientas%20para%20la%20investigacion%20cuantitativa&f=false

Anexos

Anexos

Anexo 1 Entrevista.

Entrevista a la administradora del BoutiQuito Design Hostel

Sofía, muchas gracias por el tiempo ofrecido, la encuesta que esta por realizar tendrá una duración de no mas de 5 minutos.

Cabe mencionar que esta encuesta tendrá únicamente propósitos académicos.

Nosotros, dos estudiantes de la Universidad de las Américas, de la carrera de: Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas, nos encontramos haciendo nuestro proyecto de titulación, que consiste en constituir un Hostel Juvenil en la Isla Santa Cruz - Galápagos, por esto su respuesta será de gran ayuda para la elaboración de dicho proyecto, de igual manera se guardará absoluta confidencialidad.

No es necesario profundizar en las respuestas, pero si pedimos honestidad.

1. ¿Como ve el futuro del turismo en el Ecuador?

Texto de respuesta larga

2. ¿Por qué es importante el turismo para la juventud?

Texto de respuesta larga

3. ¿Sabe usted cual es el número aproximado de jóvenes que hacen turismo en el Ecuador por año?

Texto de respuesta corta

4. ¿Cree usted que los hostales juveniles tiene un papel importante en la sociedad y en el turismo? ¿Por qué?

Texto de respuesta larga

5. ¿Ha viajado en los últimos 3 años a la isla Santa Cruz en Galápagos - Ecuador?

Si su respuesta es NO, pase a la pregunta 7

Si

No

6. ¿Cual es su opinión con respecto a los establecimientos turísticos que se pueden encontrar en la isla de Santa Cruz ? (Lodges, hoteles, hostales, guest house, etc.)

Texto de respuesta larga

7. ¿Nuestra intención en los próximos 2 años es adecuar un espacio para constituir un Hostel Juvenil en la isla Santa Cruz, que consejo o que nos podría decir sobre este plan a futuro? ¿Lo recomendaría?... si, no, ¿por qué?

Texto de respuesta larga

Anexo 2. Encuestas (español e inglés)

Encuesta para Análisis de Factibilidad para un Plan de Negocios

El fin de esta encuesta es saber si es factible la creación de un Hostal enfocado a servir a jóvenes, ubicado en la isla Santa Cruz en Galápagos - Ecuador.

La encuesta a realizar, tendrá una duración de 4 a 5 minutos, se agradece por el tiempo dedicado. Por favor se pide honestidad y criterio para contestarla.

1. Rango de edad

- De 11 a 17 años
- De 18 a 30 años
- De 31 a 50 años

2. Elija su genero

- Femenino
- Masculino

3. Ocupación

- Estudiante Colegio
- Estudiante Universidad
- Estudiante Posgrado
- Profesional

4. Ingreso mensual aproximado

- \$360.00 - \$500.00
- \$501.00 - \$1.000
- \$1.0001 - \$1.500
- \$1.501 - \$2.000
- \$2.001 en adelante

5. País de residencia

- Ecuador
- Estados Unidos

6. ¿Ha tenido la oportunidad de viajar a las islas Galápagos en Ecuador?

- Si
- No

Si su respuesta fue SI, pasar a la pregunta 8.

Feasibility Survey for a Business Plan.

The purpose of this survey is to find out if the creation of a YOUTH HOSTEL, located on Santa Cruz Island in the Galapagos Islands, would be financially feasible.

The survey to be carried out will last for 4 to 5 minutes, thanks for your time. Honesty and discretion is advised while answering.

1 Age range

- 15 to 17 years
- 18 to 30 years
- 31 to 40 years

2 Choose your gender

- Female
- Male

3 Occupation

- High School student
- Undergraduate student
- Graduate student

4 Yearly Income

- \$10.000 - \$20.000
- \$30.000 - \$40.000
- \$50.000 - \$60.000
- \$70.000 - \$80.000
- Less than \$10.000

5 Country of residence

- Ecuador
- United States
- Other Country

6 Have you had the opportunity to travel to the Galapagos Islands in Ecuador ?

- Yes
- No

7. ¿Le gustaría realizar un viaje a las Islas Galápagos en Ecuador?

- Si
- No
- Talvez

Si su respuesta ha sido NO, en este punto termina la encuesta.

8. ¿Que tan probable es que Usted se hospede en un Hostel que este enfocado a servir a jóvenes de entre 18 a 30 años de edad y que ofrezca diversas actividades recreacionales a un precio cómodo?

- Muy probable
- Probable
- Poco probable
- Nada probable

9. ¿Si llegase a hospedarse en un Hostel enfocado principalmente a la juventud, que servicios y actividades fueran relevantes para Usted? *

	Muy relevante	Relevante	Poco relevante	Nada relevante
Ciclismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Caminatas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snorkeling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Buceo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Surf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escalada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yoga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades de conciencia ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Áreas sociales (Diversos juegos de salon)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wi-fi ilimitado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Hablando de habitaciones, Usted estaría dispuesto a pagar por:

- Habitación compartida (literas)
- Habitación privada (Baño privado)

7 Would you like to travel to the Galapagos Islands?

- Yes
- No
- Maybe

8 How likely is it that you would stay in a hostel that is focused on young people and also offers various recreational activities at an a price ?

- Very likely
- Likely
- Unlikely
- Not at all likely

9 While vacationing, which services and activities would be relevant

Fila 1. Biking	Columna 1. Very Relevant
Fila 2. Hiking	Columna 2. Relevant
Fila 3. Snorkeling	Columna 3. Almost nothing relevant
Fila 4. Scuba Diving	Columna 4. Nothing relevant
Fila 5. Surfing	
Fila 6. Climbing	
Fila 7. Yoga	
Fila 8. Eco friendly talks and activities	
Fila 9. Indoor table games	
Fila 10. Free unlimited Wi-fi	
Fila 11. Restaurant	

10 Regarding rooms, which type sounds more appealing?

- Mixed dorm (bunk beds)
- Private room (private bathroom)

11. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por noche, en un hostel enfocado a servir a la juventud y que oferte diversas actividades, en una habitación COMPARTIDA que incluya el desayuno?

- \$15.00 - \$24.00
- \$25.00 - \$34.00
- \$35.00 - \$44.00

12. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por noche, en un hostel enfocado a servir a la juventud que oferte diversas actividades, en una habitación PRIVADA que incluya el desayuno?

- \$35.00 - \$44.00
- \$45.00 - \$54.00
- \$55.00 - \$64.00

13. ¿Cuál de los siguientes medios, usualmente usa para buscar y reservar hospedaje?

- OTA (on-line travel agency)
- Pagina web de establecimiento
- Redes Sociales
- Correo electrónico
- Agencia de viajes

11 How much are you willing to pay for one night in a mixed dorm/shared bathroom with breakfast included?

- \$15.00 - \$24.00
- \$25.00 - \$34.00
- \$35.00 - \$44.00

12 How much are you willing to pay for one night in private room/private bathroom with breakfast included?

- \$35.00 - \$44.00
- \$45.00 - \$54.00
- \$55.00 - \$64.00

13 Which of the following tools do you usually use to search and book for accommodation?

- OTA's (on-line travel agencies)
- Hotel web page
- Social Media
- Hotel e-mail address
- Travel agency

Anexo 3. Uniformes



Anexo 4. Descripción de Cargos

<p>Gerente General y Mercadeo</p>	<p><i>Gerente General:</i> Asegurar el funcionamiento óptimo de todas las áreas del hostel, controlar la operación del establecimiento, supervisar cotizaciones, compras y pago a proveedores, generar reportes financieros.</p> <p><i>Recursos Humanos:</i> Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno del trabajo, velar por la calidad de vida laboral de los trabajadores, armar programas de reclutamiento y selección, implementación de acciones para mejorar el clima laboral y motivación.</p> <p><i>Mercadeo:</i> Planificar y ejecutar la estrategia comercial, crear tarifas adecuadas para cada temporada, ofrecer promociones, dar una excelente imagen del hostel a futuros clientes, clientes actuales y a la competencia.</p>
<p>Recepcionista Encargado de Recreación Encargado de Alimentos y Bebidas</p>	<p>El personal de recepción está a cargo de registrar la entrada y salida del huésped, efectuar cargos mediante, efectivo y tarjetas de crédito, de igual manera, procesar reservas e informar a los huéspedes de las actividades a realizarse en el día, dar información turística y atender amablemente cualquier duda o pregunta que los huéspedes tengan (Hosteling International, Frontdesk associate Job description, 2016).</p>
<p>Encargado de Ama de llaves</p>	<p>El departamento de ama de llaves contará, con una persona que está a cargo de mantener la limpieza en todas las aéreas del hostel y las habitaciones, haciendo cambio de sábanas, amenidades, así mismo, organizar lavandería, linos, hacer stock diario de implementos de limpieza y responder cualquier duda o pregunta de huéspedes (Hosteling International, 2016).</p>

Anexo 5. Tablas de Competencia directa

Logotipo	No posee	No posee		No posee	No posee	
Razón Social	Sol Marina	La fortaleza de Haro	Blue House	Mi Caleta Inn	Arena Negra	Galápagos Deep
Página Web	Inexistente	Inexistente	www.bluehousegalapagos.com	www.micaletainn.com	Inexistente	www.galapagosdeep.com
Región	Insular	Insular	Insular	Insular	Insular	Insular
Provincia	Galápagos	Galápagos	Galápagos	Galápagos	Galápagos	Galápagos
Ubicación	Barrio El Edén, José Joaquín De Olmedo y La Perimetral.	Barrio El Edén, calle 9.	Barrio El Edén, Calle Petrel y Scalesia.	Barrio El Edén, Daphne y Petrel.	Barrio El Edén Marchena y Juan León Mera .	Barrio El Edén Floreana e Indefatigable.
Tipo de Hospedaje	Casa de Huéspedes	Casa de Huéspedes	Casa de Huéspedes	Casa de Huéspedes	Hostal	Casa de Huéspedes
Segmentación de Mercado	Nacional y Extranjero	Nacional y Extranjero	Nacional y Extranjero	Nacional y Extranjero	Nacional y Extranjero	Nacional y Extranjero
Tarifas	\$ 150,00	\$ 70,00	\$ 80,00	\$ 62,00	\$ 48,00	\$ 50,00

Anexo 6. Tabla de comparación de competencia directa

	Competencia Directa								
	DESCRIPCIÓN	Kicker Rock	Sol Marina	La fortaleza de Haro	Blue House	Mi Caleta Inn	Arena Negra	Galápagos Deep	
Actividades de recreación dentro y fuera del Hostal	Pared de Escalada	Si	No	No	No	No	No	No	
	Juegos de mesa y de Salón	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	
	Juegos de video	Si	No						
	Instrumentos musicales	Si	No	No	No	No	No	No	
	Karaoke	Si	No	No	No	No	No	No	
	Alquiler de bicicletas	Si	No	Si	No	No	No	Si	
	Paddle Board	Si	No	No	No	No	No	No	
	Wind Surf	Si	No	No	No	No	No	No	
	Slack-line	Si	No	No	No	No	No	No	
	Clases de surf	Si	No	No	No	Si	No	No	
	Actividades de Integración cultural	Si	No	No	No	No	No	No	
	Infraestructura y Servicios	Área Social	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
		Lobby	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Desayuno Incluido		Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	
Número de Habitaciones		2 Habitaciones privadas, acomodacion doble. 2 Habitaciones para compartir, 4 literas, baño compartido. 1 Suite familiar.	2 Habitaciones, acomodación doble. 2 Habitaciones, acomodacion triple.	2 Habitaciones, acomodación doble 1 Habitación Familiar para 5. 2 Suites.	2 Suites, acomodación familiar. 2 Habitaciones dobles.	3 Suites, familiares 2 Habitaciones, acomodación triple. 2 Habitaciones, acomodación doble.	1 Habitación triple. 2 Habitaciones dobles. 1 Habitación sencilla. 1 Habitación, acomodacion cuádruple. 1 Habitación, doble económica.	8 Habitaciones, acomodación doble.	
Terraza vista al mar		Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	
Salón Múltiple		Si	Si	No	No	No	No	No	
Información Turística		Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	
Transfer-In & out		No	No	No	No	Si	No	No	
Wi-fi		Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	
Coffee & Tea Station		Si	Si	No	No	No	No	No	
Cocina Común		Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	
Piscina		No	No	Si	No	No	No	No	
Jardin		No	Si	No	Si	Si	Si	Si	
Lavandería	No	Si							
Limpieza diaria	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si		

Anexo 7. Requerimientos para abrir un hostel

ANEXO 2. HOSTAL - HS				
Requerimientos por categoría - HS				
REQUISITOS		HOSTAL 3 ESTRELLAS	HOSTAL 2 ESTRELLAS	HOSTAL 1 ESTRELLA
Nro.	REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA			
INSTALACIONES GENERALES				
1	Estacionamiento propio o contratado, dentro o fuera de las instalaciones del establecimiento.	10%	0	0
2	Acondicionamiento térmico en áreas de uso común: enfriamiento o calefacción artificial.	X		
3	Contar con áreas de uso exclusivo para el personal:			
	Cuartos de baño y aseo	X	X	X
	Área de almacenamiento de artículos personales (casilleros)	X	X	X
	Área de comedor.	X		
ACCESOS				
4	Una entrada principal de clientes y otra de servicio.	X*		
ÁREAS DE CLIENTES				
Áreas de clientes - General				
Áreas de clientes - Habitaciones				
5	Contar con habitaciones para personas con discapacidad, según las especificaciones de la Autoridad competente, ubicadas de preferencia en la planta baja del establecimiento.	2%	0	0
6	Habitaciones			
	Privadas con cuarto de baño y aseo privado.	X		
	Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.		X	
	Privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido, o habitaciones compartidas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido.			X
7	Acondicionamiento térmico en cada habitación, mediante: Sistema de enfriamiento o ventilación mecánica y/o natural o calefacción mecánica y/o natural.	X		
8	Servicio telefónico			
	Discado directo (interno, nacional e internacional) en cada habitación.	X		

		Nacional e internacional desde la recepción con transferencia de llamadas al teléfono en cada habitación. Desde la habitación hacia la recepción y viceversa.		X	
9	Caja fuerte en la habitación.		X		
	Casilleros de seguridad o caja fuerte en recepción.			X	X
10	Cerradura para puerta de acceso a la habitación.		X	X	X
11	Almohada extra a petición del huésped.		X	X	
12	Portamaletas.		X		
13	Clóset o armario.		X		
	Clóset, armario o colgador de ropa.			X	X
14	Escritorio o mesa.		X		
15	Silla, sillón o sofá.		X		
16	Luz de velador o cabezera en habitación.		X**	X	
17	Cortinas o persianas. Pueden ser sustituidos por puerta interior de la ventana.		X	X	X
Áreas de clientes - Cuarto de baño y aseo privado					
18	Agua caliente disponible en ducha de cuartos de baño y aseo privado y/o compartido.	Agua caliente	X	X	X
		Las 24 horas	X		
	Centralizada	X			
19	Juego de toallas por huésped	Cuerpo	X		
		Manos	X		
20	Espejo de medio cuerpo sobre el lavamanos.		X		
	Espejo sobre el lavamanos.			X	X
21	Secador de cabello a solicitud del huésped.		X		
22	Amenities de limpieza	Champú	X		
		Jabón	X		
		Vaso por huésped	X		
		Papel higiénico de repuesto	X		
SERVICIOS					
23	Contar con formas de pago que incluyan tarjetas de crédito y/o débito o vouchers.		X		
24	Contar (al menos) con personal profesional o certificado en competencias laborales, en las áreas operativas y administrativas del establecimiento.	10%		1 persona	1 persona
25	Contar (al menos) con personal que hable al menos un idioma extranjero, en las áreas de contacto y relacionamiento directo con el huésped.	10%		1 persona	0%
26	Todos los establecimientos ubicados en zonas donde no exista red pública de alcantarillado, deberán contar con al menos pozo séptico		X	X	X
La letra X significa cumplimiento obligatorio por categoría para cada uno de los establecimientos.					
X* Para establecimientos existentes aplica una entrada común de clientes y servicios.					
X** Por plaza					
NOTA GENERAL: Lo dispuesto en esta normativa de requisitos mínimos de los establecimientos de alojamiento se entenderá de aplicación, sin perjuicio de requisitos adicionales que el establecimiento desee implementar o que en su caso, pudieren exigirse en otras normas especiales.					

Anexo 8. Tabla de Amortización

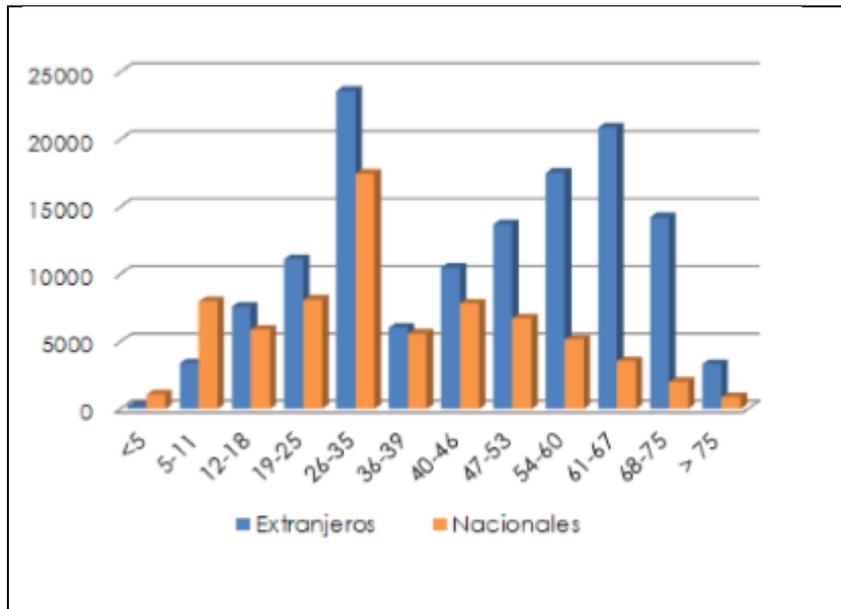
Tabla de Amortización						
Cuota	Fecha de Pago	Capital	Interés	Seguro de desgravam en	Valor Cuota	Saldo
0	14-Jun-16	0.0	0.0	0.0	0.0	24545.0
1	14-Jul-16	567.1	233.91	10.28	811.29	23977.9
2	14-Ago-16	572.58	236.38	10.39	819.35	23405.32
3	14-Sept-16	578.47	230.74	10.14	819.35	22826.85
4	14-Oct-16	584.42	225.03	9.9	819.35	22242.43
5	14-Nov-16	590.44	219.27	9.64	819.35	21651.99
6	14-Dic-16	596.51	213.45	9.38	819.34	21055.48
7	14-Ene-17	602.65	207.57	9.13	819.35	20452.83
8	14-Feb-17	608.86	201.63	8.86	819.35	19843.97
9	14-Mar-17	615.12	195.63	8.6	819.35	19228.85
10	14-Abr-17	621.45	189.56	8.34	819.35	18607.4
11	14-May-17	627.85	183.44	8.06	819.35	17979.55
12	14-Jun-17	634.31	177.25	7.79	819.35	17345.24
13	14-Jul-17	640.84	170.99	7.52	819.35	16704.4
14	14-Ago-17	647.43	164.68	7.24	819.35	16056.97
15	14-Sept-17	654.1	158.29	6.96	819.35	15402.87
16	14-Oct-17	660.83	151.85	6.67	819.35	14742.04
17	14-Nov-17	667.63	145.33	6.39	819.35	14074.41
18	14-Dic-17	674.5	138.75	6.1	819.35	13399.91
19	14-Ene-18	681.44	132.1	5.81	819.35	12718.47
20	14-Feb-18	688.46	125.38	5.51	819.35	12030.01
21	14-Mar-18	695.54	118.6	5.21	819.35	11334.47
22	14-Abr-18	702.7	111.74	4.91	819.35	10631.77
23	14-May-18	709.93	104.81	4.61	819.35	9921.84
24	14-Jun-18	717.24	97.81	4.3	819.35	9204.6
25	14-Jul-18	724.62	90.74	3.99	819.35	8479.98
26	14-Ago-18	732.08	83.6	3.67	819.35	7747.9
27	14-Sept-18	739.61	76.38	3.36	819.35	7008.29
28	14-Oct-18	747.22	69.09	3.04	819.35	6261.07
29	14-Nov-18	754.91	61.72	2.72	819.35	5506.16
30	14-Dic-18	762.68	54.28	2.39	819.35	4743.48
31	14-Ene-19	770.53	46.76	2.06	819.35	3972.95
32	14-Feb-19	778.46	39.17	1.72	819.35	3194.49
33	14-Mar-19	786.47	31.49	1.39	819.35	2408.02
34	14-Abr-19	794.57	23.74	1.04	819.35	1613.45
35	14-May-19	802.74	15.91	0.7	819.35	810.71
36	14-Jun-19	810.71	7.99	0.35	819.05	0.0

Tomado de Banco Pichincha

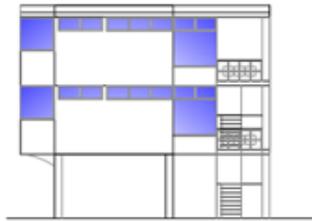
Anexo 9. Obra física actual donde se pretende implementar el hostel.



Anexo 10. Edad de los visitantes extranjeros y nacionales por edades a las islas Galápagos



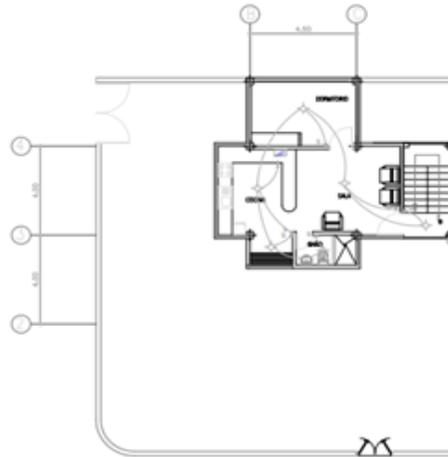
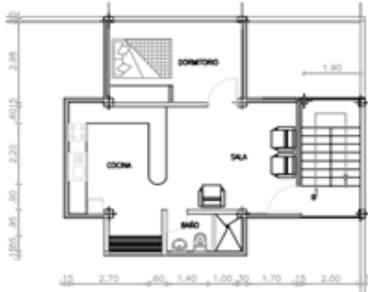
Anexo 11. Mini Plan Arquitectónico



Fachada Frontal



Fachada Frontal Derecha



SIMBOLOGIA	
INSTALACIONES ELECTRICAS	
	PUNTO DE ILUMINACION
	MONTAJE DE LINEA ELECTRICA
	TOMACORRIENTE DOBLE
	INTERRUPTOR SIMPLE
	INTERRUPTOR DOBLE
	MEDIDOR DE LUZ
	TABLERO DE CIRCUITOS
	CIRCUITO DE ILUMINACION 2Ø 14 Ø 12"
	CIRCUITO DE TOMACORRIENTES 2Ø 15 Ø 12"
	CIRCUITO DE INTERRUPTORES 2Ø 14 Ø 12"
	ARMARIO MEDIDORES E.E.Q.

PROYECTO: THE BEAGLE YOUTH HOSTEL	
UBICACION: SECTOR SANTA CRUZ PARROQUIA PUERTO AYORA – BARRIO EL EDEN	
CONTIENE: INSTALACIONES DE ALCANTEARILLADO INSTALACIONES DE AGUA POTABLE INST. ELECTRICAS DE ILUMINACION FUERZA Y SIMBOLOGIA	ESCALAS: INDICADAS FECHA: SEPTIEMBRE-2009 DISEÑO: E.P.A
PROPIETARIO: ING. ANDRES DE LA BASTIDA	PROFESIONAL: ING. ANDRES DE LA BASTIDA I.P.: 17-2886
LAMINA: A-1 1 DE 2	

Anexo 12. Nómina Salarial

CARGO	Salario Básico	75% sobre el salario básico continental	Total	IESS Patron al 11,15	Décimo Tercero 8,33	Décimo Cuarto 6,56	Total Mensual
Gerente General	\$ 366,00	\$ 274,50	\$ 640,50	\$ 71,42	\$ 53.35	\$ 42,02	\$ 711,92
Encargado de Operaciones	\$ 366,00	\$ 274,50	\$ 640,50	\$ 71,42	\$ 53.35	\$ 42,02	\$ 711,92
Encargado de Recepción	\$ 366,00	\$ 274,50	\$ 640,50	\$ 71,42	\$ 53.35	\$ 42,02	\$ 711,92
Encargado de A&B y Recreación	\$ 366,00	\$ 274,50	\$ 640,50	\$ 71,42	\$ 53.35	\$ 42,02	\$ 711,92
Encargado de Ama de llaves	\$ 366,00	\$ 274,50	\$ 640,50	\$ 71,42	\$ 53.35	\$ 42,02	\$ 711,92
*Seguridad	\$ 366,00	\$ 274,50	\$ 640,50	\$ 71,42	\$ 53.35	\$ 42,02	\$ 711,92
							\$ 4.271,49

Anexo 13. Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
Factores Internos	Amplia experiencia en administración de empresas.	Desconocimiento por parte del público sobre los negocios de hospedaje juvenil en Galápagos.
	Concepto nuevo de hospedaje que oferta, educación, valores, actividades recreacionales y de integración dentro y fuera del hostel en la isla Santa Cruz	El concepto de pernoctar en una habitación compartida, con baño compartido podría ser no muy aceptado por el mercado ecuatoriano.
	Experiencia en gestión hotelera, dentro y fuera del país.	Personal de apertura limitado, podría perjudicar la operación.
	Mercado objetivo establecido.	Presupuesto de inversión limitado, por lo que se debe tener precaución en costos y gastos en los primeros meses.
	Personal joven capacitado, que pueden atender cualquier requisito para el mercado objetivo (jóvenes 18 a 30 años) que está enfocado el hostel.	Escases de personas interesadas en trabajar, y dificultad en contrataciones de personal en Ecuador continental para las islas.
	Infraestructura cómoda, amplia y moderna.	Escasa experiencia en apertura de Hostales.

	Oportunidades	Amenazas
Factores externos	Mercado joven que tiene gran interés en viajar hacia las islas Galápagos.	Posibles quejas de vecinos por el movimiento de operaciones y por turistas.
	Incremento de jóvenes turistas hacia las islas Galápagos.	Falta de personal interesado en trabajar en Santa Cruz, los residentes suelen dar problemas con las actividades laborales ofrecidas, difícil contratación de personal que no resida en las islas.
	Competencia directa limitada.	El número de establecimientos de hospedaje legales e ilegales en la isla Santa Cruz es sumamente alto.
	Galápagos es un destino mundial reconocido, será posible dar a conocer de manera fácil la apertura de un nuevo negocio para la juventud	Agua potable y alcantarillado inexistente
	Cercanía a la Estación Científica Charles Darwin, como también a parques, iglesias y tiendas.	Gran número de permisos y gestiones complicadas para operar y constituir un establecimiento de hospedaje en las islas Galápagos.
		Dificultad en el transporte de insumos, materiales y personal para la operación hotelera, de isla a continente y de continente a la isla.

Anexo 14. Resultados de la entrevista con Sofía Borja, administradora del BoutiQuito Design Hostel.

Sofía Borja, (Entrevista 002, 2016) piensa que el turismo en el Ecuador tiene mucho potencial, pero los servicios que se ofrecen dejan mucho que desear, ella sostiene que para mantener al turista contento se debe mantener un mejor servicio. Segundo, Sofía, cree que para un joven es fundamental viajar, “una persona que no ha viajado se queda con una visión muy parcializada de lo que es la sociedad” es por esto que para ella el trabajar con jóvenes enriquece su vida y sus conocimientos. Para Sofía un hostel juvenil cumple un rol muy importante en la sociedad, comenta que la juventud en general es beneficiada cuando en una ciudad existe un establecimiento de alojamiento para jóvenes, “el hecho de escuchar a un Alemán o Suizo ya en si eso trae educación y más conocimientos para los jóvenes Quiteños” además, que es una forma barata de viajar y proporciona empleo.

Sofía comentó que tuvo la oportunidad de visitar la isla Santa Cruz, le pareció un paraíso por sus atractivos naturales, pero insiste que el servicio falta por mejorar y comenta que “algunos hoteles, hostales, casa de huéspedes, deberían desaparecer, es una vergüenza para nosotros los ecuatorianos ver que haya ese tipo de lugares y peor con ese precio”.

Finalmente, recomendó que para el futuro hostel juvenil que se piensa abrir en Galápagos, se debe ofrecer las necesidades básicas que busca un turista, son: camas cómodas, agua caliente, limpieza y buen internet, “una vez que tengas satisfecha estas necesidades busca satisfacer nuevas”.

Anexo 15. Ubicación del hostel. (Dirección)

Barrio el Edén, en las calles, José Joaquín de Olmedo y Daphne, esquina.
Santa Cruz, Galápagos – Ecuador.

