



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UN ECO HOTEL EN LA ISLA
ISABELA, GALÁPAGOS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniera Comercial con mención en Administración
de Empresas, Ingeniera en Negocios Internacionales

Profesor Guía:

Ing. Sebastián Baus

Autoras:

Vanessa Paola Ortiz Salcedo

María Alejandra Proaño Grijalva

Año

2014

DECLARACION DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los estudiantes, orientando sus conocimientos y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Sebastián Baus

Master of International Business Administration

C.I. 1708748361

DECLARACION DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaramos que este trabajo es original, de nuestra autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Vanessa Paola Ortiz Salcedo

C.I.: 1717512675

María Alejandra Proaño Grijalva

C.I.: 1716603145

RESUMEN

El turismo es uno de los sectores que genera mayor actividad comercial para el Ecuador; más aún en la región insular en donde el flujo turístico incrementa constantemente. La implementación de un EcoHotel en la Isla Isabela ayudará a promover el turismo ecológico en las Islas Galápagos; actividad que se encuentra en pleno desarrollo debido a la rica diversidad de flora y fauna existente en la zona, junto con la pluriculturalidad que el turismo genera a través de sus visitas.

Actualmente, el sector hotelero recibe incentivos por parte del gobierno ecuatoriano, el mismo que facilita financiamientos con el fin de incrementar el desarrollo del sector. Además, es importante señalar que la llegada de turistas internacionales hacia las Islas Galápagos se ha incrementado en estos últimos años, lo que beneficia directamente a todos los hoteles a causa de la demanda existente.

Por todas estas razones, se expone a continuación una propuesta llamada Paradise EcoHotel Cía. Ltda., un proyecto hotelero concebido con los turistas internacionales en mente. Como objetivo principal de mercado, Paradise EcoHotel espera acoger a todos aquellos turistas provenientes de Europa y los Estados Unidos que oscilan entre los 35 y 65 años, y quienes tienen un estilo de vida alto o medio alto.

Otro factor importante para la implementación de este proyecto, es la existencia de una gran variedad de hoteles, hostales y pensiones en las Islas Galápagos; muchos de los cuales han sido creados y diseñados para brindar a los turistas la opción de escoger su mejor experiencia de hospedaje. Sin embargo, la Isla Isabela no cuenta con una infraestructura hotelera que concuerde con la demanda turística que recibe. En consecuencia, esta disparidad entre oferta y demanda turística es la razón que respalda la creación de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

Adicionalmente, no existe en el Ecuador un código u ordenamiento legal que regule, establezca y conceda la calificación de "EcoHotel"; razón por la cual el proyecto se cimenta en la lectura técnica internacional como una manera de cumplir con los estándares y requisitos que otorgan a un hotel la categoría ecológica.

Como resultado, Paradise EcoHotel optimizará el tiempo de proceso de reservas y ventas mediante el diseño de planes de desarrollo que a su vez brindarán la información correcta sobre los servicios ofertados. Igualmente, el hotel usará un plan de operaciones efectivo con la finalidad de minimizar errores y evitar gastos innecesarios.

Para lograrlo, el hotel debe contar con un grupo de colaboradores altamente capacitados, poniendo especial énfasis en el pleno conocimiento de las responsabilidades, habilidades y funciones requeridas para cada cargo dentro de la organización. Esto último, ha sido ideado con el fin de brindar un servicio de calidad a todos los huéspedes; así como también para que cada colaborador tenga la capacidad necesaria para resolver inmediatamente toda clase de conflictos o dificultades técnicas que puedan presentarse.

En resumen, y con el fin de que el proyecto tenga éxito; se tomarán en cuenta los riesgos, problemas, y supuestos que puedan presentarse antes, durante, y después de la puesta en marcha de Paradise EcoHotel. De esta manera el plan de negocios de la nueva organización hotelera, se podrá ejecutar eficazmente en la Isla Isabela, Galápagos. Como resultado el turismo ecológico dentro de la isla recibirá un impulso adicional, el cual a largo plazo tiene una alta probabilidad de generar oportunidades de expansión; incluso hacia el territorio continental del Ecuador; lo que beneficiaría a nuevas zonas del país con la implementación de proyectos similares en el futuro.

ABSTRACT

Tourism is one sector that produces more commerce and business for Ecuador; which is vital in the island region where the touristic presence increases steadily. The implementation of an EcoHotel on Isabela Island can help promoting eco-tourism in the Galápagos Islands, an activity that is constantly expanding due to the rich diversity of flora and fauna in the area, coupled with the multiculturalism that tourism generates.

Nowadays, Ecuadorian government is providing some benefits towards the hotel sector; mainly through granting credit and financing projects in order to increase the development of the region. Besides, it worth noting that the flow of international tourism to the Galápagos Islands have increased in recent years, which directly benefits all hotels because of the high-demand for these sort of services.

For all these reasons, and having international customers in mind as well. This project, Paradise EcoHotel, has been brought to life. In simple words, this is a hotel willing to serve and welcome to the specific market consisting of all tourists coming from Europe and The United States; especially those ranging between 35 and 65 years, who have an upscale and refined lifestyle.

Another factor to consider towards the implementation of this project is the existence of several inns and hotels inside The Galápagos Islands, most of which have been created and designed to give tourists many options for choosing the best lodging experience. However, Isabela Island does not count with the appropriate infrastructure to cover its high visitors-demand. Consequently, this imbalance between supply and tourism-demand is the main reason behind the creation of Paradise EcoHotel.

Additionally, as of today there is no regulation or a legal code in Ecuador to establish and concede the title of "EcoHotel"; which is why the project is written taking in to account international technical reading. This is done mainly

as way to achieve the proper certification in the ecological hotel category, following the highest quality requirements according to world-class standards.

As a result, Paradise EcoHotel will optimize the booking process and sales time by designing strategic plans, which in turn will provide the correct information about the services being offered at any time. In addition, the hotel will use effective business plans in order to minimize errors and avoid unnecessary costs.

To attain these goals, the hotel should count on a team of highly trained personnel, putting special emphasis on reaching full knowledge of the responsibilities, skills and functions required for each position within the organization. This last point has been developed in order to provide top-notch quality service to all guests, as well as to provide each staff member the capacity to immediately respond and solve any conflicts or technical difficulties that may arise.

In summary and in order to succeed, this project will take into account the risks, problems, and cases that may occur before, during, and after the launch of Paradise EcoHotel. Thus, the business plans of this new organization will run effectively on Isabela Island, Galapagos. As a result, eco-tourism in the island will receive an additional boost, which in the long term has a high probability of generating expansion opportunities; even on mainland Ecuador, something which would benefit new areas across the country through the implementation of similar projects in the future.

INDICE

INTRODUCCION	1
1. CAPITULO I ASPECTOS GENERALES.....	3
1.1. ANTECEDENTES	4
1.2. OBJETIVO GENERAL.....	4
1.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS	4
2. CAPITULO II LA INDUSTRIA HOTELERA	6
2.1. LA INDUSTRIA	6
2.1.1. TENDENCIAS.....	7
2.1.2. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA HOTELERA.....	11
2.1.3. FACTORES ECONOMICOS Y REGULATORIOS.....	14
2.1.4. CANALES DE DISTRIBUCION	22
2.1.5. FUERZAS DE PORTER	23
2.2. LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE NEGOCIO	29
2.2.1. ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA	29
2.2.2. MISION, VISION Y OBJETIVOS DE PARADISE ECOHOTEL CÍA. LTDA.....	32
2.3. EL SERVICIO	34
2.3.1. INFRAESTRUCTURA.....	35
2.3.2. SERVICIOS	36
2.3.3. PERSONAL	36
2.4. ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO	37
2.4.1. LIDERAZGO EN PRECIOS	37
2.4.2. DIFERENCIACION	38
2.4.3. CONVENIOS Y ESTRATEGIAS	43
2.4.4. RESPONSABILIDAD AMBIENTAL.....	44
2.5. ANALISIS FODA.....	44
2.5.1. MATRIZ FODA.....	46

3. CAPITULO III INVESTIGACION DE MERCADOS Y SU ANALISIS	49
3.1. MERCADO RELEVANTE Y MERCADO POTENCIAL.....	53
3.1.1. MERCADO OBJETIVO.....	55
3.2. TAMAÑO DEL MERCADO Y TENDENCIAS	56
3.3. LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS	64
3.4. EVALUACION DEL MERCADO DURANTE LA IMPLEMENTACION	69
4. CAPITULO IV PLAN DE MARKETING	71
4.1. ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING	71
4.1.1. MARCA	73
4.1.2. LOGOTIPO Y COLORES CORPORATIVOS	73
4.1.3. SLOGAN.....	74
4.2. POLÍTICA DE PRECIOS	74
4.3. TÁCTICA DE VENTAS	76
4.4. POLÍTICA DE SERVICIO AL CLIENTE Y GARANTIAS	76
4.5. PROMOCION Y PUBLICIDAD.....	77
4.6. DISTRIBUCION	83
4.6.1. CANALES DE DISTRIBUCION DIRECTOS.....	83
4.6.2. CANALES DE DISTRIBUCION INDIRECTOS	84
5. CAPITULO V DISEÑO Y PLANES DE DESARROLLO	85
5.1. COSTOS DE DESARROLLO PROYECTADOS	86
5.1.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	86
5.1.2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HUMANOS.....	88
5.1.3. CAPACIDAD INSTALADA	88
5.2. PROPIEDAD INTELECTUAL.....	89
5.2.1. PATENTE DE OPERACION TURÍSTICA.....	89
6. CAPITULO VI PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCION.....	90
6.1. ESTRATEGIA DE OPERACIONES	90

6.2. CICLO DE OPERACIONES.....	91
6.3. REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	93
6.4. INSTALACIONES	93
6.5. LOCALIZACION GEOGRÁFICA.....	94
6.5.2. REQUERIMIENTO GEOFIGURA PARA UN ECOHOTEL.....	95
6.6. CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE INVENTARIOS	97
6.6.1. ESTRATEGIAS.....	98
6.7. ASPECTOS REGULATORIOS Y LEGALES.....	99
7. CAPITULO VII ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ..	101
7.1. ORGANIGRAMA	101
7.2. PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES	102
7.2.1. DIRECTORIO	102
7.2.2. JEFE DE OPERACIONES	103
7.2.3. VENDEDOR	104
7.2.4. CONTADOR	105
7.2.5. RECEPCIONISTA.....	106
7.2.6. JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	106
7.3. COMPENSACION A ADMINISTRADORES, INVERSIONISTAS Y ACCIONISTAS	107
7.4. POLÍTICAS DE EMPLEO Y BENEFICIOS.....	108
7.5. DERECHOS Y RESTRICCIONES DE ACCIONISTAS E INVERSORES	108
7.6. EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS.....	109
8. CAPITULO VIII CRONOGRAMA GENERAL	111
8.1. ACTIVIDADES Y DIAGRAMA.....	111
8.1.1. DIAGRAMA DE GANTT.....	112
9. CAPITULO IX RIESGOS CRITICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS	114
9.1 SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS	114

9.2. RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES.....	115
10. CAPITULO X PLAN FINANCIERO	118
10.1. INVERSIÓN INICIAL.....	118
10.2. FUENTES DE INGRESO	121
10.2.1. Ingresos por comidas	124
10.3. COSTOS FIJOS Y VARIABLES	129
10.3.1. Costos fijos.....	129
10.3.2. Costos variables.....	129
10.4. MARGEN BRUTO Y MARGEN OPERATIVO.....	131
10.5. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	131
10.6. BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	135
10.7. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.....	137
10.8. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	139
10.9. CONTROL DE COSTOS IMPORTANTES.....	141
10.9.1. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	141
10.9.2. ESCENARIOS.....	146
10.9.3 INDICES FINANCIEROS.....	150
10.10 VALORACIÓN	152
10.10.1 VAN	152
10.10.2 TIR	152
11. CAPITULO XI PROPUESTA DE NEGOCIO.....	155
11.1 FINANCIAMIENTO DESEADO.....	155
11.1.1. BENEFICIARIO Y DESTINO	156
11.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL Y DEUDA BUSCADA.....	157
11.3 CAPITALIZACIÓN	157
11.4 USO DE FONDOS.....	158
11.5 RETORNO PARA EL INVERSIONISTA	159
12. CAPITULO XII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	162
12.1. CONCLUSIONES	162

12.2. RECOMENDACIONES.....	164
REFERENCIAS.....	166

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 CATASTRO DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS.....	171
Anexo 2 MODELO DE MINUTA.....	177
Anexo 3 MODELO DE LA ENCUESTA.....	181
Anexo 4 REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LAS ENCUESTAS	183
Anexo 5 ENTREVISTA A SRA. LIDIA COBOS, FUNDADORA HOTEL NINFA.....	187
Anexo 6 MISIONES TURISTICAS COMERCIALES 2013	189
Anexo 7 REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO	193
Anexo 8 INFORMACIÓN PARA OBTENCIÓN DE CREDITO EN LA CFN.....	219
Anexo 9 BALANCES MENSUALES DESGLOSADOS.....	225

INTRODUCCION

El presente proyecto tiene como objetivo brindar información acerca de estrategias, datos económicos, procesos y metodología de funcionamiento de un EcoHotel en Isla Isabela – Galápagos.

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., dará servicio de alojamiento a turistas que visiten las islas, ya sea en familia o en grupo, manteniendo una tendencia ecológica mediante la cual se procura el cuidado y preservación del medio ambiente. Todo esto a través de procesos que permitan optimizar y reducir el consumo de servicios básicos y desperdicio de recursos naturales.

La tendencia ecológica actualmente se expande a nivel mundial pero tiene más acogida en países europeos. Las personas buscan su bienestar a través del cuidado del lugar donde viven, mediante procesos de reciclaje, reutilización y optimización de recursos naturales, con el fin de que éstos no sean desperdiciados.

Se realizó una investigación en la cual se definió que el mercado objetivo de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. está determinado por turistas extranjeros. Esta afirmación tiene sustento a través de la información proporcionada por el Parque Nacional Galápagos en su informe anual de estadísticas de visitantes publicado en la página web acerca del ingreso de turistas a las islas en las diferentes épocas del año. (www.galapagospark.org,s.f.)

Es importante también recalcar principales características que un hotel debe cumplir para llamarse verde o ecológico.

1. Debe ser construido con materiales acorde al lugar en donde se encuentre ubicado de manera que armonice el entorno.
2. Debe contar con procesos de reciclaje, especialmente de agua y de basura.
3. En lo referente al tema operativo, la mayoría de personal deberá ser de la localidad.

4. Una parte de las ganancias, deberán ser destinados a obras comunitarias del sector como: centros de salud, colegios, clubes, entro otros, a través de donaciones particulares del EcoHotel.
5. Se debe utilizar energía renovable a través de paneles solares y sistemas fotovoltaicos.
6. En los jardines y huertos se debe contar con especies endémicas de Galápagos ó especies que no causen desequilibrio en el ecosistema.
7. Debe ser reconocido por la Secretaría de Turismo de cada provincia o ciudad para que ratifique el cumplimiento de las normativas requeridas y certifique que es responsable y preservador del medio ambiente.

Toda la información contenida en este proyecto es real, confiable y basada en estudios seguros realizados. Por lo tanto permite garantizar la factibilidad y buen funcionamiento de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

El turismo es un sector y actividad importante para el Ecuador y para el mundo en general, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio. A la vez, mejora la calidad de vida de los residentes gracias al manejo efectivo de los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente, a través de organizaciones y fundaciones especializadas.

En el Ecuador, debido a su amplia diversidad y ubicación geográfica, se puede disfrutar de rincones de la Sierra, Costa, Oriente y Región Insular, declarados como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. Gracias a estas nominaciones, las islas cuentan con organizaciones sin fines de lucro a nivel nacional e internacional que ofrecen sus cuidados como: la Estación Charles Darwin, el Parque Nacional Galápagos, Wildlife y, Word Wildlife Fund (WWF).

Galápagos posee la segunda Reserva Marina más grande del mundo, son consideradas: Santuario de Ballenas, Laboratorio Viviente de Evolución de Darwin, entre otras nominaciones. Esto ha permitido que el turismo sea la fuente de ingresos más importante para el Archipiélago, ya que según el Ministerio de Finanzas, aporta aproximadamente con la cuarta parte del total de las divisas que ingresan al Ecuador.

Estos aspectos son considerados como importantes para la investigación, ya que nos permite determinar que el Turismo en el Ecuador, específicamente en las Islas Galápagos, tiene una tendencia creciente; más aún en Isla Isabela que posee una belleza paisajística inigualable y no ha sido explotada en su totalidad.

Dentro de los principales atractivos de la isla se pueden mencionar Laguna de Flamings, Centro de Crianza de Tortugas Terrestres, Islote

Tintoreras, Muro de las Lágrimas, Volcán Sierra Negra, Volcán Chico, Humedales, Concha Perla, Playas de Isabela, entre otros.

Esta es una ventaja para la creación del EcoHotel, ya que no solo se lo promoverá por sus características ecológicas, sino que se busca el aprovechamiento de la belleza de Isabela para impulsar el turismo dentro de la Isla.

1.1. ANTECEDENTES

El enfoque del EcoHotel es proponer y desarrollar actividades tales como biking, senderismo, snorkeling, kayaking, observación de aves, tortugas y peces de manera que los huéspedes se involucren y compartan el cuidado del ecosistema de la isla.

La idea de construir un EcoHotel surge de aprovechar la oportunidad de tener un terreno en Isla Isabela y ser residente de Galápagos, lo cual permite que se pueda construir y obtener todos los permisos necesarios para poner en funcionamiento un EcoHotel.

1.2. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad de la creación de un EcoHotel en Isla Isabela – Galápagos, que ofrezca servicios de calidad con el mínimo impacto ambiental y que permitan garantizar la fidelidad de turistas nacionales y extranjeros

1.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Recopilar información de la industria del turismo que permita fundamentar la investigación para el plan de negocios, además de un análisis interno del sector y su crecimiento.
- Realizar un estudio que permita conocer las características del mercado, ubicar los potenciales clientes analizando el mercado

nacional e internacional, para determinar el sector al que se va a dirigir y en el cual se pueda incursionar con la creación del nuevo EcoHotel.

- Plantear una estructura organizacional, detallando las funciones a cumplir por cada uno de los integrantes del equipo de trabajo, con la finalidad de optimizar el tiempo y recursos en el desempeño de las mismas.
- Realizar un estudio financiero el mismo que respalde la factibilidad del proyecto, estableciendo un precio del servicio que permitirá obtener ingresos anuales para aplicar los indicadores de evaluación con resultados positivos.
- Cumplir con las exigencias para la denominación de EcoHotel
- Aportar con la disminución del desempleo en la isla Isabela, durante y después de la construcción de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

CAPITULO II

LA INDUSTRIA HOTELERA

2.1. LA INDUSTRIA

Según la Organización Mundial del Turismo “El turismo es una de las actividades económicas que más crece en el mundo a la vez que influye decisivamente en el desarrollo de un país, estimulando las economías nacionales y locales” (Fundación Ecuatoriano.2011.pp.6)

En el Ecuador, así como en el resto del mundo, el turismo se divide en dos partes importantes: la demanda y la oferta turística. En lo que respecta a la demanda turística, Galápagos recibe turistas de distintos lugares del mundo en el transcurso del año, por lo que la oferta hotelera de las Islas Galápagos en ciertas temporadas del año resulta menor a la demanda. Por otro lado, en temporadas bajas la oferta aumenta, obligando a los diferentes hoteles a incrementar promociones o descuentos en las tarifas con el fin de atraer la mayor cantidad posible de turistas.

El Ecuador es considerado uno de los 7 países mega diversos del mundo, ya que posee una gran variedad de lugares de visita a lo largo de sus 4 regiones, Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. De la misma manera, ofrece diversidad en la oferta turística en cuanto se refiere a hoteles, restaurantes, bares, entre otros.

El Ecuador es uno de los países mega diversos del planeta, con un alto índice de endemismo y tres de las diez zonas calientes del mundo. Conserva el 18% de su territorio como áreas protegidas siendo once de gran importancia a nivel mundial. Esto sin contar con la diversidad de pueblos y nacionalidades que traen consigo, costumbres, tradiciones, leyendas, y cosmovisiones que nos impresionan a cada paso. (www.destinoecuador.ec,s.f.)

El Ministerio de Turismo junto con la Corporación Financiera Nacional (CFN) brinda su apoyo con financiamiento a empresas que se encuentren dentro de la actividad hotelera, alimenticia y servicios turísticos. (www.alide.org.pe,s.f.)

“La CFN ha brindado apoyo crediticio al sector hotelero incrementando de 9 millones en el periodo 2000 - 2006 a 76 millones en el periodo 2007 - 2010, lo que ha generado un impacto positivo en empleos directos de 2,494 e indirectos de 6,983. La inversión promovida fue de 145.3 millones de dólares y el número de beneficiarios de 2,194. “

(www.alide.org.pe,s.f.)

De lo mencionado anteriormente, el sector hotelero se encuentra beneficiado porque al tener financiamientos ya sea a mediano o corto plazo facilita la construcción del proyecto del EcoHotel. A su vez, esto beneficia directamente a la industria turística impulsando la creación de nuevos proyectos.

El apoyo que ofrece la CFN, es mayor para los residentes de Galápagos que presenten proyectos turísticos con beneficios, tanto económicos como ambientales para las Islas.

La construcción de una planta hotelera en Galápagos tendría el apoyo deseado en cuanto a financiamiento, pues el Gobierno Nacional está incrementando recursos para el desarrollo del sector, y en particular si se enfoca a la conservación del medio ambiente.

2.1.1. TENDENCIAS

2.1.1.1. Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB al ser la suma de los valores monetarios del consumo, inversión bruta, las compras de bienes y servicios por parte del estado y las metas producidas por un país en un determinado año mide el rendimiento global de la economía, siendo un factor muy importante.

Según el boletín de información estadística mensual del Banco Central del Ecuador (IEM), en el sector de alojamiento, en el cual se encuentra este

proyecto, comparado con el PIB Nacional, se puede analizar que en los años 2001 el porcentaje de alojamiento y servicios de comida en la Industria Hotelera tuvo una variación anual del 7.2%, muy considerable en el sector; al 2002 aumenta a 8.1% su crecimiento, al 2003 este sector sufre una baja al 3,3%. A partir del 2004 al 2006 solamente se experimentaron alzas en el porcentaje de variación anual, pero en el 2007 hay una baja considerable al 2.1%. Desde el 2008 el porcentaje de variación es muy alto llegando así al 2011 a ser del 13.7%, y teniendo una baja en el 2012 del 8.5%

Tabla 1. PRODUCTO INTERNO BRUTO (Tasas de Variación Anual)

PRODUCTO INTERNO BRUTO (tasas de variación anual)		
Período / Industria	Alojamiento y servicios de comida	PIB Nacional
2001	7,20%	4,00%
2002	8,10%	4,10%
2003	3,30%	2,70%
2004	4,90%	8,20%
2005	6,00%	5,30%
2006	7,80%	4,40%
2007	2,10%	2,20%
2008	5,30%	6,40%
2009	8,80%	0,60%
2010	7,50%	3,00%
2011	13,70%	7,80%
2012	8,5%	5,1%

Tomado de: IEM-432, Banco Central del Ecuador

Realizando un análisis de la información contenida en la Tabla 1, se puede observar que el Porcentaje de Alojamiento y servicios de comida en la Industria Hotelera crece en un porcentaje mucho mayor al PIB nacional, lo cual indica que la industria hotelera se encuentra en expansión en nuestro país.

La tendencia del PIB de la industria hotelera es al alza, siendo éste un indicador positivo para la implementación de un hotel, ya que pertenecerá a un sector en constante crecimiento que emplea a miles de personas a nivel

nacional. Esto a su vez aporta a la estabilidad económica del país y permite la creación de nuevas empresas y así el ingreso de divisas, logrando que el PIB se mantenga o mejore en el futuro.

2.1.1.2. Llegada de turistas al Ecuador

Según el Ministerio de Turismo, la llegada de turistas extranjeros al Ecuador siempre se encuentra en constante crecimiento como se observa en el siguiente cuadro:

Tabla 2. LLEGADA DE TURISTAS AL ECUADOR

MES	2008	2009	2010	2011	2012	VAR% 2011/2012
ENE	92.378	86.544	96.109	105.541	127.119	20,45
FEB	74.174	72.742	89.924	86.424	99.551	15,19
MAR	77.946	72.226	82.452	87.486	96.975	10,85
ABR	67.557	72.910	70.540	87.509	92.627	5,85
MAY	74.667	70.277	77.618	82.811	92.646	11,88
JUN	89.262	89.889	91.602	99.944	118.293	18,36
JUL	109.250	102.571	110.545	117.997	130.783	10,84
AGO	96.336	87.221	95.219	98.987	106.368	7,46
SEP	73.757	68.124	71.776	80.083	85.986	7,37
SUB-TOTAL	755.327	722.504	785.785	846.782	950.348	12,23
OCT	79.814	77.960	83.701	88.338		
NOV	83.458	76.965	81.253	92.566		
DIC	86.698	91.070	96.359	113.292		
TOTAL	1.005.297	968.499	1.047.098	1.140.978		

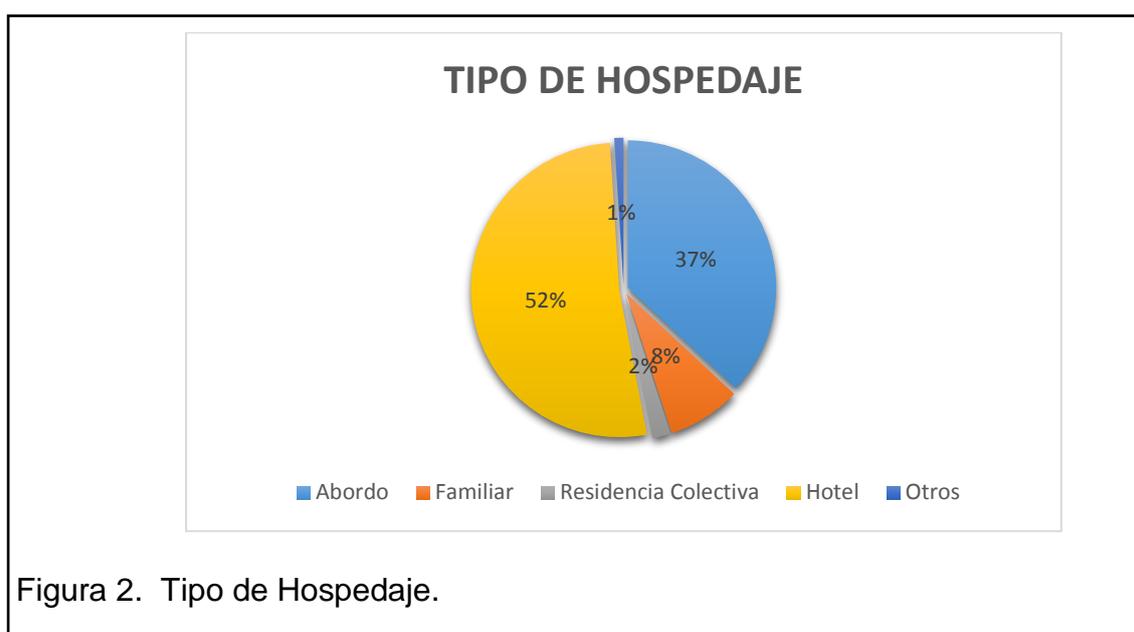
Tomado de: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html#descarga>

El constante crecimiento del número de turistas que visitan el Ecuador beneficia directamente a la industria hotelera. Los visitantes buscan lugares de alojamiento de acuerdo a su capacidad de pago y preferencias, distribuyendo así la estancia en todos los hoteles del país.

Según el Parque Nacional Galápagos, en lo que va de este año la mayor afluencia de visitantes a las Galápagos es de extranjeros, según lo muestra el siguiente cuadro:



Es importante mencionar que según datos estadísticos del Parque Nacional Galápagos la mayoría de visitantes de las Islas Galápagos prefieren los hoteles para alojarse, en relación a los cruceros. Siendo así, el 52% de visitantes que recibió Galápagos, se hospedaron en hoteles. En comparación con el 37% de visitantes que prefirieron alojarse a bordo de cruceros, el siguiente cuadro muestra dicha comparación en el primer trimestre del presente año.



Tomado de Parque Nacional Galápagos

La industria hotelera se beneficia, según datos previamente mencionados, por las preferencias de los turistas al momento de visitar, en este caso, las Islas Galápagos. Esto permite a su vez, la creación de nuevos lugares de alojamiento cuyos servicios satisfagan la creciente demanda de turistas.

2.1.2. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA HOTELERA

El turismo incide positivamente en el bienestar económico de las localidades donde se desarrolle, los turistas acuden a visitar un lugar por sus atractivos culturales, su naturaleza y por las actividades que se puedan realizar.

Por tal motivo se han creado los hoteles y otras formas de alojamiento. Los viajeros buscan establecimientos que ofrezcan comodidad y confort, en los cuales se brinde una atención adecuada, satisfaciendo siempre sus necesidades.

En las Islas Galápagos, como en el resto del mundo, existen varios tipos de alojamiento, sean éstos: hostales, hoteles, cabañas, suites, casas de familia, entre los más importantes.

Sin embargo la industria hotelera, se complementa con servicios como restaurantes, bares, centros de información, agencias de viajes, museos, transportación, entre otros; que en conjunto brindan al turista toda la información necesaria para su viaje.

La industria hotelera se encuentra en etapa de madurez porque posee las siguientes características:

- Alto crecimiento en ventas
- Competidores ingresan al mercado

- Aparecen productos o servicios con características innovadoras
- La característica principal de la promoción es persuadir al cliente para lograr su preferencia

Galápagos, por ser un destino turístico muy demandado, a pesar de tener una infraestructura hotelera (oferta) menor a la demanda de turistas, resulta interesante presentar nuevos proyectos con marcadas tendencias que sean atractivos para los visitantes de las Islas.

2.1.2.1 PARTICIPANTES DE LA INDUSTRIA HOTELERA

- **Hoteles, hostales, suites**

Son edificaciones diseñadas para ofrecer un servicio de alojamiento temporal a personas que viajan a diferentes destinos. En el anexo 1 consta un listado de hoteles que se encuentran en funcionamiento en las 4 islas pobladas que posee el archipiélago, éstas son Santa Cruz, San Cristóbal, Isabela y Floreana.

En referencia al anexo 1, cabe mencionar que los hoteles en el archipiélago, a más de ser una de las actividades económicas más importantes, aportan con plazas de trabajo y satisfacen la demanda de turistas que llegan a las islas por sus grandes atractivos.

Siendo así un incentivo importante para la economía de nuestro país, sin olvidar que es considerado a la vez un factor de crecimiento cultural y político, gracias a la diversidad de atractivos turísticos. Así como también, genera un mercado de empleos diversificados, con el propósito de mejorar la calidad de vida de las personas del sector y apoyando al desarrollo de las comunidades locales.

Según el Anexo 1 la infraestructura hotelera de Galápagos no está enfocada en la ecología, conservación y preservación del medio ambiente. Por lo tanto Paradise EcoHotel Cía. Ltda., sería una idea innovadora y apegada a los estándares por los cuales las Islas Galápagos son consideradas Patrimonio Natural de la Humanidad.

En base a lo mencionado en la introducción, acerca de las características de un EcoHotel, no existen hoteles en Galápagos que cumplan con las especificaciones para poder pertenecer a la rama ecológica. A pesar de ello, existen ciertos hoteles que utilizan la palabra Ecológico para llamar la atención del turista pese a que sus instalaciones e infraestructura no vayan acorde a la tendencia ecológica mundial. En la Isla Isabela, existe el Hotel Red Mangrove Isabela Lodge que se oferta como Ecológico a los huéspedes, a pesar de que sus instalaciones son como las de un hotel de lujo, y solamente mantiene procesos ecológicos como la reutilización de aguas negras y clasificación de desechos sólidos.

- **Agencias de Viajes**

Sirven como intermediarios o punto de ventas de forma presencial o a través de internet para vender y enlazar a los turistas, ofreciendo paquetes turísticos a diferentes destinos alrededor del mundo. Existen muchos turistas que no se arriesgan a viajar a un destino desconocido sin antes adquirir un paquete turístico, en el que se incluya al menos servicio de alojamiento, comida, y de ser posible visitas guiadas a sitios cercanos de gran atractivo.

Generalmente las agencias de viajes se colocan en las principales ciudades de cada país, principalmente en la capital, que es un destino fijo, donde las personas del resto del mundo llegan antes de movilizarse a los diferentes sitios de visita.

- **Turistas**

Los turistas son aquellos que viajan a su destino, se quedan al menos una noche y hacen uso de los servicios hoteleros.

- **Gobierno**

Incluye las comisiones de turismo, ministerios e institutos de turismo, paneles y comités gubernamentales y otras agencias. Aunque la industria del turismo está en manos privadas, el gobierno juega un papel importante en la inversión, el desarrollo de la imagen del país y el mercadeo. Además, genera regulaciones de conducta de la industria y de los turistas, para proteger los recursos y la viabilidad económica del país.

- **Organizaciones No Gubernamentales**

Las ONGs promueven también el desarrollo del ecoturismo, colaborando con la capacitación, nuevas actividades, ayuda financiera y el manejo de áreas naturales protegidas. Algunas ONGs tienen programas enfocados hacia el desarrollo y manejo del ecoturismo especialmente de las Islas Galápagos, un ejemplo de ello es la Estación Científica Charles Darwin, que sin fines de lucro realiza actividades de preservación y conservación de las especies endémicas de las islas, ya que son éstas el principal atractivo de Galápagos.

2.1.3. FACTORES ECONOMICOS Y REGULATORIOS

2.1.3.1. Fuerzas Económicas

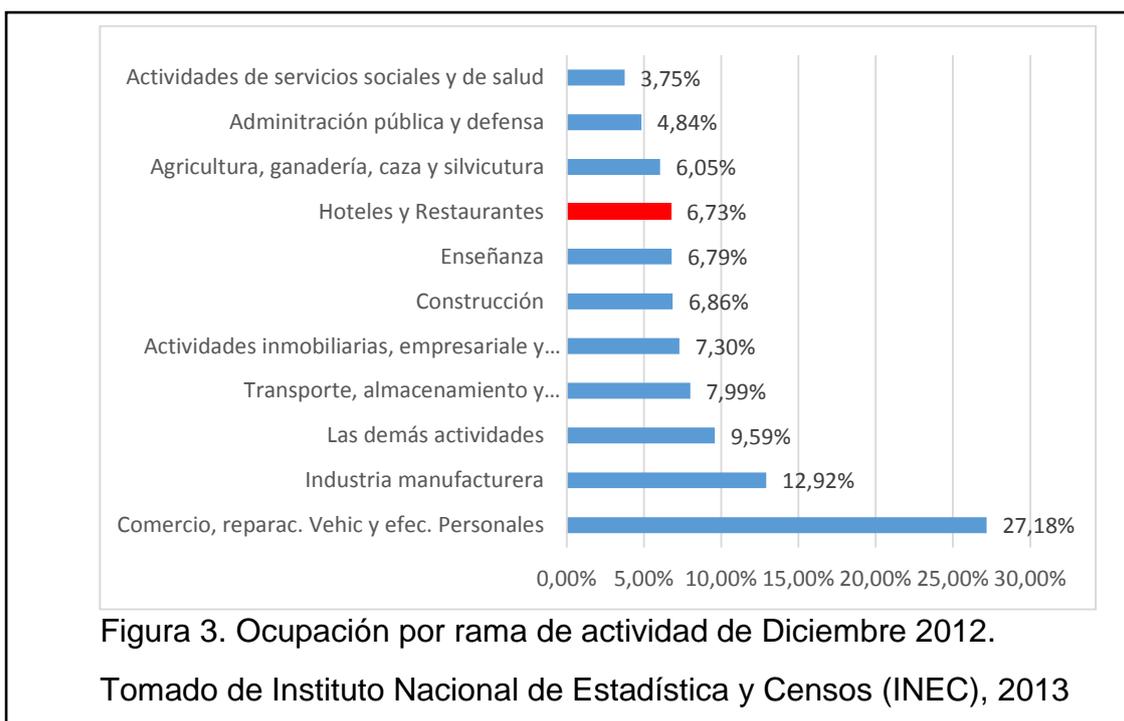
El turismo es, sin lugar a dudas, un eje importante para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, un ingreso atractivo de divisas para el Ecuador.

Como principales ventajas que tienen las islas Galápagos se puede mencionar las siguientes:

- a. La variedad de paisajes tanto terrestres como marinos, fauna y flora endémica, única en el mundo, amplias posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventura, de negocios o cultural; hacen de esta región un destino turístico muy atractivo.
- b. El PIB de la industria hotelera tiene un crecimiento muy acelerado en relación al PIB nacional según datos del Banco Central del Ecuador, esto determina que dentro de este sector la construcción de nuevos proyectos es acertada.
- c. Apoyo gubernamental en temas financieros, tecnológicos, de crecimiento cultural y ambiental.

Por tanto, en base a estos literales anteriores se puede deducir que es pragmáticamente ejecutable la realización de un EcoHotel en la Isla Isabela, y tiene como sustento el hecho de que la entrada de extranjeros al Ecuador se incrementa cada año y este flujo es favorable para cubrir la oferta de lugares de alojamiento que existen. Así como también es acertado afirmar que si la tendencia de entrada de extranjeros continúa al alza, definitivamente es conveniente la creación de nuevos hoteles que la satisfagan.

Por otra parte, y como se mencionó previamente, el turismo en el Ecuador es una actividad económica bastante importante la cual determina que el 6,73%, porcentaje anual, de la población económicamente activa están dedicados a la rama de Hoteles y Restaurantes, según el INEC.



Del cuadro anterior se desprende que la Ocupación por rama de actividad en la línea de Hoteles y Restaurantes, se encuentra bien posicionado y al poner en marcha proyectos como un EcoHotel, se está aportando con el alza del índice de ocupación en esta rama.

En Galápagos existe la Ley Orgánica de Régimen Especial (LOREG) que ampara a los profesionales nativos y permite que éstos formen parte de equipos de trabajo dentro de la industria turística, y obliga a los empresarios a establecer preferencias en cuanto a la contratación, es decir, en primera instancia los profesionales galapagueños serán contratados. De esta manera un EcoHotel disminuiría, en porcentaje modesto, el desempleo en la Isla Isabela, tanto en la etapa de construcción como de operación del hotel.

2.1.3.2. Inflación Anual

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos,

establecida a través de una encuesta de hogares.

Según el Banco Central del Ecuador en marzo 2012 la inflación sufre un alza considerable en relación a la actualidad, siendo la tercera más alta reportada para este mes en los últimos ocho años. A base del reporte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo - INEC, la aceleración de la inflación en marzo se atribuyó a un aumento de precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas, prendas de vestir y calzado, restaurantes y hoteles. En conjunto, las tres divisiones aportaron un 90,05% a la inflación mensual de marzo.

“La división de alimentos y bebidas no alcohólicas fue la que más aportó con el 46,18%, seguida de Restaurantes y Hoteles con el 19,80%. La canasta básica se ubicó en 604,25 dólares, mientras que el ingreso familiar mensual es de 593,6 dólares lo que cubre el 98,24% de la canasta familiar.”

(INEC, 2013)



A marzo del 2012, la inflación anual se ubicó en 6,12%.

A marzo 2013 la inflación se ubica en el 3,01%, lo cual indica que se han regulado los precios y esto favorece a la industria hotelera, pues como se mencionó previamente es un sector que aporta un gran porcentaje en la variación de la inflación.

Con estas cifras, la industria hotelera se puede seguir manteniendo atractiva ya que los indicadores demuestran que, según el manejo del Gobierno actual, la inflación tiene una tendencia a la baja.

Si se mantiene la tendencia, el consumidor se mantendrá atraído por adquirir productos o servicios que le brinden bienestar, y esto a su vez beneficia a las empresas que ofertan dichos servicios.

2.1.3.3. Fuerzas Tecnológicas

Los avances tecnológicos que existen en la actualidad, fácilmente accesibles para las personas, permiten llegar hasta los lugares que antes no se lograba. En esta época es muy sencillo mantener contacto con personas de otro continente, a través del Internet y las redes sociales.

Esto indica que la principal ventaja con la que cuenta Paradise EcoHotel Cía. Ltda., es la promoción de sus instalaciones a través de medios de comunicación virtuales. Una herramienta importante con la que se promocionará Paradise EcoHotel Cía. Ltda., es una página web que muestre las instalaciones, tarifas, servicios que ofrece, etc.

Así como también, meta buscadores que son instrumentos que sirven para facilitar la búsqueda de lugares turísticos y los servicios que ofrecen alrededor del mundo. Estas herramientas en la actualidad, tienen mucha acogida sobre todo para las personas que ocupan todo su tiempo en sus obligaciones y no pueden acercarse a una agencia de viajes.

2.1.3.4. Fuerzas Políticas y Legales

Las Islas Galápagos, a más de las leyes aprobadas por la Presidencia para todo el Ecuador, tienen una Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos.

Dicha ley especial, regula todo lo referente a asentamientos humanos y sus actividades relacionadas como salud, educación, saneamiento y servicios básicos, entre otros; las actividades de conservación y desarrollo sustentable de la provincia de Galápagos y el área que constituye la Reserva Marina de Galápagos.

Según el Art. 47. Autorizaciones de Operación. Los residentes de Galápagos están facultados para levantar infraestructuras turísticas y obtener todos los permisos de ley para ponerlas en funcionamiento. Este aspecto es de vital importancia para el presente proyecto pues una de las autoras del mismo, es residente permanente de las islas.

Los permisos que se deben obtener para la construcción y funcionamiento del presente proyecto son expedidos por el INEFAN basándose en el Art. 47 del Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas y aprobados por el Consejo de Gobierno de Galápagos. Una de las autoras cumple con todos los requisitos solicitados.

“Art. 47. AUTORIZACIONES DE OPERACIÓN

Los usos turísticos en el Parque Nacional Galápagos y Reserva Marina de la provincia de Galápagos, estarán reservados a operadores y armadores que hayan obtenido las autorizaciones expedidas por el INEFAN, de conformidad con el Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas y los Planes de Manejo. En este Reglamento Especial se hará constar el sistema unificado de autorizaciones de operación turística para la provincia de Galápagos.

Los derechos representados en dichas autorizaciones o permisos de operación turística no podrán ser transferidos sino sólo a residentes permanentes”

(LEY DE REGIMEN ESPECIAL PARA LA CONSERVACIÓN Y
DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS,
2008)

Adicionalmente, según el Art. 48 Fomento del Turismo con Participación de la Comunidad Local, del Capítulo II de la Ley Especial de Galápagos, todas las modalidades de operación turística actuales y aquellas que se creen a futuro serán diseñadas para los residentes permanentes, a quienes se les otorgará los respectivos derechos de operación y podrán acogerse a créditos preferenciales, otorgados por el Banco Nacional de Fomento – BNF- y la Corporación Financiera Nacional – CFN -, diseñados para la actividad turística.

**“Art. 48. FOMENTO DEL TURISMO CON PARTICIPACIÓN DE LA
COMUNIDAD LOCAL**

Para efectos de asesorar al Parque Nacional Galápagos y al Ministerio de Turismo, en la planificación y coordinación de las actividades turísticas con participación de la comunidad local, se conforma la Junta Consultiva con instituciones públicas y privadas de la provincia de Galápagos. Su integración y funcionamiento se establecerá en el Reglamento general de Aplicación de esta Ley y en los respectivos Planes de Manejo.

Todas las modalidades de operación turística actuales y aquellas que se crearen a futuro serán diseñadas para los residentes permanentes, a quienes se le otorgará los respectivos derechos de operación turística, siempre y cuando no hayan obtenido patentes o cupos con anterioridad, para lo cual deberán ser calificados por el INEFAN y aprobados por el

Consejo del INGALA y podrán acogerse a créditos preferenciales diseñados para la actividad turística.

Los derechos de operación turística otorgados por el INEFAN con anterioridad a la expedición de esta Ley serán respetados y mantenidos.”

(LEY DE REGIMEN ESPECIAL PARA LA CONSERVACIÓN Y
DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA PROVINCIA DE
GALÁPAGOS, 2008)

En referencia a lo mencionado, es una ventaja que una de las autoras tiene por residencia permanente a la provincia de Galápagos y puede acceder a todos estos beneficios.

2.1.3.5. Fuerzas Sociales

La tendencia ecológica en la actualidad tiene mucha acogida puesto que la preservación del planeta se ha vuelto una obligación para las personas.

“La protección ambiental no puede plantearse como un dilema frente al desarrollo, sino como uno de sus elementos. Un desarrollo sustentable debe promover la conservación de los recursos naturales tales como la tierra, el agua y los recursos genéticos y, a la vez, ser técnicamente apropiado, económicamente viable y socialmente aceptable, de tal manera que permita satisfacer las necesidades crecientes y lograr el desarrollo requerido de un país”.

(RED ECUATORIANA DE CONSULTORES AMBIENTALES
INDEPENDIENTES, 2006)

La Sociedad en general cuida más de su cuerpo, consume productos en su mayoría naturales que no causen impacto en la salud, hace ejercicio regularmente; otro factor que se ha vuelto muy importante en la actualidad es el

reciclaje y la reutilización de recursos, las personas se apegan a la idea de optimizar ciertos productos o alargar la vida útil de los mismos, por ejemplo, no desechando recipientes y ocupándolos por segunda o tercera vez, de ser necesario.

Es por esto que la idea de un hotel ecológico se ajusta a estas tendencias, no por anticiparse a futuros impactos ambientales negativos de acciones humanas, sino por maximizar los beneficios y disminuir los impactos no deseados.

2.1.4. CANALES DE DISTRIBUCION

“Los canales de distribución en el sector turístico para cualquier tipo de empresas se llega a poner a disposición del comprador los bienes y servicios producidos, en las condiciones de lugar, tiempo, forma y cantidad deseada.” (ALCÁZAR, 2002).

Los canales de distribución que se utilizarán para el presente caso servirán de ayuda para hacer llegar la idea de negocio a las personas que visitan Galápagos. Para el presente caso existirán dos canales de distribución: directo y con intermediarios.

2.1.4.1. Canal de Distribución Directo

Los turistas que visitan el archipiélago de Galápagos, a su llegada, en el aeropuerto de Baltra, tendrán a disponibilidad un stand de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., en el cual se brindará información sobre características, disponibilidad y precios, a través de hojas volantes, letreros y trípticos.

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se promocionará de esta manera para los pasajeros que no compren previamente un tour. Así se logra llegar directamente a los pasajeros.

Otra opción para proporcionar información es a través de un convenio con las aerolíneas para adquirir un espacio en las revistas que tienen abordo y publicar información en ellas. Estas revistas se encuentran en la parte delantera de cada asiento y tienen mucha acogida por los turistas.

Finalmente, otra opción es llegar a los huéspedes con información a través de una página web oficial que proporcione datos actualizados y que permita hacer la reservación y compra directamente.

2.1.4.2. Canal de Distribución Por Intermediarios

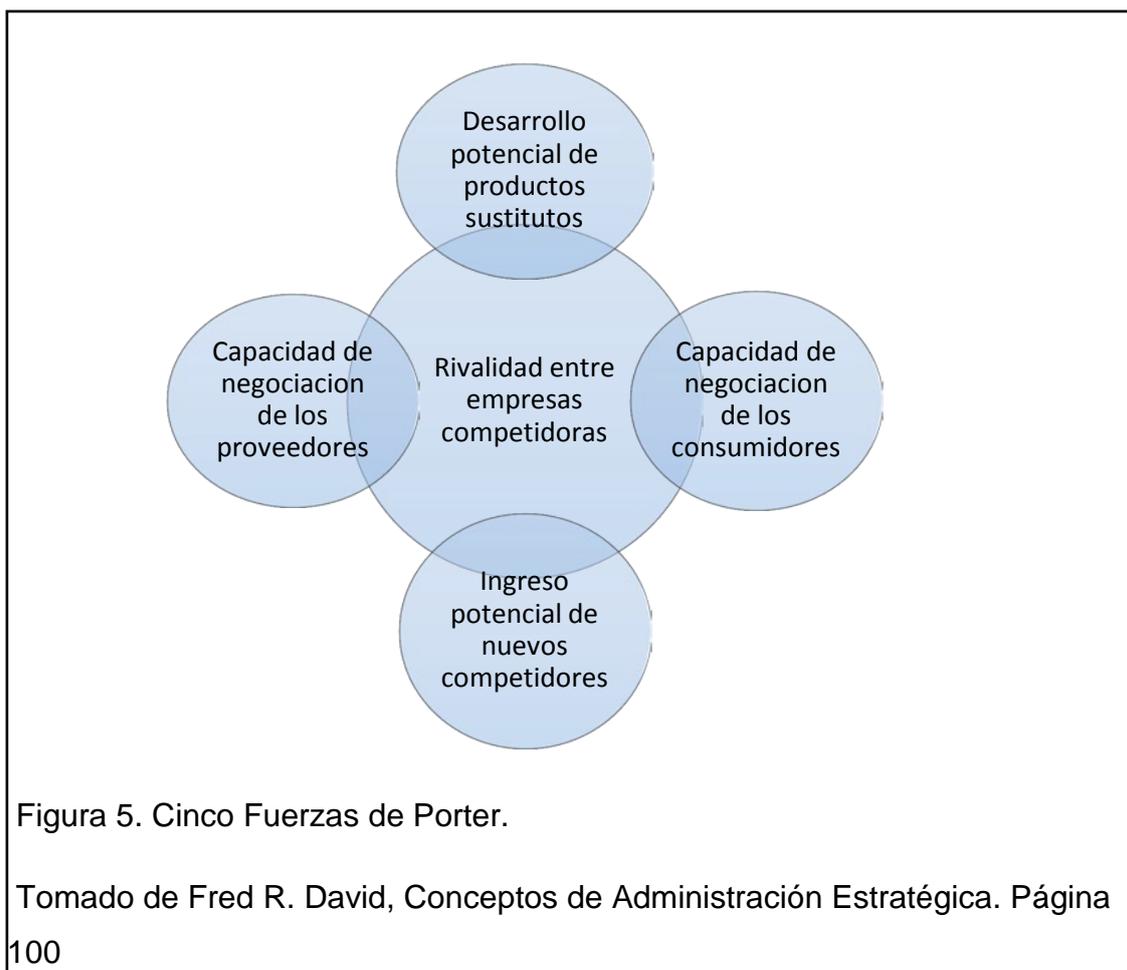
Los turistas contratan una agencia de viajes con el objetivo de que ésta les ayude con todo lo necesario para poder realizar su viaje. La ventaja que tiene este canal de distribución es que cuenta con una planificación adecuada sobre los lugares más atractivos de Galápagos y en particular de Isla Isabela.

Con las agencias de viajes no es necesario establecer un convenio, solamente se realizan visitas para entregar folletos promocionales y tarifas con el fin de que se puedan proporcionar a los turistas. El beneficio que obtienen las agencias es una comisión que se considera en la tarifa de venta al público y se aumenta de acuerdo al porcentaje de ventas anuales.

2.1.5. FUERZAS DE PORTER

“Las 5 fuerzas de Porter, es un modelo que permite analizar cualquier empresa en términos de rentabilidad. Esta herramienta es importante cuando se trata de diagnosticar la situación del conjunto de competidores y de reconocer las habilidades estratégicas de cada empresa, sostenibles a largo plazo.” (KLOTTER, 2004).

Estas 5 fuerzas de Porter, se visualizan de una manera objetiva mediante la siguiente Figura.



2.1.5.1. Desarrollo potencial de productos sustitutos

Los productos sustitutos, para el caso de este Proyecto se tomarán en cuenta a los establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento y otros servicios complementarios dentro de la hotelería. Entre ellos se detallan los siguientes:

- **Cruceros**

Esta modalidad es la que los turistas extranjeros prefieren porque un crucero les da la posibilidad de visitar más islas del archipiélago en lugar de quedarse en una sola visitando solo islas cercanas. Los cruceros tienen una desventaja frente a un hotel, y es el precio puesto que, son muy costosos, por

esta razón los turistas especialmente los nacionales no los consideran como una buena alternativa.

- **Alquiler de Suites**

Mucha gente prefiere tener su privacidad y manejarse sin horario al hacer sus actividades turísticas, por lo que, el alquilar una suite resulta más cómodo a pesar de que los tours diarios y demás visitas no estén incluidas y los turistas deberán realizar las gestiones pertinentes para optar por las agendas turísticas de su interés. Esta actividad turística, podría resultar más costosa al articular los servicios por separado.

- **Hostales y Pensiones**

Estos lugares de alojamiento son más económicos pero tienen servicios limitados, no cuentan muchas veces con baño privado ni mayores comodidades y confort para el huésped.

La amenaza de productos sustitutos es alta porque en el archipiélago de Galápagos existen 71 cruceros navegables autorizados que ofrecen a los visitantes circuitos de visitas muy atractivos y dan la posibilidad de conocer más islas. Sin embargo, ofrecen estos servicios a muy alto precio, lo cual limita el acceso a este servicio. Esta es una ventaja para Paradise EcoHotel Cía. Ltda., pues el servicio de alojamiento se ofrecerá a menor precio que en los cruceros y con las mismas posibilidades de conocer Isla Isabela y otras islas.

Por otro lado, existen también en la isla Isabela, 28 lugares que ofrecen servicio de alojamiento para turistas, entre hoteles, hostales, suites, etc., pero ninguno enfoca su ideología en el tema ecológico y en la preservación del medio ambiente. La ideología, estructura y los diferentes procesos de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., son netamente ecológicos, lo cual abre una nueva expectativa para los extranjeros que visitan Galápagos.

2.1.5.2. Ingreso potencial de nuevos competidores

En cuanto a nuevos competidores, se debe tener en cuenta que la amenaza es constante pues siempre existirán personas naturales o jurídicas que les interese invertir en infraestructura turística en Galápagos, pero no cuentan con los permisos necesarios. Esta es una de las razones por las cuales las grandes cadenas hoteleras no han llegado a Galápagos, pero también porque la Ley Especial ampara a los residentes permanentes y promueve el empleo local.

La tendencia en Isabela es promover el turismo de aventura pero están descuidando la parte hotelera. Es aquí donde el Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tiene una gran oportunidad. Se ofrecerá servicio de alojamiento pero sin dejar de lado la preservación de las islas.

Se marcará una tendencia ecológica e innovadora en los huéspedes que experimentarán durante su estadía charlas y demostraciones de procedimientos de reciclaje, de optimización de energía, de reducción de consumo de agua, entre otros. De esta manera se los hace partícipes de un cuidado responsable del medio ambiente al mismo tiempo que disfrutan de sus vacaciones.

2.1.5.3. Capacidad de negociación de los proveedores

El proveedor, el empresario que suministra productos o servicios en el mercado, cualquiera que sea el título o contrato en virtud de cumplir las entregas solicitadas.

Por lo tanto en lo que se refiere a los proveedores, se definirán los siguientes proveedores:

- **Agencias de viajes**

Las agencias de todo el país y del exterior serán los encargados de promocionar los servicios del Paradise EcoHotel Cía. Ltda., de la misma

manera EcoHotel estará en la obligación de actualizar constantemente información sobre disponibilidad, precios, remodelaciones, políticas, entre otros.

Las agencias de viajes trabajarán en convenio con el EcoHotel y cobrarán una comisión por ventas, la misma que está calculada en el precio de venta de las habitaciones.

- **Amenities**

El EcoHotel trabajará con Amenigraf, proveedores de amenities para las habitaciones, ellos se encargan de enviar la mercadería desde Guayaquil hasta las Islas, el precio que se acordará con ellos incluye ese servicio.

- **Proveedores de Alimentos**

En Guayaquil existen bodegas mayoristas que ofrecen a la venta víveres secos y frescos para abastecimiento de hoteles, en este caso enfocado a Galápagos.

El poder de negociación de proveedores es alto. Para iniciar por las agencias de viajes ya que las personas que realizan ventas deciden si recomiendan o no el EcoHotel a sus turistas.

En cuanto a amenities y proveedores de alimentos también es alto el poder de negociación ya que no existen muchas empresas que dediquen sus actividades a estas ramas.

Estos datos indican que es necesaria una sólida negociación con los proveedores para que Paradise EcoHotel Cía., no sufra desabastecimientos de productos básicos.

2.1.5.4. Capacidad de negociación de los consumidores

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados. A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. (AMAYA, 2005, pág. 41)

El poder de negociación de los clientes, en términos generales, es alto porque existe un número considerable de oferta de servicios hoteleros en Galápagos, que es más alta que la demanda turística, en todas las categorías.

Sin embargo es importante tener en cuenta que, como ya se mencionó, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., según categorización será el primer hotel ecológico que brindará servicios especializados de cuidado del medio ambiente y esto puede tener acogida en el segmento de mercado meta.

Adicionalmente, la tendencia ecológica de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., es muy marcada y por lo general no admitirá la elaboración de procesos o prestación de servicios fuera de su ideología. Con esto se quiere decir que los clientes que se hospeden en Paradise EcoHotel Cía. Ltda., serán, en lo posible, los que tengan la capacidad de incluir el cuidado y preservación de la naturaleza en sus vacaciones.

2.1.5.5. Rivalidad de empresas Competidoras

La rivalidad entre empresas competidoras es una de las temáticas más relevantes a ser analizada. Las estrategias que presente una empresa serán más exitosas cuanto más ventaja competitiva tengan.

Paradise EcoHotel, como ha sido expuesto anteriormente, tiene como principal fortaleza o ventaja competitiva, su ideología ecológica y apego al cuidado y preservación del medio ambiente, tendencia que tiene mayor

relevancia en las islas Galápagos por su condición de Patrimonio Natural de la Humanidad.

En el caso de Paradise EcoHotel, la rivalidad entre empresas competidoras es baja porque solamente existen dos hoteles con ligeras tendencias ecológicas en la Isla Isabela. Esta rivalidad tiende a incrementarse en temporada baja pues los hoteles promocionan sus servicios a través de descuentos y esto hace que los huéspedes tengan mayor facilidad de escoger otro servicio.

2.2. LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE NEGOCIO

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se construirá en la Isla Isabela – Galápagos en un terreno de 4.850 mts² de propiedad de una de las autoras del presente trabajo. El terreno está alejado de la parte poblada de la isla y junto a una laguna natural de flamings, muy típicos de la isla Isabela. El terreno es apto para la construcción del EcoHotel, está debidamente legalizado y con todas las obligaciones tributarias en orden.

La construcción del Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se llevará a cabo, por una parte, con capital propio y por otra con financiamiento de la CFN que brinda apoyo a los residentes de Galápagos mediante créditos accesibles.

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., está dirigido a personas amantes de la naturaleza, con sentido de conservación y preservación del planeta.

2.2.1. ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA

2.2.1.1. Constitución de una compañía de responsabilidad limitada

Para la constitución legal de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., en la Isla Isabela se ha considerado como mejor opción la compañía limitada ya que se ajusta a las necesidades y posibilidades que tienen los socios.

2.2.1.1.1. El Registro Único de Contribuyente (RUC)

Antes de iniciar las actividades comerciales, es necesario que el representante legal realice el trámite en el SRI para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC), instrumento que tiene por función registrar e identificar a las personas naturales o jurídicas que ejercen actividades económicas en el país y que por lo tanto son sujetos de tributación.

2.2.1.1.2. Compañía de Responsabilidad Limitada

Es un tipo de sociedad mercantil. Se constituye con un mínimo de dos personas y pudiendo tener como máximo un número de quince. Como principales ventajas están:

- Cada socio participa directamente en los beneficios.
- La posibilidad de reunir un mayor capital para la empresa.

2.2.1.1.3. Requisitos de la Compañía de Responsabilidad Limitada

2.2.1.1.3.1. Nombre

La empresa tendrá el nombre de **“Paradise EcoHotel Cía. Ltda.”**, y deberá ser aprobada por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

2.2.1.1.3.2. Solicitud de Aprobación

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

2.2.1.1.3.3. Números Mínimo y Máximo de Socios

La compañía se constituirá con dos socios como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse.

2.2.1.1.3.4. Capital Mínimo

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.

En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán valuados por los socios o por los peritos.

2.2.1.1.3.5. Obtención de Licencia Municipal

Es importante mencionar que para la construcción del EcoHotel en la Isla Isabela hay que cumplir con ciertos requerimientos ambientales ya que

Galápagos es considerado un área natural protegida. Por lo que a continuación se detallará los aspectos legales propiamente de esta provincia, según la Ley especial para la Provincia de Galápagos publicada en el R.O N° 278 de 18 de Marzo de 1998 y mediante resolución legislativa es calificada como Ley Orgánica el 8 de Marzo del 2001.

2.2.1.1.3.6. Patente de Operación Turística

En el caso de la provincia de Galápagos estas patentes serán otorgadas por el Parque Nacional de Galápagos.

Como se establece en el Art. 31 se requerirá de una patente para cada operación turística, estas serán otorgadas por las Direcciones Regionales Forestales del Ministerio de Ambiente y la Dirección del Parque Nacional Galápagos, según corresponda.

De acuerdo a lo estipulado en el Art. 89 los pagos por concepto de renovación se realizarán anualmente.

2.2.1.2. Modelo de Minuta

Ver anexo 2.

2.2.2. MISION, VISION Y OBJETIVOS DE PARADISE ECOHOTEL CÍA. LTDA.

2.2.2.1. Misión

“Se entiende por misión el conjunto de creencias sobre lo que debe ser su actividad, en lo que respecta a quién será su mercado y qué bienes o servicios se ofrecerán, cuáles serán los valores y creencias con relación a los consumidores, proveedores y distribuidores y en qué se diferenciará de los competidores”.

(GRANDE, 2005)

Este es uno de los principales lineamientos que la empresa debe establecer en sus inicios. Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tendrá por misión:

“Ser un refugio cómodo, tranquilo y relajante, para los viajeros que vienen con el sueño de conocer las maravillosas islas encantadas de Galápagos, basados en un trabajo en equipo, excelencia y honestidad, con la finalidad de satisfacer hasta las más altas expectativas de los clientes.”

2.2.2.2. Visión

“Lo que aspiramos ser; hacia dónde vamos con nuestro emprendimiento; la promesa hacia nosotros, nuestro personal, nuestro clientes y nuestros proveedores”.

(SPINA, 2006)

“Ser un eco hotel líder y reconocido en el turismo de la Provincia de Galápagos para el año 2017, promoviendo un espacio en el que se conjuguen la tranquilidad, armonía y por sobre todo la belleza de la Isla Isabela respetando la naturaleza y creando conciencia ambiental.”

2.2.2.3. Objetivos

“Los objetivos de una empresa pueden abarcar: los márgenes de utilidad, la participación de mercado, la satisfacción del cliente, el desarrollo de nuevos productos y el tiempo del ciclo”. (GARCÍA & SONGEL, 2004)

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tendrá objetivos puntuales que servirán como indicadores que permitan evaluar la gestión realizada por parte de la administración y a través de estos crear mejoras o soluciones. Entre los principales objetivos están los siguientes:

- Ofrecer un servicio de calidad tanto a turistas extranjeros como nacionales.
- Trabajar siempre bajo la línea de protección al medio ambiente.
- Brindar un trato cordial y respetuoso a todas las personas del EcoHotel refiérase así: clientes internos y externos.
- Cumplir con todas las labores eficiente y eficazmente, tratando siempre de optimizar los recursos y manteniendo el cuidado del ambiente.
- Generar una imagen empresarial destacada en el mercado turístico siempre con miras a mejorar.

Estos objetivos se evaluarán a través del número de clientes satisfechos que tenga el EcoHotel. La satisfacción del cliente se reflejará en los reportes de calidad que deje cada huésped al hacer su check out.

Son los mismos huéspedes los que ayudarán al Paradise EcoHotel Cía. Ltda., a reconocer errores en procesos y servicios y mejorarlos, con el único fin de satisfacer las necesidades de los clientes sin descuidar la tendencia ecológica que tiene la empresa.

2.3. EL SERVICIO

El EcoHotel combina el descanso con la tranquilidad de su cercanía a la belleza natural de las Islas Galápagos.

Las 30 habitaciones serán decoradas con elementos típicos de la región para que los huéspedes conozcan las riquezas naturales del país. Es un hotel

eco-eficiente que ahorra agua, energía y que utiliza productos que son amigables con el ambiente.

El modo operativo de la empresa está basado en el concepto de EcoHotel (un hotel ecológico es un alojamiento ambientalmente responsable que sigue las prácticas de la vida verde), a través del plan de eco-eficiencia el cual consiste en producir más con menos recursos y menos contaminación.

2.3.1. INFRAESTRUCTURA

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se construirá con materiales tales como: madera endémica de Galápagos, barro, corcho, mármol, cemento, éstos entre los principales, así como también cables y pinturas ecológicas.

Las 30 habitaciones tendrán ventilación natural con esto no es necesario el uso de acondicionadores de aire, la iluminación también será natural, excepto en las noches, que se utilizarán lámparas fluorescentes compactas para la iluminación, así como el uso de sensores y/o temporizadores para las áreas que son más empleadas en el establecimiento. Cada habitación tendrá un televisor con tecnología LED, TVCable, servicio WI-FI gratuito, baño privado con sanitarios ecológicos, el agua de la ducha será calentada por paneles solares. Para ahorrar agua las habitaciones estarán equipadas con un cabezal de ducha de bajo flujo, al igual que los inodoros construidos con sistemas que utilizan la menor cantidad de agua posible; y se empleará jabón a granel y productos de aseo (en lugar de las presentaciones de estos productos en embalajes individuales), gracias a dispensadores recargables en los cuartos de baño.

Adicionalmente, el EcoHotel tendrá un salón de conferencias, una sala de lectura, un salón de juegos para niños, un restaurante, un bar donde los pasajeros puedan degustar por las noches de una bebida en un ambiente muy acogedor.

En los exteriores, tendrá huertos ecológicos, donde se cultivarán verduras y frutas, las mismas que se ofrecerán en el menú a los pasajeros. También contará con una piscina para adultos y junto a ésta una para niños.

2.3.2. SERVICIOS

El EcoHotel contará con el servicio de restaurante, proporcionando a las personas una extensa gama de platos propios de la región, los mismos que serán preparados con productos frescos, de buena calidad y orgánicos, cultivados algunos, en el huerto del EcoHotel.

Todos los huéspedes que se hospeden en el Paradise EcoHotel Cía. Ltda. , serán recibidos en el muelle, los que lleguen en barco, y en el aeropuerto, los que se trasladen a la isla Isabela con el servicio de avionetas. Para transportar a los pasajeros al EcoHotel se contratarán taxis, los mismos que brindarán un servicio seguro y eficiente; y serán muy bien seleccionados por la administración del EcoHotel para evitar contratiempos con los huéspedes.

En el EcoHotel los pasajeros serán recibidos con un coctel de bienvenida mientras se asignan las habitaciones.

Adicionalmente, se ofrecerá el servicio de tours para los huéspedes. Estos tours serán proporcionados por operadores turísticos que se dedican a esta actividad. Para esto se realizarán alianzas estratégicas con los dueños de las embarcaciones para garantizar el servicio a los huéspedes.

2.3.3. PERSONAL

Todo el personal del EcoHotel será bilingüe (español – inglés), deberá cuidar su imagen personal y siempre mantendrá un trato cordial con los turistas. Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se caracterizará, entre otras cosas, por la calidad en el servicio que brinden los colaboradores a los huéspedes.

El personal deberá cumplir ciertas características importantes de atención al cliente, ser servicial, tener la capacidad de dar una solución rápida y eficiente a cualquier inconveniente que se pueda presentar. Además de valores como puntualidad, respeto, honestidad, entre otros, para medir el tipo de atención que se está ofreciendo a los clientes, se realizarán evaluaciones periódicas.

El personal será responsable de: atención a las habitaciones, limpieza en general de las instalaciones, atención de restaurante y como complemento brindar información sobre los tours que se pueden realizar o en su defecto, estar en la capacidad de orientar a los pasajeros para que puedan realizar visitas cortas dentro de la misma Isla.

2.4. ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO

Las estrategias a desarrollarse para el ingreso al mercado y crecimiento son las siguientes:

2.4.1. LIDERAZGO EN PRECIOS

Cuando se refiere a liderazgo en precios se habla de una estrategia que se mantenga por un período largo ya que esto garantizará la efectividad de la misma.

Las Islas Galápagos son un mercado dirigido hacia turistas extranjeros por excelencia. En base a esto se considera que la mejor opción de penetración será ubicar el EcoHotel en el mercado con el precio más competitivo. Para determinar esto se tomará en cuenta los precios de la competencia y los costos incurridos al brindar el servicio de alojamiento.

Los precios serán fijados de acuerdo a la capacidad de las habitaciones y por noche, siendo así: habitación sencilla usd. 140.00, habitación doble usd.

180.00 y habitación triple usd. 220.00, los mismos que luego de cubrir costos tendrán un margen de utilidad, esto será ampliamente explicado en el análisis financiero.

Los precios fueron fijados en base al plan financiero de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

Adicionalmente, el EcoHotel ofrecerá descuentos por el número de personas que se hospeden ahí y se determinará un número de personas a partir del cual se concedan gratuidades.

2.4.2. DIFERENCIACION

La infraestructura del EcoHotel será la característica que marque diferenciación ante la competencia. Estas características se detallan a continuación:

- **Construcción Bioclimática**

Permite el aprovechamiento de los recursos naturales disponibles, tales como: sol, vegetación, lluvia y viento, con esto se logrará que el consumo de energía sea mínimo.

Para aprovechar la radiación solar es necesario considerar la ubicación del EcoHotel, lo más aconsejable es que la orientación sea de norte a sur para que el sol mantenga caliente la construcción durante todo el día, pero se debe tener especial cuidado que las áreas del hotel menos utilizadas, como bodegas, lavandería, etc., se encuentren al lado sur y las de mayor afluencia en la zona norte, pues son las que necesitarán mayor luminosidad y ventilación.

El aislamiento térmico es de especial interés para evitar variaciones extremas de temperatura mediante el uso de materiales como vidrio y polietileno expandido o poliuretano en la construcción.

La iluminación natural es la clave para el ahorro de energía eléctrica, se tratará de diseñar amplios ventanales que permitan la entrada de luz natural a todo el EcoHotel.

Los colores de las paredes tanto interiores como exteriores serán claros para beneficiar la entrada de la luz y refrescar el ambiente.

La plantación de árboles, como palmeras, alrededor del EcoHotel permitirá que en época de invierno los vientos no provoquen enfriamiento extremo manteniendo la temperatura adecuada dentro de las instalaciones, y acompañado de gran follaje y decorado con fuentes, plantas de diferentes especies y naturaleza.

Para mantener la ventilación adecuada en épocas de verano, se colocarán ventanas de malla que permitan el ingreso de aire y a su vez sirvan de barrera para que no ingresen insectos.

Es importante recalcar que para llevar a cabo una construcción bioclimática se deben utilizar materiales ecológicos, que en la actualidad son de fácil acceso. Se pueden utilizar, madera, termo arcilla, materiales reciclados, hormigón celular, pinturas de origen mineral, corcho, entre otros.

- **Utilización adecuada del agua de lluvia**

Mediante esta práctica se pretende ahorrar al menos la mitad del consumo de agua de tuberías. Para su recolección se habilitará superficies y canales que conduzcan el agua a un depósito central donde será filtrada y bombeada para destinarla a los diferentes usos, como son: Limpieza, agua para inodoros, lavado de ropa y riego.

- **Creación de un huerto ecológico**

Permite obtener productos saludables, como frutas y vegetales entre los cuales se pueden mencionar: lechuga, papa, zanahoria, albahaca, culantro, perejil, limón, naranja, mandarina, brócoli, tomate de árbol, entre otros, para

ser utilizados en la elaboración de menús orgánicos. Este huerto ecológico tendrá la categorización de “sello verde”, es decir no se empleará el uso de plaguicidas y fertilizantes químicos, sino únicamente fertilizantes naturales resultante de la lombricultura.

- **Desechos sólidos**

Este es un tema muy importante en Galápagos por tratarse de una reserva ecológica. En el EcoHotel se pondrán contenedores diferenciados para separar los desechos, contenedores verdes para desechos orgánicos, azul para papel, amarillo para envases metálicos, plástico, y un contenedor para pilas o baterías. Estos desechos son recolectados y llevados al centro de reciclaje Fabricio Valverde en Santa Cruz, donde son procesados y reutilizados.

- **Vinculación con la Comunidad**

Parte de las ganancias, serán destinadas a obras comunitarias (mejoramiento vial, centro de salud, centro educativo, etc.) cercanos a la ubicación del EcoHotel, proporcionando experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones al incentivar el principio de ayuda al prójimo.

- **Charlas de capacitación ecológica al personal del EcoHotel y turistas**

Si bien es cierto el mundo actual está siguiendo las tendencias ecológicas, es necesario educar al personal del EcoHotel sobre los procedimientos que en éste se practican para la optimización de los recursos naturales, para que los procesos sean cumplidos a cabalidad. Esta capacitación será mediante charlas, reuniones periódicas, elaboración de un manual de procedimientos interno, evaluaciones y material informativo colocado en todo el EcoHotel.

A los turistas también es necesario capacitarlos para que puedan poner en práctica estos procedimientos en sus países de origen y contribuyan a implementar una ética ecológica que se expanda a nivel mundial. Se utilizarán focos ahorradores en todo el EcoHotel, así como también sensores de luz, para las noches únicamente, con la finalidad de ahorrar al máximo la energía eléctrica.

- **Uso de papel reciclado para el material publicitario y administrativo.**
- **Se instalarán dispensadores recargables**

De shampoo, jabón, gel desinfectante en todas las habitaciones y áreas sociales del EcoHotel, con el fin de no utilizar envases pequeños para cada habitación y huésped.

- **Ahorrar agua para el lavado**

Las sábanas y toallas serán cambiadas en ciclos de 2 días

- **Se instalarán inodoros ecológicos**

Permite optimizar el consumo de agua de acuerdo a cada necesidad.

- **Se utilizarán productos biodegradables para la limpieza**

Que puedan desintegrarse en poco tiempo y causen el menor impacto ambiental posible, tales como: jabones, detergentes, desinfectantes, etc.

- **Alianzas estratégicas con guías y operadores turísticos de la localidad**

Con el fin de que los huéspedes puedan realizar actividades ecológicas como las mencionadas en el Capítulo I, Antecedentes.

- **Incentivos a iniciativas ecológicas**

Incentivar a los empleados y huéspedes a participar en iniciativas ecológicas, desde una simple plantación de un árbol hasta hacer un “pacto” con ellos para ayudar a conservar los recursos, involucrando a los clientes a que se sumen al programa “Tome una ducha corta” o “Apague todas las luces durante el día”, o también programas de “Ahorre con el Pack verde”; ofreciendo a los huéspedes paquetes especiales que incluyan descuentos en la habitación o en el restaurante por el uso o consumo de productos orgánicos durante su estadía.

- **Servicio de alquiler de bicicletas**

Se implementará el Servicio de alquiler de bicicletas con una oferta especial para que los huéspedes recorran la localidad.

- **Difusión de cuidados ambientales**

Al promover el ecoturismo en la isla Isabela también se generan oportunidades económicas que aportan con el cuidado y conservación de las áreas naturales y comunidades locales, sin causar daño o cambio alguno hacia su integridad.

En cuanto al tamaño del negocio el Eco-Hotel contará con 30 habitaciones las cuales se encontraran decoradas con artesanía típicas del sector con el objetivo de que los huéspedes conozcan las riquezas naturales de la zona.

Adicionalmente, el know how es uno de los elementos imprescindibles en una empresa ya que de esto depende en gran parte del éxito de ella. Una de las principales fortalezas es que los autores que van a emprender el proyecto cuentan con una vasta experiencia en el ámbito turístico y empresarial.

Pese a que las Islas Galápagos son consideradas a nivel mundial como Patrimonio Natural, así como también un área protegida, no cuentan con Hoteles Ecológicos que disminuyan el daño ambiental y contribuyan a la conservación de especies endémicas de las islas.

En base a esta particularidad, el principio más importante de EcoHotel es convivir amigablemente con el medio ambiente para así poder conservarlo, para lo cual se gestionará el certificado que acredite que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., cumple con las leyes ecológicas. Algunas de estas Ecoetiquetas son ISO, EMAS o Ecolabel europeo.

2.4.3. CONVENIOS Y ESTRATEGIAS

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., utilizará varias herramientas para introducirse al mercado, las mismas que se detallan a continuación:

- Página Web, donde estará información relevante sobre las instalaciones y servicios del EcoHotel, así como también tarifas, fotografías, información sobre Galápagos, tarifas aéreas, guía de restaurantes y centros de diversión, entre otros. Esta página web estará disponible en varios idiomas tales como: español, inglés, francés, alemán, italiano y portugués. La página web será difundida a través de las redes sociales Facebook y Twitter y será una herramienta muy útil pues los interesados podrán reservar y pagar directamente con su tarjeta de crédito. Se propiciarán alianzas con sitios web reconocidos a nivel mundial para reservación de hoteles y demás servicios turísticos. Éstos son: hoteles.com, despegar.com y tripadvisor; son motores de búsqueda muy avanzados y de fácil acceso a nivel mundial.
- Distribución de folletería a nivel nacional. Se asignará parte del personal que realice visitas periódicas a todas las agencias de viajes a nivel nacional, con el fin de entregar publicidad impresa

del EcoHotel para que a su vez las agencias vendan este servicio a sus clientes a cambio de una comisión.

- Participación en ferias de turismo nacional e internacional, en las cuales se creen nuevas alianzas estratégicas con agencias de viajes y posibles clientes que visiten el Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

2.4.4. RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se comprometerá al cuidado del medio ambiente y la preservación de las especies que habitan en Isla Isabela.

Al ser consideradas las Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad, la responsabilidad de la empresa es alinearse a este parámetro y brindar un servicio eco-eficiente, educando de esta manera a los huéspedes para que esta tendencia ecológica sea transmitida y practicada alrededor del mundo.

2.5. ANALISIS FODA

Fortalezas.

- Amplia experiencia en el manejo de hoteles y agencia de viajes.
- Uno de los autores del proyecto es colono de Galápagos, por lo cual la obtención de permisos de construcción y funcionamiento serán otorgados sin inconveniente alguno.
- Tendencia a salvaguardar los recursos naturales.
- Infraestructura innovadora y políticas de conservación que otros hoteles no tienen.
- Ubicación estratégica, cerca de atracciones naturales de la isla.
- Conocimiento total de la geografía de la provincia de Galápagos.

Oportunidades.

- Archipiélago de Galápagos es considerado patrimonio natural de la humanidad, factor que influye para atraer más turistas.
- Apoyo del Gobierno con acceso a préstamos para los residentes permanentes de Galápagos que se interesen en construir proyectos turísticos.
- Personal nativo de Galápagos, capacitado y con experiencia en Hotelería y Turismo.
- Tendencia ecológica de las personas.
- Carencia de hoteles con Infraestructura Ecológica en la Provincia de Galápagos

Debilidades.

- Ser un hotel temático, el ámbito ecológico no es aceptado por todo el mundo, habrá huéspedes que prefieran hoteles de otras características
- Paradise EcoHotel Cía. Ltda., estará ubicado en la Isla Isabela donde no existe un aeropuerto al cual lleguen vuelos de Ecuador continental
- El número de habitaciones, en relación a unos hoteles que posee Isabela, es menor.

Amenazas.

- Inestabilidad política y económica del país.
- Las islas por su condición geográfica están expuestas a desastres naturales, principalmente erupciones y tsunamis.
- Alza de impuestos de entrada al archipiélago.

- Temporadas bajas.
- Presencia de otros hoteles en Isla Isabela

2.5.1. MATRIZ FODA

Tabla 3. MATRIZ FODA

		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
INTERIOR	F1	Amplia experiencia en el manejo de hoteles y agencia de viajes.	D1	Ser un hotel temático, el ámbito ecológico no es aceptado por todo el mundo, habrá huéspedes que prefieran hoteles de otras características	
	F2	Uno de los autores del proyecto es colono de Galápagos, por lo cual la obtención de permisos de construcción y funcionamiento serán otorgados sin inconveniente alguno.	D2	Paradise EcoHotel Cía. Ltda. Cía. Ltda. estará ubicado en Isla Isabela donde no existe un aeropuerto al cual lleguen vuelos de Ecuador continental	
	F3	Tendencia a salvaguardar los recursos naturales	D3	El número de habitaciones, en relación a unos hoteles que posee Isabela, es menor.	
	F4	Infraestructura innovadora y políticas de conservación que otros hoteles no tienen.			
	F5	Personal nativo de Galápagos, capacitado y con experiencia en Hotelería y Turismo.			
	F6	Ubicación estratégica, cerca de atracciones naturales de la isla.			
	F7	Conocimiento total de la geografía de la provincia de Galápagos			
EXTERIOR	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		
	O1	Archipiélago de Galápagos es considerado patrimonio natural de la humanidad, factor que influye para atraer más turistas.	A1	Inestabilidad política y económica del país.	

O2	Apoyo del Gobierno con acceso a préstamos para los residentes permanentes de Galápagos que se interesen en construir proyectos turísticos.	A2	Las islas por su condición geográfica están expuestas a desastres naturales, principalmente erupciones y tsunamis
O3	Personal nativo de Galápagos, capacitado y con experiencia en Hotelería y Turismo.	A3	Alza de impuestos de entrada al archipiélago.
O4	Tendencia ecológica de las personas.	A4	Temporadas bajas
O5	Carencia de hoteles con Infraestructura Ecológica en la Provincia de Galápagos	A5	Presencia de otros hoteles en Isla Isabela

Tabla 4. MATRIZ FODA - ANALISIS ESTRATEGICO

		FACTORES INTERNOS	
		FO (MAXI - MAXI) Estrategia para maximizar tanto las F como las O.	DO (MINI - MAXI) Estrategia para minimizar las D y maximizar las O
EXTERIOR	Capacitar y Evaluar periódicamente a los colaboradores del EcoHotel (F5,O2,O3)		Promover y mantener la ideología ecológica del EcoHotel, aprovechando que la tendencia está dirigida hacia el cuidado medioambiental (D1,D3,O1,04,05)
		FA (MAXI - MINI) Estrategia para fortalecer las F y minimizar las A	DA (MINI - MINI) Estrategia para minimizar tanto las A como las D
	Generar un proceso de promoción y difusión del hotel respetando los mapas de riesgos existentes en Galápagos (A5,A2,F3,F4)		Mantener un servicio de calidad y un precio acorde al tipo de servicio brindado. (D1,A2,A5)

En la Tabla 4., se han expuesto algunas de las estrategias que se ejecutarán en Paradise EcoHotel Cía. Ltda., las mismas que serán detalladas en el Capítulo 4.

A su vez, se ha realizado la Matriz de Evaluación de los Factores Internos y Externos (EFI / EFE) con el fin de conocer si las estrategias antes establecidas van acorde a las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas que fueron planteados en el FODA. A continuación se detallará la Matriz EFI en la Tabla 5.

Tabla 5. MATRIZ EFI

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fortalezas			
Amplia experiencia en el manejo de hoteles y agencias de viajes	0,06	4	0,24
Un accionista es colono	0,4	4	1,6
Tendencia a salvaguardar los recursos naturales	0,2	3	0,6
Infraestructura innovadora y políticas de conservación	0,04	4	0,16
Personal capacitado y con experiencia	0,02	3	0,06
Ubicación estratégica	0,05	4	0,2
Conocimiento total de la geografía de la provincia	0,01	3	0,03
Debilidades			
Ser un hotel temático, el ámbito ecológico no es aceptado por todos	0,08	1	0,08
Falta de un aeropuerto en la isla	0,1	1	0,1
Número de habitaciones menor a otros hoteles	0,04	2	0,08
Total	1		3,15

Nota: Para su calificación Debilidad mayor =1, Debilidad menor = 2, Fuerza menor = 3, Fuerza mayor = 4.

De acuerdo a los resultados planteados en la Matriz EFI, las fortalezas de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., son mayores a las debilidades, lo que se demuestra en el total de 3,15. Si el total fuese menor a 2,5, las debilidades fueran mayores haciendo que el proyecto replantee sus estrategias.

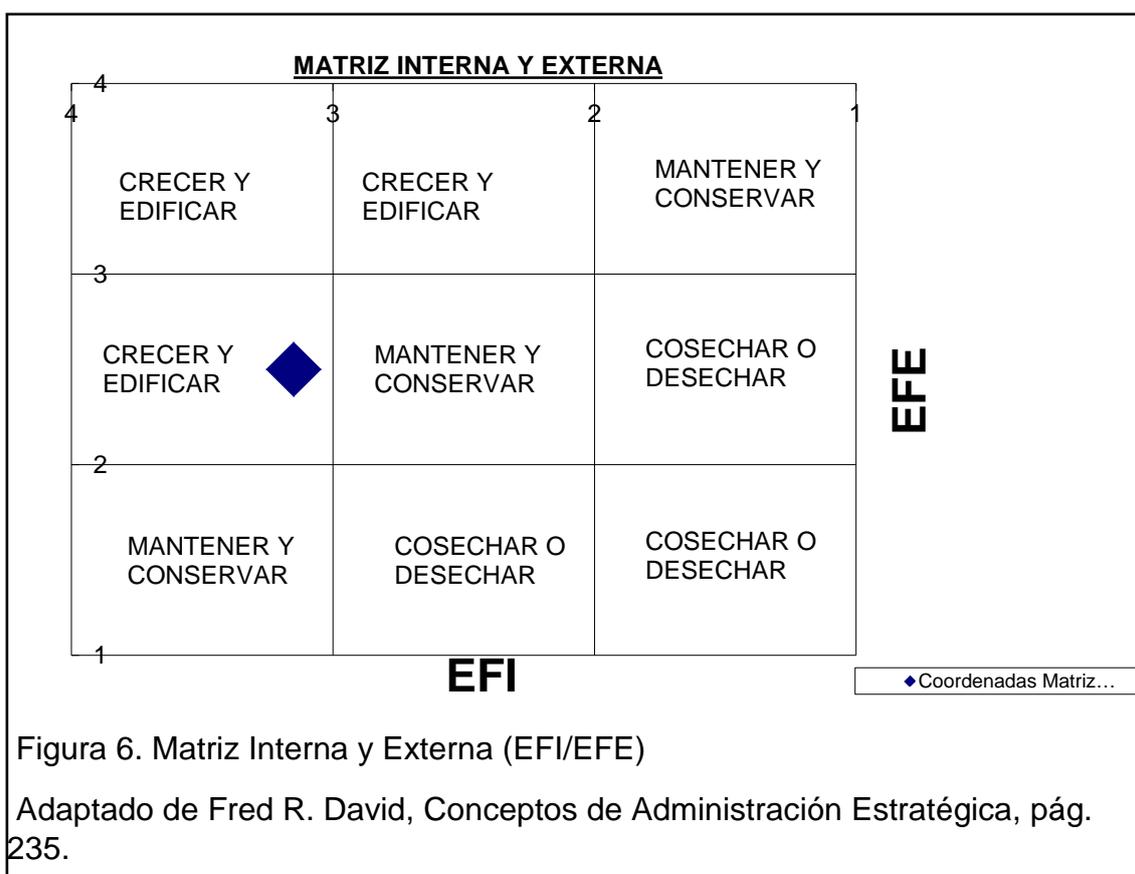
En la tabla a continuación se demostrará las oportunidades y amenazas, como factores externos de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

Tabla 6. MATRIZ EFE

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
Oportunidades			
El archipiélago es considerado patrimonio natural de la humanidad, lo que atrae más turistas.	0,17	4	0,68
Apoyo gubernamental para residentes permanentes en desarrollo de proyectos turísticos	0,12	4	0,48
Tendencia ecológica de las personas	0,15	3	0,45
Carencia de hoteles con infraestructura ecológica	0,08	3	0,24
Amenazas			
Inestabilidad política y económica	0,1	2	0,2
Las islas por su condición geográfica, están expuestas a desastres naturales	0,12	1	0,12
Alza de impuestos de entrada al archipiélago	0,12	1	0,12
Temporadas bajas	0,07	1	0,07
Presencia de otros hoteles	0,07	2	0,14
Total	1		2,5

Nota: Para su calificación Debilidad mayor =1, Debilidad menor = 2, Fuerza menor = 3, Fuerza mayor = 4.

De acuerdo al resultado obtenido en la Matriz EFE, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se encuentra en el límite con 2,5 como total, es decir, que entre las oportunidades y amenazas hay un equilibrio ya que las oportunidades no son mayores a las amenazas, y por su parte las amenazas no pueden llegar a afectar directamente. Sin embargo, si se llegara a presentar una oportunidad o amenaza más se corre el riesgo de que se desestabilice.



Como resultado de la Matriz Interna y Externa, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se encuentra sobre el promedio de 2,5 teniendo que en el ambiente interno las fortalezas son mayores a las debilidades y en el ambiente externo las oportunidades y amenazas están en un equilibrio, teniendo como riesgo que cualquiera de los dos factores puede alterar el equilibrio obtenido. Dado esto, el proyecto se encuentra en un periodo de crecer y edificar.

Con el fin de conocer si las estrategias establecidas para direccionar la empresa son conservadoras, agresivas, defensivas o competitivas, se ha realizado la siguiente Matriz Space.

TABLA 7. MATRIZ SPACE

VARIABLES A EVALUAR	
FUERZAS FINANCIERAS	VALOR
Solvencia	3
Apalancamiento	4

Liquidez	3
Capital de Trabajo	5
Riesgos Implícitos del Negocio	4
Flujos de Efectivo	3
PROMEDIO	3,7
FUERZAS DE LA INDUSTRIA	VALOR
Abundancia, diversidad de insumos y proveedores	2
Potencial de Crecimiento	4
Conocimientos Tecnológicos	4
Productividad, aprovechamiento de la capacidad	5
Demanda	6
Regulaciones del sector	5
PROMEDIO	4,33
VENTAJAS COMPETITIVAS	VALOR
Participación en el mercado	-2
Calidad del servicio	-2
Lealtad de los clientes	-2
Control sobre proveedores y distribuidores	-4
Utilización de la capacidad competitiva	-3
PROMEDIO	-2,6
ESTABILIDAD DEL AMBIENTE	VALOR
Cambios tecnológicos	-3
Tasa de Inflación	-3
Variabilidad de la demanda	-2
Presión competitiva	-3
Estabilidad política y social	-5
PROMEDIO	-3,2

Nota: Financieras y Fuerzas de la Industria valor numérico +1 (mejor) y +6 (peor). Competitivas y Ambiente -1(mejor) y - 6 (peor)

Adaptado de Fred R. David, Conceptos de Administración Estratégica, pág. 235.

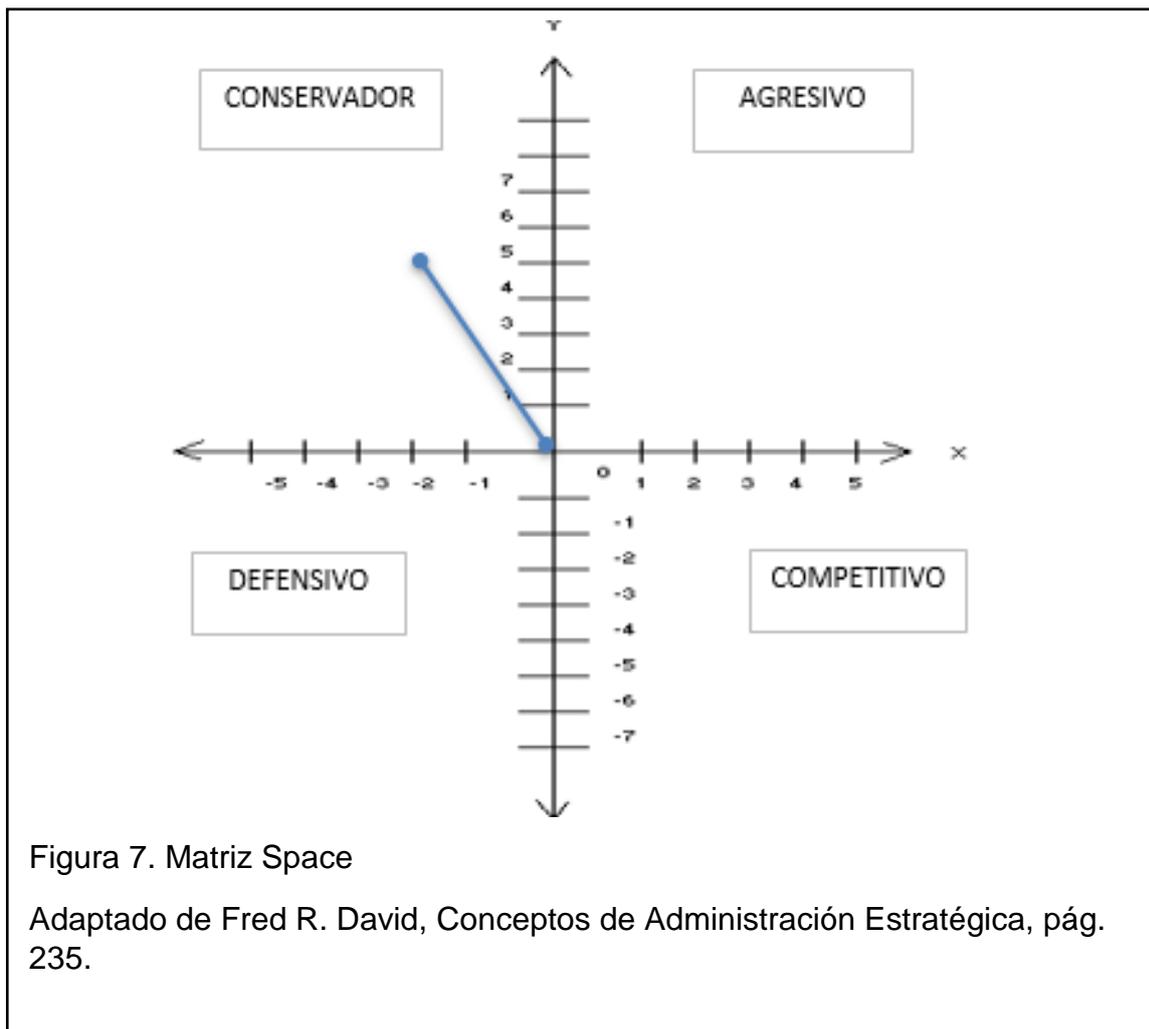


Figura 7. Matriz Space

Adaptado de Fred R. David, *Conceptos de Administración Estratégica*, pág. 235.

De acuerdo a los resultados, Paradise EcoHotel Cía. Ltda. tiene estrategias conservadoras, lo cual va acorde a las fortalezas que se demuestran en las matrices anteriores, ya que al ser el primer proyecto ecológico en adecuarse en Isabela, indica que se debe proceder paso a paso en lugar de tener estrategias agresivas, competitivas o defensivas.

CAPITULO III

INVESTIGACION DE MERCADOS Y SU ANALISIS

3.1. MERCADO RELEVANTE Y MERCADO POTENCIAL

Dentro del mercado relevante se encuentran personas extranjeras, principalmente aquellos que provengan de Europa y Norteamérica que oscilan entre 35 a 65 años.

Se ha enfocado en un público adulto que disfrute de ambientes naturales y ecológicos, principalmente que gusten de climas cálidos, animales silvestres, actividades acuáticas y terrestres como caminatas, snorkel, buceo profesional, ciclismo, pesca vivencial, surf, kayaking, entre otros.

Son actividades que las puede realizar tanto un joven como un adulto mayor, ya que no se requiere de un profesionalismo, al contrario, todo depende de gustos y preferencias de la persona, y principalmente de capacidad física para poder ejecutarlas.

De acuerdo al rango de edades la mayoría de personas que visitan las Islas Galápagos se encuentran entre los 22 y 28 años, en la gráfica inferior, se puede concluir que desde los 43 hasta los 56 años la entrada de los turistas no varía, se mantiene en el mismo porcentaje, mientras que su diferencia se enfoca en personas desde los 30 años hasta los 70 aproximadamente.

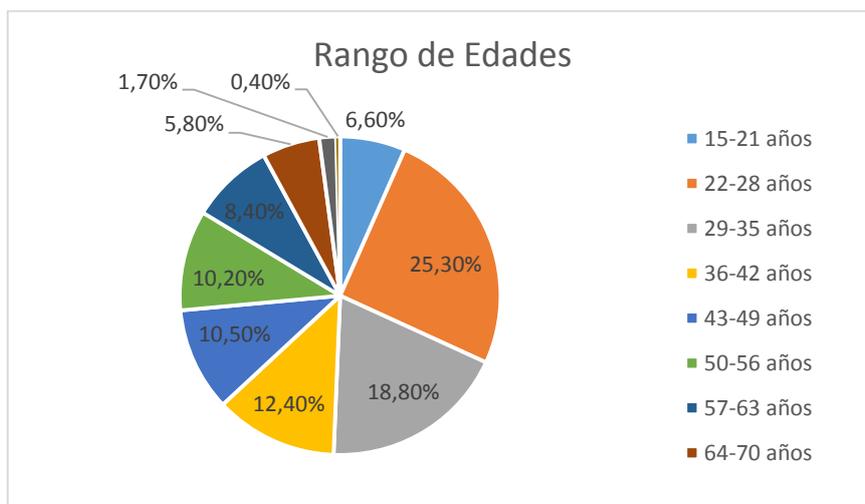


Figura 8. Rango de Edades

Tomado de Observatorio de Turismo Galápagos, Junio – Septiembre 2011

En lo que se refiere a la procedencia de los turistas, alrededor del 31% provienen de Europa y el 28.1% pertenecen a Estados Unidos, como lo demuestra la siguiente Figura.

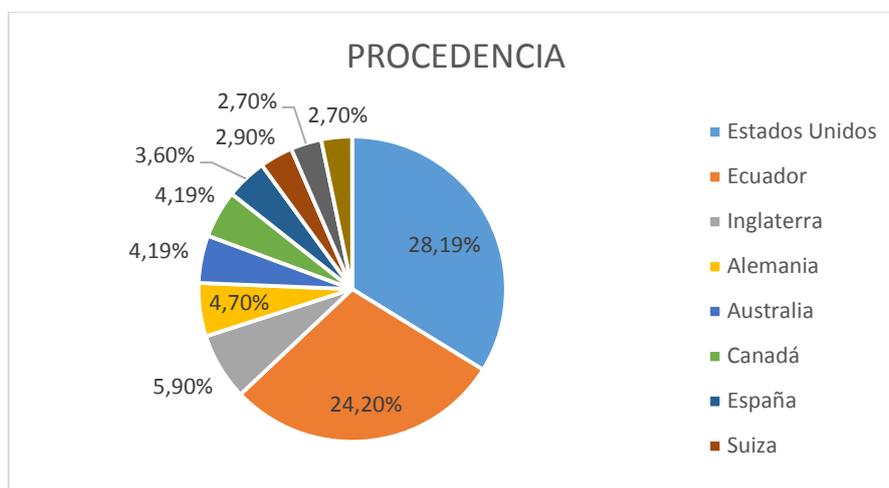


Figura 9. Procedencia de Turistas.

Tomado de Observatorio de Turismo Galápagos, Junio – Septiembre 2011

Esto beneficia al proyecto de la creación del EcoHotel, porque está enfocado justamente en ellos, además de que su nivel de ingresos es alto por su coste de vida, haciendo que las Islas Galápagos se encuentre dentro de su presupuesto vacacional.

3.1.1. MERCADO OBJETIVO

De acuerdo a los datos proporcionados por el Ministerio de Turismo en el año 2011, encuestas y entrevista a expertos, el mercado objetivo para la realización de este proyecto son personas extranjeras de 35 a 65 años, provenientes de Europa y Estados Unidos que suelen viajar solos o en familia, al mencionar familia se encuentran parejas también, que gustan de actividades que están directamente relacionadas con la naturaleza.

Cabe mencionar, que dentro del mercado objetivo están personas de clase media alta y clase alta, que tengan un buen nivel de ingresos ya que Galápagos al ser un Patrimonio Natural reconocido a nivel mundial, es uno de los lugares más caros para vacacionar dentro de la República del Ecuador, por lo que los gastos dentro de las distintas Islas son elevados en comparación al resto del país.

De acuerdo al Informe Anual de visitantes que ingresaron a las áreas protegidas de Galápagos 2013 publicado por el Parque Nacional Galápagos a través de su página web, se puede cuantificar el mercado meta de Paradise EcoHotel bajo los siguientes parámetros.

El número total de turistas que ingresaron a las islas Galápagos en el año 2013 es 204.395, de los cuales el 65% (132.119) son extranjeros. Considerando que el segmento de mercado al cual está dirigido Paradise EcoHotel es a turistas extranjeros originarios de Estados Unidos y Europa con un rango de edades de 35 a 65 años; la cifra que se utiliza será el número de extranjeros que visitan las Islas Galápagos.

De los 132.119 turistas extranjeros el 29,11% (38.460) provienen de Estados Unidos y el 25% (33.030) de Europa. Por lo tanto el 54.11% (71.490) de turistas extranjeros pertenecen al segmento objetivo definido en cuanto a nacionalidad.

Del 54.11% de turistas extranjeros provenientes de Estados Unidos y Europa, el 22.73% (16.250) prefieren alojamiento en tierra (hoteles).

Del 22.73% de turistas extranjeros que prefieren hospedarse en un hotel el 66,34% tienen un rango de edad entre 35 y 65 años. Por lo tanto 10.780 turistas extranjeros se encuentran en este segmento.

El mercado meta de Paradise EcoHotel, utilizando los parámetros definidos en la segmentación de mercado, es de 10.780 turistas extranjeros al año.

3.2. TAMAÑO DEL MERCADO Y TENDENCIAS

Dado que el mercado objetivo son los extranjeros provenientes de Estados Unidos y Europa, de acuerdo a la Tabla 8., se tiene una tendencia positiva creciente en el ingreso de ellos hacia el Ecuador.

Tabla 8. LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES

Llegadas de turistas internacionales (millones)							
	2000	2005	2010	2011	2012	2012 (%)	Var (%) 2012/2011
MUNDO	678	805	952	996	1035	100	3,8
Economías avanzadas	422	461	507	530	550	53,1	3,6
Economías emergentes	256	344	445	466	485	46,9	4,1
Europa	389,4	447,0	487,5	517,5	534,8	51,7	3,3

Europa del Norte	47,8	62,4	63,8	64,8	65,1	6,3	0,4
Europa Occidental	139,7	141,7	154,3	161,0	165,8	16,0	3,0
Eur. Central / Oriental	69,3	90,4	95,9	105,3	113,7	11,0	8,0
Eur.Meridional/Medit.	132,6	152,5	173,5	186,4	190,2	18,4	2,0
- de los cuales UE - 27	328,1	358,1	372,0	390,9	400,1	38,7	2,3
Asia y el Pacífico	110,1	153,6	205,1	218,1	232,9	22,5	6,80
Asia del Nordeste	58,3	85,9	111,5	115,8	122,8	11,9	6,0
Asia del Sudeste	36,1	48,5	70,0	77,3	84,0	8,1	8,7
Oceanía	9,6	11,0	11,6	11,7	12,1	1,2	4,0
Asia Meridional	6,1	8,1	12,0	13,4	14,0	1,4	4,4
Américas	128,2	133,3	150,3	156,3	162,1	15,7	3,7
América del Norte	91,5	89,9	99,3	102,1	105,6	10,2	3,4
El Caribe	17,1	18,8	19,5	20,1	20,9	2,0	4,0
América Central	4,3	6,3	7,9	8,3	8,8	0,8	6,0
América del Sur	15,3	18,3	23,6	25,8	26,9	2,6	4,2
África	26,2	34,8	49,8	49,2	52,3	5,1	6,3
África del Norte	10,2	13,9	18,8	17,1	18,5	1,8	8,7
África Subsahariana	16,0	20,9	31,0	32,2	33,8	3,3	5,0
Oriente Medio	24,1	36,3	59,2	55,3	52,6	5,1	-4,9

Tomado de: Ministerio de Turismo, Estadísticas Turísticas, Publicaciones Febrero 2013

La variación entre el año 2011 y 2012 confirman que la tendencia de entrada de americanos y europeos es positiva, por lo que se puede asumir que para el año 2013, la llegada de ellos aumentará.

Es importante tomar en cuenta el ingreso de ellos, ya que de acuerdo a la entrevista realizada a la Fundadora del Hotel Ninfa, Sra. Lidia Cobos, se requiere como mínimo alrededor de \$1300 dólares para un promedio de 5 días, lo cual influye en la decisión de visitar o no las Islas Galápagos.

Los \$1300 dólares, se encuentran desglosados en: \$800 para un tour con boleto incluido y \$500 para gastos extras, dependiendo del turista. En caso

de que no quisieran con paquete, se necesita alrededor de \$500 dólares más, porque no es seguro que encuentren un hotel económico dónde hospedarse.

Según investigaciones por parte del Ministerio de Turismo, el gasto turístico por persona en Galápagos, sin tomar en cuenta el transporte de llegada y salida del Ecuador y la tasa de ingreso al Parque Nacional Galápagos se encuentra en un promedio de \$1807,41.

Si se incluye el pasaje de ida y vuelta a Ecuador más la tasa de ingreso al parque el 42% de los visitantes gasta menos de \$1000 dólares, seguido del 33,1% que gasta de \$1000 a \$ 2.499, la diferencia gasta de \$2.500 en adelante.

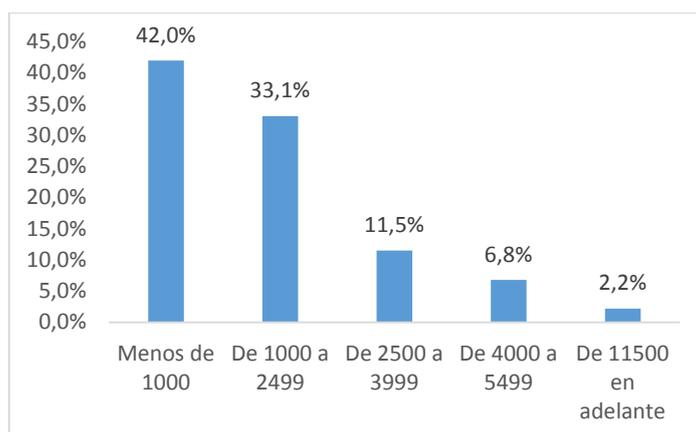


Figura 10. Gasto Total por Rango.

Tomado de Observatorio de Turismo Galápagos, Junio – Septiembre 2011

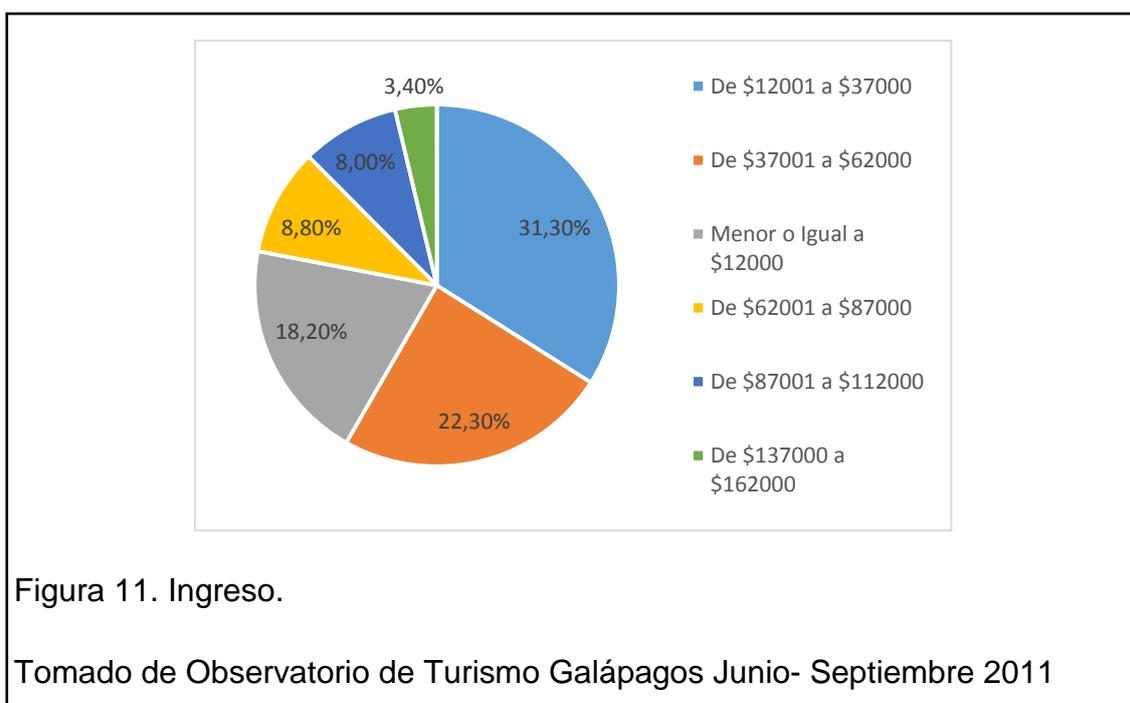
Según el Observatorio de Turismo de Galápagos, el 64,20% de turistas prefieren viajar con Paquetes Turísticos y la diferencia, el 35,80%, prefieren viajar por su cuenta y realizar su itinerario independientemente en Galápagos. (Ministerio de Turismo, 2011)

Cabe mencionar que los servicios por separado siempre son más costosos que en paquete, porque para elaborar las tarifas de paquete se toman

en cuenta tarifas internas que son menores, por lo que les resulta más conveniente. (Sra. Lidia Cobos- Fundadora Hotel Ninfa)

Para conocer la frecuencia de visitas turísticas a las Islas, es necesario analizar su nivel de ingresos, ya que según los ingresos que tenga el extranjero se puede conocer si se encuentra en capacidad de vacacionar en las Islas Galápagos.

El promedio del ingreso anual de un turista es de \$60,553.10, de los cuales el 31,3% tiene un ingreso entre \$12001 y \$37000 por año, y el 18,2%, \$12000 o menos. (Ministerio de Turismo,2011)



Los norteamericanos y europeos al tener un costo de vida más alto, tienen ingresos elevados, lo que les da capacidad de visitar las Islas Galápagos, ya sea con paquete o sin paquete turístico. Al tener mayores ingresos de extranjeros, aumentan las probabilidades de que visiten Paradise EcoHotel Cía. Ltda. Cía. Ltda., por la alta demanda de turismo que se daría dentro de las islas.

Por otro lado, no solo es importante saber los ingresos anuales del turista, también hay que tomar en cuenta el gasto turístico que se necesita porque existen más lugares de consumo como supermercados, ropa, artesanías, restaurantes que atraen la atención del turista.

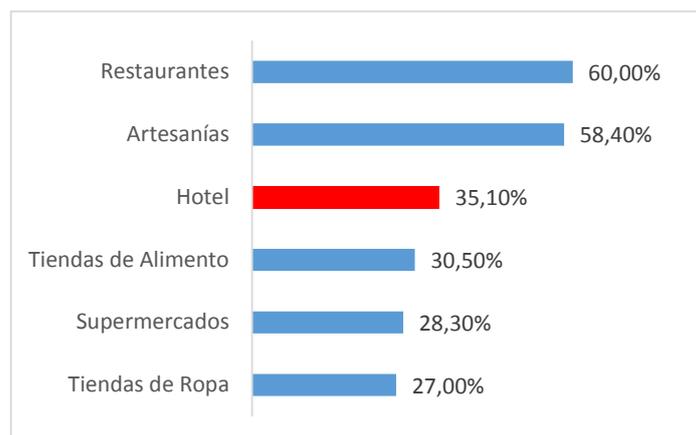


Figura 12. Gasto Turístico.

Tomado de Observatorio de Turismo Galápagos, Junio - Septiembre 2011

Entre los consumos más recurrentes dentro de Galápagos, se encuentra restaurantes con un 60%, seguido de artesanías con el 58,4% y hoteles en tercer lugar con el 31,5%. (Ministerio de Turismo, 2011)

El gasto turístico no solo se enfoca en el paquete turístico, para aquellos que no compran en paquete, el gasto más fuerte tiende a ser en comida, sin dejar de lado los hospedajes y souvenirs.

En cuanto a las fuentes de información que los extranjeros utilizan antes de visitar las Islas Galápagos, las más frecuentes son: guías turísticas, agencias de viajes, páginas de internet, familiares o amigos que ya hayan visitado o documentales existentes.

Generalmente, se suele consultar a dos fuentes de información por lo menos para obtener la información necesaria.

Datos del Ministerio de Turismo, indican que el Internet es la mayor fuente de información utilizada con un 70,5%, seguido de agencias de viajes con el 48,7%, familiares o amigos el 40,7%, guías turísticas 20,8% y documentales con el 14,3%.

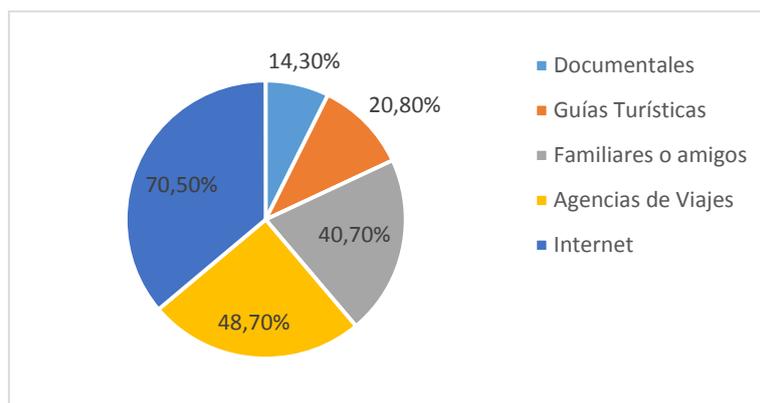


Figura 13. Fuentes de Información.

Tomado de Observatorio de Turismo Galápagos, Junio - Septiembre 2011

El internet al ser hoy uno de los medios más frecuentados por extranjeros, es una gran ventaja para Paradise EcoHotel Cía. Ltda., ya que no solo tendrá su propia página web disponible, sino que, a la vez se tendrá alianzas comerciales con agencias de viajes que permitirán dar a conocer a Paradise EcoHotel Cía. Ltda., dentro de los paquetes turísticos que las empresas estructuren.

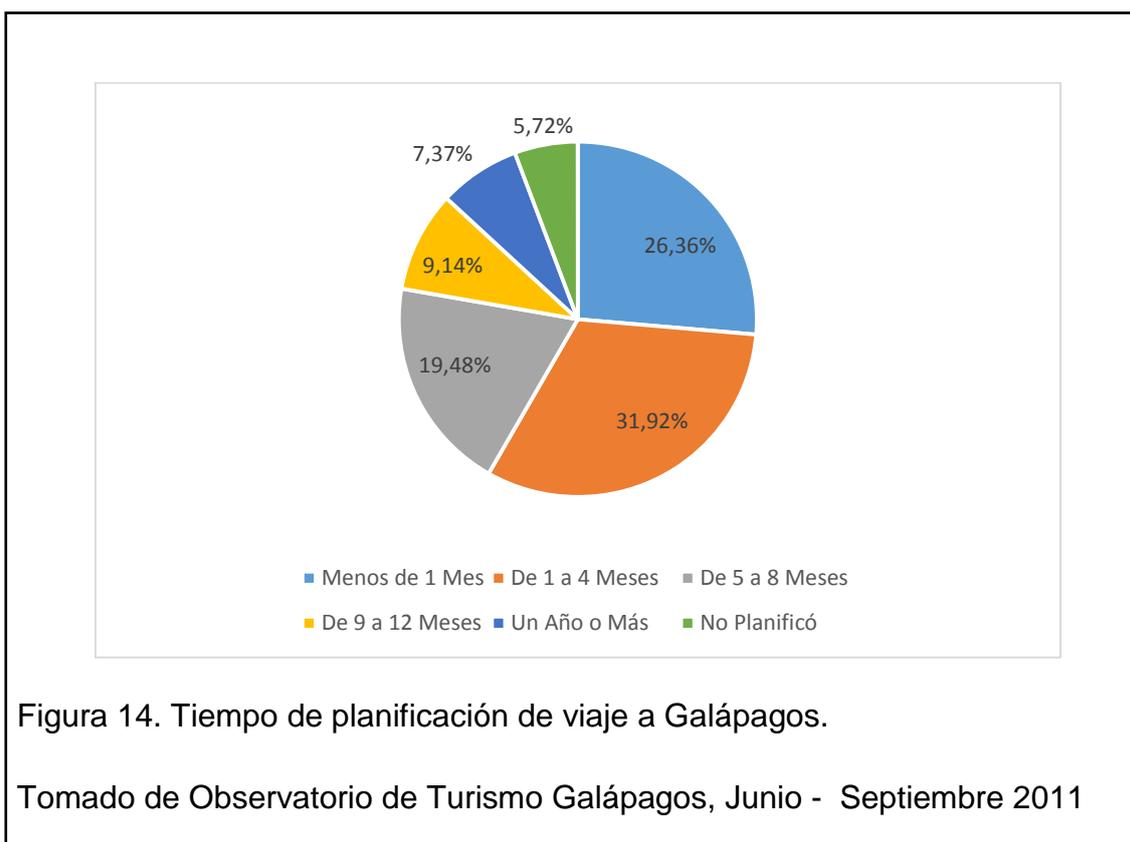
Como mercado objetivo se había mencionado a extranjeros europeos o norteamericanos que viajen en familia, parejas o solos. De acuerdo a estadísticas del Ministerio de Turismo, el 36,06% viajo con familia o amigos sin niños a Galápagos, el 30,81% prefieren viajar solos, y el 16,73% viajaron con familia o amigos con niños.

Esta tendencia se debe a que la mayoría de las actividades que se realizan dentro de las distintas islas del archipiélago no son para niños, por lo

que al viajar en familia o con amigos sin niños o solos no se privan de actividades acuáticas o terrestres y disfrutan más del viaje.

Para realizar este tipo de viajes, especialmente a Galápagos, requiere cierto tiempo de planificación, tomando en cuenta la temporada en la que desean visitar las Islas, ya sea temporada alta (del 16 de Diciembre, Enero, Febrero, Marzo y Abril) o temporada baja (Mayo, Septiembre, Octubre, Noviembre hasta 15 de Diciembre).

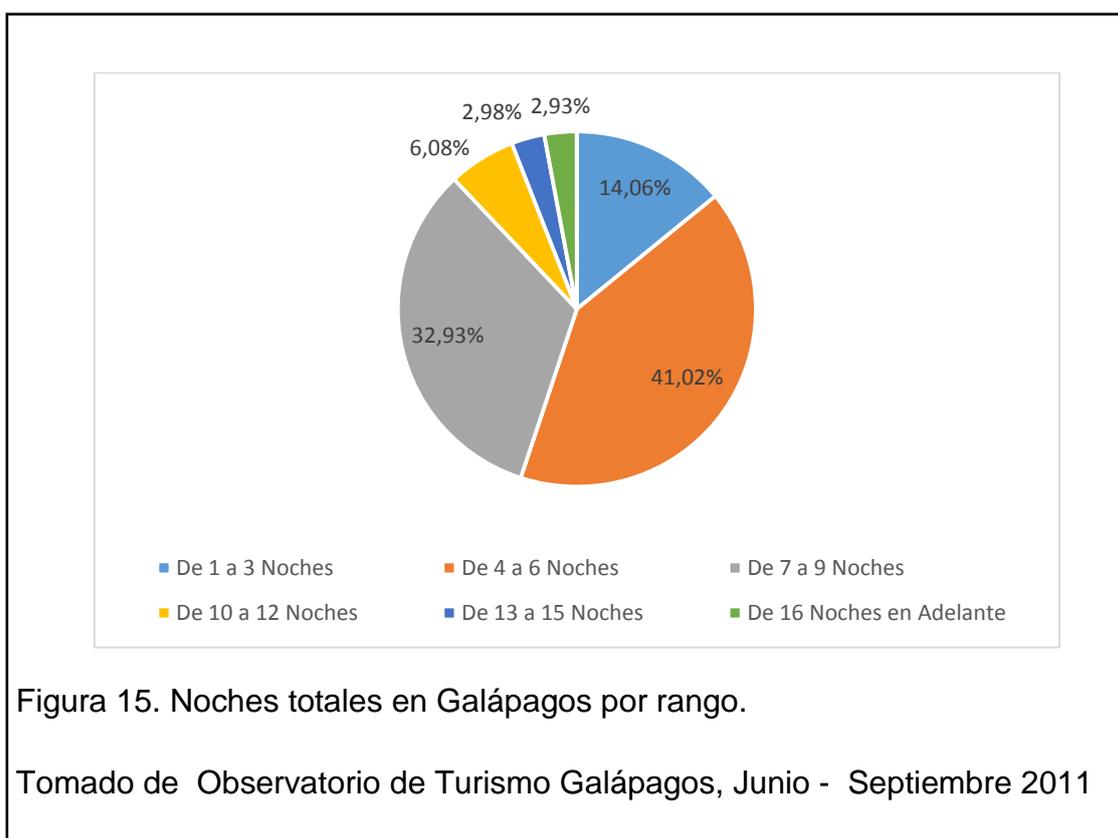
Según el Ministerio de Turismo el tiempo de planificación que se toman los extranjeros para planificar un viaje a Galápagos suele ser de hasta 4 meses de antelación con el 31,92%, mientras 26,36% lo hace en menos de un mes. Por otro lado, se encuentran aquellos turistas que viajan sin planificación alguna con el 5,72%, y los que planifican con un año o más que son el 7,37%



Lo más conveniente para realizar un viaje a Galápagos, independientemente de la temporada, es tomarse ciertos meses para su planificación, sin llegar a los extremos de planificar por un año o más.

Al planificar con antelación, el turista puede congelar tarifas ya sea del paquete turístico o del ticket de avión y hospedaje, porque como en todo lugar los precios suelen ser variables y más aún si se desea viajar en temporada alta.

Incluso para poder reservar en buenos hoteles es necesario hacerlo con tiempo, ya que la tendencia de estadía en Galápagos suele ser de 4 a 6 noches si el turista desea visitar centros poblados, en caso de cruceros se requiere una reserva alrededor de 7 noches como mínimo. (Ministerio de Turismo, 2011)



De acuerdo a las estadísticas obtenidas por el Ministerio de Turismo los turistas tienden a conocer las diferentes islas vía terrestre (40,88%), para lo que se requiere el mínimo de 4 noches (41,02%), lo que beneficia directamente

a la creación de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., porque la demanda de hospedaje aumenta, y más aún en Isla Isabela que cuenta con 28 establecimientos para alojarse, entre los cuales 10 constan dentro de la categoría de Hostal u Hostería (Anexo 1).

Dentro de estos establecimientos, de acuerdo al estudio de mercado realizado, 4 de ellos se enfocan a turistas de clase alta, pero ninguno de ellos está orientado hacia la cultura ecológica, por lo que Paradise EcoHotel Cía. Ltda. , ganaría una gran ventaja al tener dicho mercado para sí mismo.

3.3. LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS

Actualmente, en Galápagos, no existe reglamento alguno en el Ministerio de Turismo o Ministerio de Ambiente para calificar a un hotel como EcoHotel, y se ha fundamentado en literatura técnica internacional para la propuesta de este proyecto, ya que no existe en el INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización), la normalización y los estándares y requisitos para un EcoHotel

Se ha analizado los lugares más conocidos y populares que existen dentro de Isla Isabela, de manera que se pueda sacar ventajas para el proyecto de Paradise EcoHotel Cía. Estas infraestructuras hoteleras cuentan con las siguientes características:



Figura 16. Hotel Albermarle.

Tomado de www.google.com/imagenes

Este hostel se encuentra ubicado cerca de la playa de la isla. Cuenta con 12 habitaciones, las cuales disponen de una ducha de poder con el agua caliente y fría 24 horas al día. Las habitaciones también poseen un sistema de aire acondicionado para el control de clima individual.



Figura 17. The Wooden House Lodge.

Tomado de www.google.com/imagenes

Es un hostel con 12 habitaciones, que se considera como un lugar eco-amigable. Ofrece aventuras en la ciudad y alrededor de las islas. Sus instalaciones tienen un estilo formal con áreas rústicas.



Figura 18. Hotel Caleta Iguana

Tomado de www.google.com/imagenes

Se encuentra situado en Puerto Villamil; esta pensión se encuentra ubicada a orillas del mar y cuenta con 7 habitaciones. En el exterior de la casa, cuenta con una terraza que sirve como observador de iguanas marinas, además de que suelen hacer de la pensión un refugio para ellas.



Figura 19. Hotel Coral Blanco.

Tomado de www.google.com/imagenes

Coral Blanco se encuentra ubicado en el centro de la ciudad. Es un hostel que tiene 7 habitaciones con capacidad para 12 personas, con infraestructura moderna y áreas verdes.



Figura 20. Pensión Isla del Descanso.

Tomado de www.google.com/imagenes

Se encuentra ubicado en el centro de la ciudad en el Puerto Villamil, tiene capacidad para 19 personas en 7 habitaciones, cada una con aire acondicionado, agua caliente, televisión por cable y balcón. En la tercera planta dispone de un salón de eventos, donde funciona el restaurante.

De acuerdo al análisis de las características mencionadas de los principales lugares de hospedaje, The Wooden House Lodge es el único hotel, con clasificación como Hostal que menciona el aprovechamiento de recursos en la construcción o ahorro o procedimientos para proteger el medio ambiente, por lo que las características que serán mencionadas a continuación será una gran ventaja competitiva y un factor diferenciador que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tendrá frente a la competencia.



Figura 21. Red Mangrove Isabela Lodge

Tomado de www.google.com/imagenes

Construido en el 2010. Se encuentra ubicado a orillas del mar, cuenta con 8 habitaciones dobles. Mantiene un estilo ecologista y rústico.

Dentro de su filosofía ecológica realiza procesos de reutilización de aguas negras, reciclaje de basura y campañas para ahorrar energía.



Figura 22. Hotel La Casa de Marita.

Tomado de www.google.com/imágenes

Está ubicado a dos cuadras de la playa, cuenta con 7 suites y 12 habitaciones, todas con decoraciones temáticas, diferenciadas por colores o por el material predominante con el que son decoradas.

La casa de Marita es uno de los primeros hoteles construidos en la Isla Isabela, por lo que cuenta con una vasta experiencia en servicio de alojamiento.

Las características detalladas en la Introducción, son las que contará Paradise EcoHotel Cía. Ltda., por lo que sin lugar a dudas el EcoHotel marcará una diferencia con la competencia, ya que no solo será un lugar de hospedaje, sino un lugar en el que los turistas aprendan a apreciar, valorar y cuidar el medio ambiente, a través de experiencias vividas in situ.

El hotel, The Wooden House Lodge no se encontraría dentro de la clasificación como EcoHotel, factor que busca Paradise EcoHotel Cía. Ltda., ya que el tipo y diseño de construcción será enfocado exclusivamente al cuidado del medio ambiente mediante el uso de materiales específicos, como pinturas, barnices, entre otros, y el diseño en ciertas ubicaciones específicas para el aprovechamiento óptimo de los recursos.

Con esto, se conseguirá que los turistas noten la diferencia entre Paradise EcoHotel Cía. Ltda., y el resto de hoteles.

A la vez, los turistas pueden llegar a aplicar estos proyectos en su país de origen, fortaleciendo y compartiendo la cultura ecológica a nivel mundial.

3.4. EVALUACION DEL MERCADO DURANTE LA IMPLEMENTACION

Se realizaron encuestas a 383 turistas (Anexo 3 y 4), que llegaron a los aeropuertos de Baltra y San Cristóbal, con la finalidad de conocer las tendencias del turista en Galápagos y tener información suficiente para un análisis de la viabilidad del proyecto en Isla Isabela.

De acuerdo a los resultados de las encuestas y entrevistas con personajes vinculados con esta temática, podemos determinar que la mayoría de turistas extranjeros son de género masculino entre 30 y 50 años y viajan con una frecuencia de una vez al año a las Islas Galápagos, de preferencia en feriados de carnaval y año nuevo. (Gerente de Metropolitan Touring Los Chillos)

La mayoría de ellos lo hace en familia sin niños pequeños para el aprovechamiento de las actividades que se pueden realizar en las distintas Islas. De acuerdo a la Sra. Lidia Cobos, la mayor afluencia de turistas provienen de Norteamérica (50%) y Europa (30%) y la diferencia son nacionales.

Las fuentes de información más utilizadas han sido a través de páginas web, y redes sociales. Según María Gabriela Jervis, Gerente de Metropolitan Touring, las ferias de turismo internacionales son de gran importancia para dar a conocer un hotel o paquetes turísticos de Galápagos, además es en las ferias donde se crean relaciones comerciales que permiten promocionar los diferentes lugares de alojamiento.

Siendo el internet la principal fuente de información para promocionar el EcoHotel, es indispensable la creación no solo de la página web, también de

alianzas estratégicas con agencias de viajes para que nuestros servicios estén a la disponibilidad dentro de los paquetes turísticos que estas ofrezcan.

En Galápagos, las islas con mayor afluencia son Isabela y Bartolomé por su gran variedad de flora y fauna. Cabe mencionar que en la isla Isabela la variedad de fauna es mayor, y sin tener la necesidad de recorrer largas distancias. Por ejemplo, se puede apreciar flamings y pingüinos dentro de la misma isla sin tener que viajar de isla a isla.

Además, la isla Isabela cuenta con entradas de mar donde la corriente no es fuerte, y permite que los turistas hagan buceo superficial, y volcanes activos que se pueden visitar. (Socio fundadora Hotel Ninfa).

Por su parte, la experiencia de Lidia Cobos, socio fundadora del Hotel Ninfa y María Gabriela Jarvis plantean que dentro de Isla Isabela el sector hotelero no está totalmente explotado, por lo que es una gran oportunidad la creación de un EcoHotel, más aún si la construcción no causa mayor impacto ambiental ya que hay que tener presente que las islas Galápagos es Patrimonio Natural de la Humanidad.

En conclusión, el proyecto de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., si es viable para su implementación dentro de la Isla Isabela, ya que beneficiaría a los turistas que gustan de la Isla como una opción más para alojamiento.

Además, la tendencia ecológica es una fortaleza que el proyecto presenta, debido a la fuerte tendencia del cuidado ambiental. Gracias a esta inclinación, el tipo de construcción que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., hace que los recursos sean optimizados en su totalidad y se implemente con éxito una cultura ecológica dentro y fuera del Hotel, buscando que los turistas aprecien en su totalidad la flora y fauna de Isabela y Galápagos en general.

Para esto, es indispensable que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se dé a conocer a través de las principales fuentes de información como: redes sociales, agencias de viajes y páginas en la web. Las ferias internacionales, serán ventajosas para crear alianzas con diferentes agencias ubicadas a nivel mundial, en especial en Europa y Estados Unidos, que es el mercado objetivo.

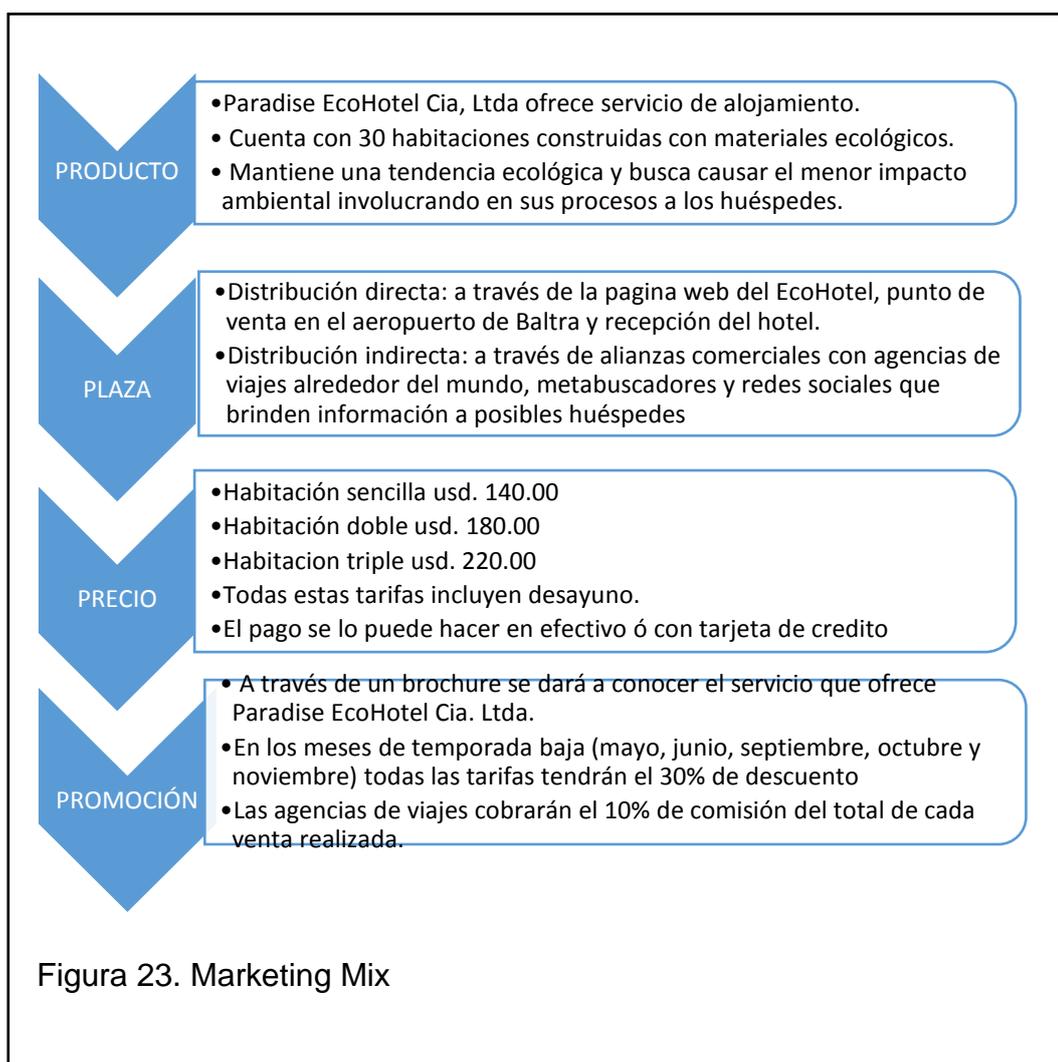
CAPITULO IV

PLAN DE MARKETING

En este capítulo se expondrá el plan de marketing con el fin de desarrollar e implementar diferentes estrategias para que el proyecto de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tenga éxito en su posicionamiento.

4.1. ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING

Para establecer la estrategia general de marketing de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se ha tomado en cuenta diferentes factores que serán analizados a lo largo del capítulo, los mismos que se exponen en la Figura a continuación.



La estrategia principal de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., es la diferenciación. La infraestructura innovadora del EcoHotel será segura, construido con materiales ecológicos y de excelente funcionamiento para evitar todo tipo de por menores como goteras, humedad o inconvenientes que perjudiquen a la buena imagen del Hotel, además de que las políticas de conservación establecidas ayudarán a su mantenimiento.

Se brindará comodidad con el adecuado equipamiento de muebles para brindar confort a los huéspedes, ya sea dentro de las áreas sociales del Hotel como en cada habitación.

Es un lugar tranquilo y relajante, ya que gracias a su ubicación estratégica, el ruido del centro de la ciudad de Isla Isabela como discotecas, bares u otros centros de diversión, no afectan directamente al ambiente del EcoHotel. Además, como parte de la decoración, el EcoHotel contará con música naturista en horas de trabajo, lo cual ayuda a que el huésped se sienta en un ambiente armónico y relajado.

Por su parte, el servicio será de calidad a través de la excelencia en el trabajo en equipo de los colaboradores mediante capacitaciones periódicas en temas de liderazgo, atención al cliente, culturas europeas, protocolo americano y europeo, entre otras.

Se logrará que los colaboradores de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., sean capaces de resolver todo tipo de inconvenientes que pueda presentarse, a través del conocimiento completo del funcionamiento de la empresa, los procesos que se deben cumplir y la continua comunicación con sus jefes inmediatos y/o supervisores, de manera que el cliente se sienta atendido y satisfecho con el servicio que está pagando.

Un aspecto relevante, es el promover el cuidado del medio ambiente en la mente del consumidor. Actualmente, es un tema que se encuentra en pleno apogeo por lo que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., transmitirá videos ecológicos constantemente en todas las áreas sociales del hotel, como reportajes que

expongan la biodiversidad de las Islas Galápagos y del mundo, el impacto negativo que causa el hombre en la naturaleza dando como consecuencia animales en peligro de extinción, bosques deforestados, reservas ecológicas invadidas, entre otros.

Se busca mantener la tendencia de salvaguardar los recursos naturales, y que los huéspedes creen conciencia y empiecen a cambiar los hábitos en lo que respecta al cuidado medio ambiental tanto en las Islas Galápagos, nominadas Patrimonio Natural de la Humanidad, como en las regiones nativas de cada cliente.

4.1.1. MARCA

El nombre comercial escogido para el Hotel Ecológico es ***Paradise EcoHotel Cía. Ltda.*** Se optó por dicho nombre, ya que se busca resaltar a las Islas Galápagos como uno de los paraísos de mundo.

El turista puede cerciorarse que el EcoHotel busca preservar el medio ambiente, además de brindar unas instalaciones de calidad y un servicio excepcional.

4.1.2. LOGOTIPO Y COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., será el verde, azul y celeste. El azul y celeste tendrá como significado el mar y el cielo que envuelve a Isla Isabela y el resto de islas que constituye el Archipiélago de Galápagos, mientras que el verde representará la vegetación existente en la isla Isabela.



4.1.3. SLOGAN

El slogan de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., será: *“En tu decisión está el cambio”*, ya que se busca promover la conciencia ambiental en el turista, haciéndole caer en cuenta que el cambio para el cuidado del medio ambiente empiezan por las decisiones que uno las hace a diario; y que mejor que en vacaciones los turistas decidan por un hotel ecológico, donde su objetivo es preservar el cuidado de la flora y fauna del Patrimonio Natural de la Humanidad, Galápagos.

4.2. POLÍTICA DE PRECIOS

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., fijará sus precios acorde a su meta establecida en base a la estrategia de fijación de precios fundamentada en el valor, es decir, se fijará un precio en base a las percepciones de valor que los turistas tienen y no en base a costos de la empresa. (Kotler, 2008, pp. 264-265)

En los primeros dos años, el EcoHotel no tendrá un margen de ganancia, por ser un servicio nuevo y tener una inversión alta, lo cual obliga a que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se esfuerce para ganar clientes manteniendo su marcada ideología ecológica.

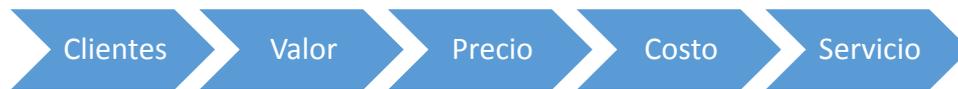


Figura 25. Fijación de Precios basada en el valor.

Tomado de Kotler y Armstrong, Fundamentos de Marketing, pp. 265

Como se puede observar en la Figura 25., la estrategia de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., para la fijación de precios, se basa en el valor que éste genera a sus clientes. Este valor es determinado mediante la implantación de una idea ecológica y de preservación del medio ambiente en la mente del consumidor a través de su publicidad.

Una vez que se marca esta tendencia se establece el precio que los huéspedes pagarán por este servicio diferenciado.

La fijación de precio no estará influenciada directamente por los costos, al contrario, se fijará de acuerdo al status quo, que se aplica a un mercado en el cual existen varios competidores ofreciendo un servicio que no es único, como es el caso de la variedad de hoteles que tiene Isla Isabela.

Mediante esta estrategia, se evitará una guerra de precios entre competidores, ya que no beneficia a ninguno. Además Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tiene como enfoque la tendencia ecológica lo que le permite generar un flujo de clientes estable.

Esto se ve reflejado en el Capítulo X, Plan Financiero, que demuestra que los precios no varían durante los 5 primeros años, a pesar de que la demanda se incrementa conforme el servicio pasa de la etapa de introducción a la de crecimiento en su ciclo de vida.

4.3. TÁCTICA DE VENTAS

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se manejará con fuerzas de ventas internas y externas, con el fin de tener un posicionamiento a nivel internacional más amplio.

Dentro de las principales fuerzas de ventas externas que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se encuentran las siguientes:

- Las alianzas comerciales con agencias de viajes y aerolíneas, con lo cual se logrará que mediante éstas la información de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., sea difundida a posibles huéspedes a nivel mundial.
- Ferias internacionales de turismo que se realizan en diferentes países alrededor del mundo, donde se han seleccionado las más importantes y que van acorde al mercado objetivo del proyecto.

Las fuerzas de ventas internas brindan apoyo a las fuerzas de ventas externas con el fin de conseguir cuentas importantes y buscar nuevos prospectos (Kotler, 2008, pp. 404).

Como principal fuerza de venta interna de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., es el personal de telemarketing y ventas web. Estos están encargados de realizar ventas a través de teléfono o internet, así mismo, encontrar nuevos clientes mediante el stand que se encontrará en el aeropuerto de Baltra, en el cual el vendedor tiene contacto directo con el turista.

4.4. POLÍTICA DE SERVICIO AL CLIENTE Y GARANTIAS

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., garantiza una experiencia confortable a sus clientes mediante las políticas que a continuación detallo:

- Limpieza constante y mantenimiento en las habitaciones, áreas sociales y recreativas del hotel.

- Mostrar interés ante los diferentes requerimientos que el cliente puede presentar durante su estadía. Siendo amables, eficientes y respetuosos en su trato.
- El cliente siempre tiene la razón. El objetivo es satisfacer las necesidades del turista.
- Los huéspedes serán atendidos en recepción durante las 24 horas del día por personas bilingües. Dependiendo del cargo que el colaborador ejecute, éste deberá conocer todos los procesos que se deben seguir en cada área, de manera que ante cualquier inconveniente, el encargado sabrá cómo reaccionar y solucionar el problema de manera inmediata
- Evaluaciones periódicas al personal, con el fin de mantener un control adecuado en la atención al cliente.
- Se garantiza al cliente, el cumplimiento de todos los servicios ofertados y la certificación de que el EcoHotel funciona y cumple con las normativas establecidas, para catalogarse como hotel ecológico.

El objetivo es poder brindar un servicio de excelencia en Paradise EcoHotel Cía. Ltda., para ello también hay que tomar en cuenta los valores institucionales para que el ambiente de trabajo dentro del EcoHotel sea optimo y organizado en todas sus actividades.

4.5. PROMOCION Y PUBLICIDAD

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., será promocionado a través de las principales páginas de internet como:

- www.despegar.com
- www.booking.com
- www.hoteles.com
- www.tripadvisor.com

A través de estas páginas se logrará que el turista encuentre fácilmente a Paradise EcoHotel Cía. Ltda., indicando que se trata de un hotel ecológico, lo

que ayudará a su elección a turistas que gusten de la tendencia ecológica y de salvaguardar los recursos naturales.

El costo que genera la suscripción a dichas páginas, será cubierto con el margen de comisión del 10% que solamente se otorga a las ventas mediante agencias de viajes y no a las ventas directas.

Siendo así el 60% las ventas directas y su diferencia a las agencias de viajes. Este porcentaje mayor, se debe al fácil acceso de búsqueda y compras a través de las páginas de internet que el turista visita.

Se tendrá alianzas comerciales con agencias de viajes con cobertura internacional como Europullman (España) y World Bound Travel (Inglaterra); y Metropolitan Touring y Ecuadorian Tours a nivel nacional. Con las agencias nacionales se hará el contacto a través de visitas personales y Ferias de Turismo que se realizan anualmente en distintos países, de la misma forma que se ganará el contacto a nivel internacional.

Estas alianzas no generan costo alguno, ya que el objetivo económico es que ambas partes ganen, es decir, mientras más ventas existan, más ganancia obtienen. Siendo el 40% de las ventas totales de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. al año.

A continuación se indica en la tabla 9., los eventos turísticos que se realizan en USA & Canadá y Europa a nivel internacional, y Ecuador a nivel nacional.

Representantes de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., asistirán a los eventos principales de Estados Unidos y de Europa, ya que ese es el mercado objetivo al que está enfocado, siendo estos el Roadshow USA, ITB y WTM.

Tabla 9. MISIONES TURÍSTICAS COMERCIALES 2013

UBICACION	MERCADO	CIUDAD	EVENTO	FECHA
USA & CANADA	USA	New York	New York Times Travel Show	18 al 20 de Enero
	USA	Los Angeles	Los Angeles Times Travel Show	22 al 24 de Febrero
	Canadá	Toronto, Ottawa, Montreal y Quebec	Roadshow Canadá	13 al 16 de Mayo
	USA	Nueva York, Washington, Chicago, Los Angeles, San Francisco	Roadshow USA	20 al 24 de Mayo
	USA	Las Vegas	Virtuoso Travel Week	11 al 17 de Agosto
	USA	Nambia	ATWS	26 al 31 de Octubre
	USA	Scottsdale	USTDA	05 al 07 de Diciembre
EUROPA	Holanda	Utrecht	Vakantiebeurs	08 al 13 de Enero
	España	Madrid	FITUR	30 de Ene. al 03 de Feb.
	Alemania	Berlín	ITB	08 al 10 de Marzo
	Suecia	Gotemburgo	TUR Gotemburgo	21 al 24 de Marzo
	Francia	Paris	TOP RESA	24 al 27 de Septiembre
	Reino Unido, Alemania, Suecia, Holanda	Londres, Hamburgo, Estocolmo y Amsterdam	Roadshow Europa	30 de Sept. al 04 de Oct.
	Reino Unido	Londres	WTM	04 al 07 de Noviembre
ECUADOR	Ecuador	Quito	Talleres de Fortalecimiento para la Promoción Turística I	04 al 05 de Abril
	Ecuador	Quito	2ndo. Encuentro Empresarial de Turismo Interno Ecuador 2013	26 al 27 de Abril

	Ecuador	Quito	Feria Virtual de Turismo Ecuador	Mayo
	Ecuador	Riobamba	Talleres de Fortalecimiento para la Promoción Turística II	09 al 10 de Mayo
	Ecuador	Guayaquil	Talleres de Fortalecimiento para la Promoción Turística III	20 al 21 de Junio
	Ecuador	Cuenca	Talleres de Fortalecimiento para la Promoción Turística IV	04 al 05 de Julio
	Ecuador	Quito	Travel Mart Latin America	18 al 20 de Septiembre
	Ecuador	Guayaquil	2do. Encuentro Empresarial de Turismo Interno Ecuador 2013	25 al 26 de Octubre

Tomado de: www.turismo.gob.ec

Existen ferias en otros sectores también como en Latinoamérica, Asia y Países vecinos (Colombia y Perú), los cuales se podrán observar en el Anexo 6.

Las ferias son eventos organizados por el gobierno de cada país con la finalidad de invitar a todas las agencias de viajes, aerolíneas y demás que se relacionen con el turismo, con el fin de que puedan ofertar su producto o servicio.

Por su parte, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., ha creado un brochure para ser presentado y repartido en todos los eventos turísticos antes mencionados, a nivel nacional e internacional, con la finalidad de crear posicionamiento, captación y recomendación de nuestros potenciales clientes.

Las Islas Galápagos

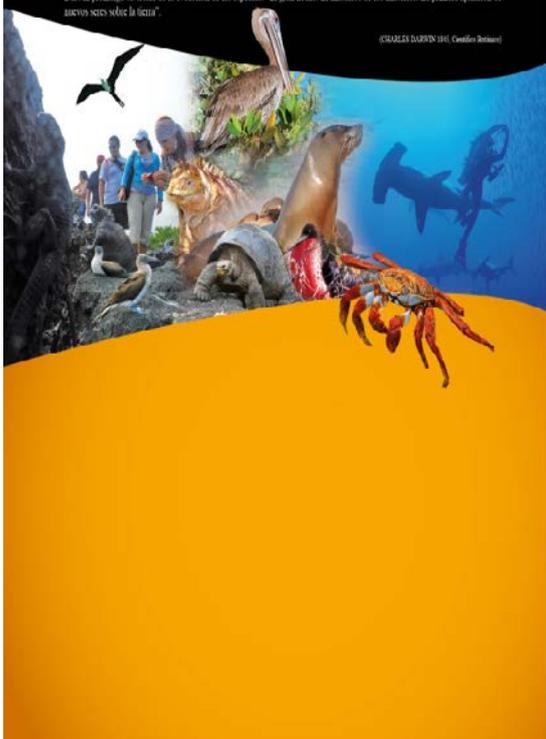
Islas volcánicas prístinas y desoladas emergidas por un Océano Pacífico azul cobalto. Vida salvaje e inabarcable en medio de un ambiente nuevo y antiguo al mismo tiempo. Límites no demarcados entre mito y realidad, eso es Galápagos, "Las Islas Encantadas" llamado también por la UNESCO Patrimonio Natural de la Humanidad.

Si es la letrada el privilegio de conocer Las Galápagos consideradas por científicos y estudiosos de las especies, un lugar único en el planeta, usted está a punto de descubrir las maravillas de una prodigiosa ecología, observar a nacer de un nido los cientos de tortugas gigantes, ignamas de apariencia prehistórica, conocer de cerca los más coloridos ambicolores erifina en su hábitat natural, caminar en medio de sorprendente colonias de aves marinas volando, o nadar en sus transparentes aguas junto a divertidos lobos marinos, en un canchero e insolita mansión... y esto, tan solo es el principio de estas islas encantadas que la maravilla a cuanto visitante las llenado a conocerlas, tal vez, llevándolos a conciliar con el mismo momento en que Charles Darwin profundó su teoría de la evolución de las especies: "El gran hecho. El misterio de los misterios. La primera aparición de nuevos seres sobre la tierra".

(CHARLES DARWIN 1845, Cuadernos de Darwin)



PARADISE
GALÁPAGOS
ECOHOTEL





Disfrute de Isla Isabela en un EcoHotel que lo hará sentirse como en casa, respetando el espacio natural y belleza de Galápagos











GALÁPAGOS ECOHOTEL

Figura 26. Brochure Paradise EcoHotel Cía. Ltda.



Figura 27. Brochure Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

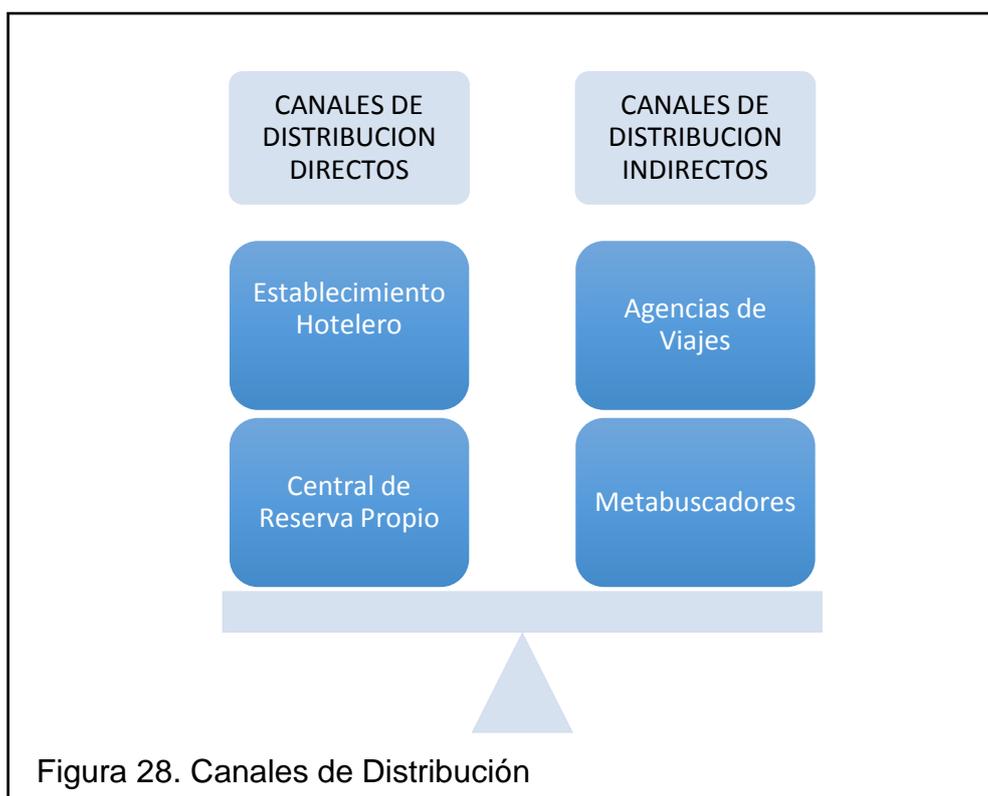
El brochure será de gran utilidad para mostrar a los clientes, la misión, visión y valores del hotel, además de los servicios como la infraestructura del hotel, las distintas áreas sociales y recreativas disponibles, el número de habitaciones con las que cuenta y los diferentes atractivos naturales que se puede visitar en la Isla Isabela.

Además ayudará que el cliente tenga un panorama claro de lo que se trata Paradise EcoHotel Cía. Ltda., y la tendencia ecológica que busca salvaguardar, igualmente contará con un mapa de ubicación para llegar al hotel y un listado de actividades opcionales que los huéspedes pueden realizar durante su estadía en la isla.

El margen que se incremente en las ventas directas del EcoHotel, gracias a la difusión del brochure en los diferentes establecimientos, ya se encuentra considerado en el 60% antes mencionado.

4.6. DISTRIBUCION

Como estrategia, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., utilizará canales de distribución directos e indirectos con el fin de lograr un posicionamiento elevado y mayor captación de clientes en el mercado turístico, en base a la figura siguiente:



4.6.1. CANALES DE DISTRIBUCION DIRECTOS

Dentro de los canales de distribución directos, se encuentra el mismo establecimiento de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. En la recepción, el cliente puede acercarse directamente para realizar reservas de algún tipo de servicio que ofrece el hotel o algún servicio extra dentro de las habitaciones, bar o restaurant. Así mismo, puede reservar algún tour terrestre o acuático que realizan los operadores locales con los que el EcoHotel tendrá alianzas comerciales.

Se contará con una central de reserva propia, es decir la página web de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., donde el cliente podrá realizar las reservas de los días que vaya a estar hospedado en la Isla Isabela.

En caso de que no lo haga a través de la página web de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., el cliente podrá localizar al EcoHotel a través de intermediarios como agencias de viajes, ya sea a nivel nacional o internacional.

4.6.2. CANALES DE DISTRIBUCION INDIRECTOS

Dentro de los canales de distribución indirectos, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tendrá acogida a través de centrales de reserva ajenas, como: booking.com, despegar.com., y otras páginas web anteriormente señaladas.

Estas páginas web, conocidas como Metabuscadore, facilitan al cliente la búsqueda de hoteles y ayudan a comparar los precios entre hoteles y tickets de avión de diferentes aerolíneas.

Las agencias de viajes con las que se haya realizado la alianza comercial, también ayudarán a que el cliente llegue a Paradise EcoHotel Cía. Ltda., ya que por cada venta que realicen para Paradise EcoHotel Cía. Ltda., ganarán el 10% de comisión.

El margen de ganancia que las agencias de viajes obtienen, se encuentra detallado en el Capítulo X, Plan Financiero.

CAPITULO V

DISEÑO Y PLANES DE DESARROLLO

Hoy en día las cadenas hoteleras han adoptado nuevos modelos de diseño y planes de desarrollo, que se adecúan al compromiso de la humanidad de cuidar y preservar el medio ambiente.

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., deberá tener claramente definidas las características que cumplirán, dentro de las cuales están las que se menciona a continuación:

- Optimización de los recursos naturales
- Empleo de materiales ecológicos
- Armonía y respeto con el entorno alejados de la saturación urbanística y turística
- Empleo de materiales naturales, como: pinturas de origen mineral, sábanas de algodón ecológico, entre otros.
- Aprovechamiento del agua de lluvia.
- Huertos ecológicos, para que sus cosechas sean empleadas en el menú.
- Incentivar dando el ejemplo en el reciclaje.
- Reutilización de aguas grises.
- Utilización de energía solar térmica
- Educación y formación ecológica para empleados y turistas.
- Consumo adecuado de materiales para el ahorro.
- Utilización de productos biodegradables, como jabones, detergente, shampoo, etc.

Según el estudio GreenBrands 2011, el interés de los mercados europeos por consumir productos ecológicos ha crecido con respecto a años anteriores, y aunque estos productos sean más caros, están dispuestos a pagar por ellos.

5.1. COSTOS DE DESARROLLO PROYECTADOS

Para proyectar los costos del proyecto, se determina los siguientes puntos:

5.1.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., contará con 30 habitaciones; de las cuales 8 son triples, 12 habitaciones dobles y 10 habitaciones sencillas. Para obtener el total de la capacidad se tiene:

Tabla 10. CAPACIDAD DE LA PLANTA

TIPO DE HABITACION	CANTIDAD	CAPACIDAD POR HABITACION	CAPACIDAD TOTAL
Sencilla	10	1	10
Doble	12	2	24
Triple	8	3	24
TOTAL	30	6	58

Del cuadro se desprende que la capacidad máxima del hotel es de 58 personas hospedadas por noche. Esta distribución se determinó mediante una observación de las demás plantas hoteleras en Galápagos, así como también a través de entrevistas a propietarios de hoteles, en particular a la Sra. Lidia Cobos, Hotel Ninfa.

Mediante esta investigación se conoció que los turistas extranjeros que llegan a los hoteles lo hacen preferentemente en parejas, por tal razón es conveniente que existan más habitaciones dobles en Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

La siguiente particularidad es que viajan solos, por lo tanto es idóneo que existan habitaciones sencillas. Finalmente, hay pasajeros extranjeros que viajan en familia, y es ahí donde son muy cotizadas las habitaciones triples.

Para determinar la capacidad deseada del proyecto de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se estableció los meses del año y un porcentaje de ocupación en función de las temporadas tanto altas como bajas que se presenta durante un año, resultado de ello se observa en el siguiente cuadro:

Tabla 11. CAPACIDAD DEL PROYECTO

MESES	CAPACIDAD MAXIMA			PORCENTAJE DE UTILIZACION	CAPACIDAD MENSUAL (NOCHES AL MES)
	HABITACIONES	DIAS	TOTAL		
Enero	30	31	930	30%	279
Febrero	30	28	840	40%	336
Marzo	30	31	930	40%	372
Abril	30	30	900	45%	405
Mayo	30	31	930	30%	279
Junio	30	30	900	50%	450
Julio	30	31	930	70%	651
Agosto	30	31	930	85%	791
Septiembre	30	30	900	30%	270
Octubre	30	31	930	20%	186
Noviembre	30	30	900	30%	270
Diciembre	30	31	930	85%	791
TOTAL					5079

Del cuadro se desprende que se tendrá un total de 5079 turistas al año que utilizaran Paradise. Los porcentajes de ocupación fueron establecidos mediante una entrevista a personajes conocedores del quehacer turístico en las islas Galápagos.

Una vez determinado el número total de habitaciones, éste se multiplica por el número de días al mes que serán ocupadas, fijándose así la capacidad máxima mensual de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. De este valor se calcula el porcentaje de utilización, otorgado por los expertos, para así establecer la capacidad del proyecto.

5.1.2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HUMANOS

Se detallará el tipo de personal que se necesita para integrar el equipo de trabajo para Paradise EcoHotel Cía. Ltda., en los siguientes cuadros:

Tabla 12. PERSONAL OPERATIVO

CARGO	NUMERO	SUELDO MENSUAL	TOTAL
Jefe de operaciones turísticas	1	\$ 900.00	\$ 900.00
Jefe de alimentos y bebidas	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Personal de limpieza	3	\$ 556.50	\$ 1,669.00
Personal de cocina	2	\$ 556.50	\$ 1,113.00
Barman	1	\$ 556.50	\$ 556.50
Jardinero	1	\$ 556.50	\$ 556.50
Recepcionista	1	\$ 556.50	\$ 556.50
Guardia	1	\$ 556.50	\$ 556.50
Técnico de mantenimiento	1	\$ 650.00	\$ 650.00
TOTAL	12		\$ 7,358.50

Tabla 13. PERSONAL ADMINISTRATIVO

CARGO	NUMERO	SUELDO MENSUAL	TOTAL
Gerente General	1	\$ 2.500.00	\$ 2.500.00
Contador	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Vendedor	1	\$ 650.00	\$ 650.00
TOTAL	3		\$ 3,950.00

5.1.3. CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada facilitará que la construcción, instalación y adecuaciones del EcoHotel se encuentren bien distribuidas para el número de personas que desea atender.

El área total del terreno es de 4850 m², de los cuales 1500 m² están enfocados en la construcción de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

5.2. PROPIEDAD INTELECTUAL

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se reserva el derecho de autoría y propiedad del nombre, siendo penalizado de acuerdo a las leyes ecuatorianas cualquier plagio o suplantación de identidad, para lo cual se registrará este nombre en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual – IEPI.

5.2.1. PATENTE DE OPERACION TURÍSTICA

Para el desarrollo comercial de cualquier actividad turística permitida dentro de un área natural protegida se requerirá la patente de cada operación turística otorgadas por las Direcciones Regionales Forestales del Ministerio de Ambiente y la Dirección del Parque Nacional Galápagos, según corresponda.

La patente de operación turística la otorgará el Parque Nacional Galápagos, posterior a la presentación de todos los requisitos solicitados. Dicha patente deberá renovarse cada año conforme las leyes vigentes.

CAPITULO VI

PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCION

En el presente capítulo se detallará el plan de operaciones y requerimientos para el funcionamiento óptimo de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

6.1. ESTRATEGIA DE OPERACIONES

El éxito de una operación hotelera eficiente es la reducción de tiempo en todos los procesos, especialmente en reservas y ventas.

Dentro de las estrategias que se empleará en Paradise EcoHotel Cía. Ltda. con respecto al ciclo de operaciones, podemos citar las siguientes:

- **Alianzas Estratégicas**

Con agencias de viajes europeas, a las cuales se les envíe información sobre Paradise EcoHotel Cía. Ltda., que permita a los posibles huéspedes tener acceso a ésta así como también la posibilidad de concretar una reservación y finalmente la venta. Las agencias aliadas ganarán una comisión del 10% del total de cada venta realizada.

- **Suscripción a Metabuscaadores**

Específicamente a Expedia y Hoteles.com que permitan el acceso a información detallada para los pasajeros, fotos, información de contacto, entre otros y que al mismo tiempo tengan acceso a realizar una reservación y pago.

Esta herramienta es muy útil para las personas que no tienen tiempo suficiente para acercarse personalmente a una agencia de viajes, así optimizan su tiempo.

6.2. CICLO DE OPERACIONES

En el siguiente cuadro se detallarán las operaciones que se realizan para el proceso de reservas y ventas de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

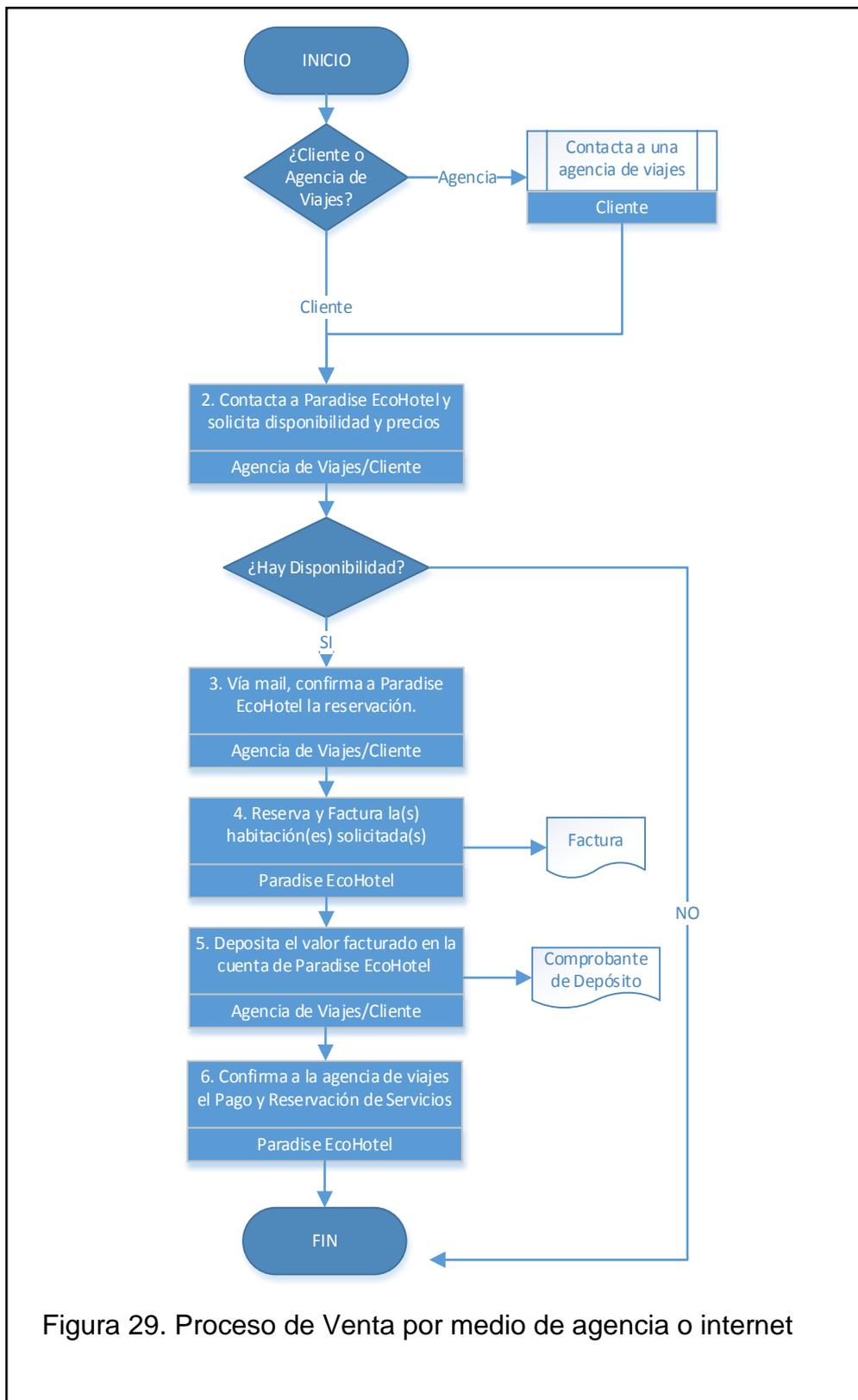


Figura 29. Proceso de Venta por medio de agencia o internet

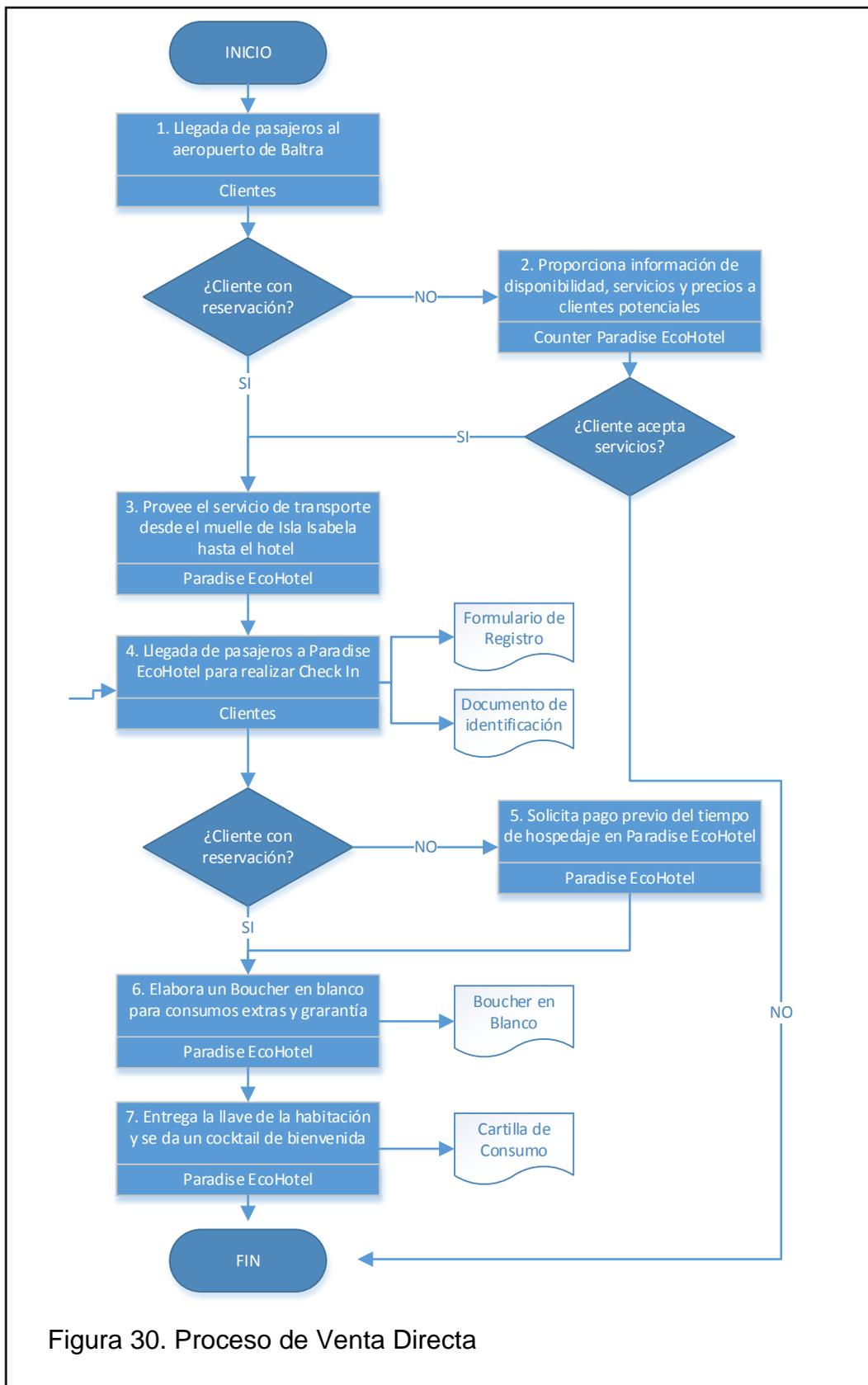


Figura 30. Proceso de Venta Directa

6.3. REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., requerirá de maquinaria, equipos, muebles y enseres, entre otros, para iniciar su funcionamiento y operaciones.

En el siguiente cuadro se resume la cantidad de artículos necesarios, sin embargo en el plan financiero se darán a conocer detalladamente.

Tabla 14. INVERSIONES DEL PROYECTO

CUADRO RESUMEN - INVERSION INICIAL					
DETALLE DE INVERSIONES	VALOR	RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
		VALOR	%	VALOR	%
TERRENOS	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	100%	\$ -	-
CONSTRUCCIONES	\$ 765.000,00	\$ 76.500,00	10%	\$ 688.500,00	90%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 70.920,00	\$ 56.736,00	80%	\$ 14.184,00	20%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 86.311,00	\$ 77.679,90	90%	\$ 8.631,10	10%
EQUIPOS COMPUTACIÓN	\$ 4.900,00	\$ 4.410,00	90%	\$ 490,00	10%
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	100%	\$ -	0%
TOTAL DE INVERSIONES	\$ 1.082.131,00	\$ 370.325,90	34%	\$ 711.805,10	66%

6.4. INSTALACIONES

El terreno donde se construirá Paradise EcoHotel Cía. Ltda., es de 4850 mts². La construcción será de 1500 mts², dividida en 3 niveles y contará con la siguiente distribución:

Primera planta: se encontrará la recepción, dos baños sociales, una pequeña sala de lectura para los huéspedes, en la que encontrarán libros de

historia natural, fauna y flora de galápagos, así como también guías turísticas de atractivos del archipiélago. Adicionalmente, en esta planta estará la cocina, restaurante, bodega del EcoHotel y dos oficinas administrativas. Finalmente estarán distribuidas también 8 habitaciones.

Segunda Planta: Se encontrarán 10 habitaciones y una sala de conferencias donde se dará capacitación a los empleados y charlas a los huéspedes.

Tercera Planta: Estarán distribuidas 12 habitaciones.

En los exteriores, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., contará con un huerto ecológico donde se cultivarán productos frescos con los que se elaborará el menú. También se podrá encontrar una piscina y el bar en el centro de la misma, lo cual resultará un gran atractivo adicional que tendrá Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

6.5. LOCALIZACION GEOGRÁFICA

El Archipiélago de Galápagos, se encuentra ubicado a 972 km. de la costa del Ecuador, sobre el Océano Pacífico al Oeste de la Costa ecuatoriana. El archipiélago está conformado por cuatro islas habitadas: Isabela, Santa Cruz, San Cristóbal y Floreana.

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., estará ubicado en la Provincia de Galápagos, en la Isla Isabela – Puerto Villamil.



Figura 31. Islas Galápagos. Tomado de Imágenes, Google

6.5.2. REQUERIMIENTO GEOFIGURA PARA UN ECOHOTEL

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., debe iniciar sus operaciones con una infraestructura que permita satisfacer la demanda estimada.

El área total del terreno en el cual será construido el hotel es de 4850 m² los mismos que estarán distribuidos entre: áreas sociales, espacios verdes, huerto ecológico, habitaciones y demás instalaciones requeridas.

Para determinar la localización óptima del terreno donde se construirá Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se tomó en cuenta los siguientes factores:

- Disponibilidad del Terreno
- Disponibilidad de mano de obra
- Seguridad
- Facilidades de Transporte y comunicación
- Disponibilidad de Servicios básicos

La elaboración de la matriz de localización consiste en asignar valores a los factores antes mencionados de acuerdo al peso de cada uno dependiendo de su importancia.

En el presente estudio se asignó calificaciones a cada factor en una escala de 1 a 10, donde:

10= Excelente	5= Bueno	1= Pésimo
---------------	----------	-----------

Tabla 15. REQUERIMIENTO GEOFIGURA DE UN ECOHOTEL

FACTORES	PONDERACIÓN	OPCION 1		OPCION 2	
		Isla Isabela		Isla Santa Cruz	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Disponibilidad del terreno	0.25	9	2.25	5	1.25
Disponibilidad de mano de obra	0.15	6	0.90	8	1.20
Seguridad	0.25	8	2.00	8	2.00
Transporte y comunicaciones	0.15	8	1.20	8	1.20
Disponibilidad de servicios	0.2	8	1.60	8	1.60
TOTAL	1		7.95		7.25

Como se puede observar en el cuadro anterior, realizado por el método cuantitativo por puntos de ventajas y desventajas, la Isla Santa Cruz, a pesar de reunir la mayoría de factores para la ubicación del EcoHotel, el resultado ponderado es de 7.25 mientras que en la Isla Isabela el resultado ponderado es de 7.95.

Este resultado marca la pauta de que el lugar más adecuado para la ubicación de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., es en la Isla Isabela ya que es ahí donde se encuentra ubicado el terreno y presenta mayores oportunidades de crecimiento al no ser una isla tan poblada como Santa Cruz.

Varios años atrás la Isla Santa Cruz era la única que tenía acceso para habitantes y carga a través del aeropuerto de Baltra y el puerto, por lo tanto el mayor asentamiento poblacional se encuentra allí. Así como también la mayor infraestructura hotelera.

Después de importantes análisis de parte de las autoridades se consideró que pueden ser pobladas la Isla San Cristóbal y más recientemente la Isla Isabela. Esta es la razón por la cual los hoteles de la isla Isabela son relativamente nuevos y existen muchos proyectos que se pondrán en marcha próximamente.

6.6. CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE INVENTARIOS

Se determinó el método visual de control de inventarios como el más adecuado y de fácil acceso, donde el jefe de operaciones revisará el stock de alimentos y bebidas diariamente, confirmando si hay existencias o si son escasos y solicitará abastecimiento cuando el nivel mínimo sea alcanzado.

Para establecer cuál es el nivel mínimo adecuado de inventarios se tomará en cuenta la ocupación del hotel, la misma que está determinada por las temporadas, alta o baja, de afluencia de turistas en las Galápagos.

A través de un eficiente manejo de inventarios se podrá establecer la asignación de recursos financieros necesarios para el abastecimiento, manteniendo siempre un nivel de servicio satisfactorio para las demandas de los huéspedes.

Dentro del manejo de los inventarios en el EcoHotel deberá manejar inventarios de consumo y suministros con el objetivo de mantener la cantidad adecuada de productos.

- Inventarios de Consumo

Este inventario se refiere a los alimentos y bebidas que debe mantener en bodega Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

- Inventario de Suministros

Se refiere a los suministros de limpieza como trapeadores, desinfectantes, etc.

6.6.1. ESTRATEGIAS

- La compra de alimentos y bebidas para reabastecimiento se la realizará en Guayaquil a través de un distribuidor previamente seleccionado, el mismo que se encargará de hacer el envío oportunamente en cualquiera de las embarcaciones de carga que llegan a Isabela. La cantidad será solicitada por el jefe de operaciones previa revisión en bodega.
- Se realizará un inventario diario de los productos de mayor rotación como por ejemplo: carne, mariscos, pan, etc. Para el resto de productos el inventario se realizará dos o tres veces por semana.
- Realizar un registro de las compras que se efectúen diariamente. Estas se las hará en un mercado de la localidad de ser necesario.
- La bodega de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. Cía. Ltda. estará dividida en tres secciones, para facilitar la búsqueda de productos y mantendrán el orden y limpieza en este lugar.

- Sección de alimentos

Se almacenarán todos los productos alimenticios, por una parte los alimentos secos y los alimentos que necesitan refrigeración. Los productos que se pueden mantener en esta bodega son: harinas, arroz, azúcar, cereales, café, jugos de cartón, frutos secos, etc.

- Sección de bebidas

Se almacenarán las bebidas alcohólicas y no alcohólicas como pueden ser: colas, aguas, vinos, etc.

- Sección de suministros de limpieza

Se almacenarán los artículos necesarios para la limpieza ya sea de las habitaciones, oficinas y restaurante del EcoHotel; se almacenarán

productos como: trapeadores, escobas, lustres, desinfectantes, papel higiénico, fundas de basura, etc.

6.7. ASPECTOS REGULATORIOS Y LEGALES

De acuerdo a la ley de compañías los pasos a seguir para constituir una compañía de responsabilidad limitada son:

- Aprobación del nombre de la compañía por parte de la Superintendencia de Compañías, llenar los formularios obligatorios.
- Apertura de cuenta de integración de capital. El monto mínimo para una Compañía de responsabilidad limitada es de usd. 400.00. Esto puede realizarse en cualquier banco del país.
- Constituir la escritura pública
- Aprobación de las escrituras de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías
- Resolución de aprobación de las escrituras.
- Inscribir las escrituras en el Registro Mercantil.
- Nombramiento de la Directiva de la Compañía e inscripción.
- Presentación de todos los documentos antes mencionados a la Superintendencia de Compañías para culminar la constitución de la empresa.
- Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas
- Abrir una cuenta bancaria de la empresa
- Registro de la empresa en la historia laboral del IESS
- Permiso de emisión de facturas.
- Obtención de la patente turística de funcionamiento. Se requerirá autorización del Consejo de Gobierno de Galápagos, que será otorgada única y exclusivamente a residentes permanentes. Como parte de los requisitos para obtener la patente de operación están: que la empresa debe producir beneficios locales, garantizar la calidad

de los servicios turísticos y garantizar que el impacto a los ecosistemas de la provincia de Galápagos sea mínimo.

CAPITULO VII

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es indispensable tener una estructura organizacional en Paradise EcoHotel Cía. Ltda., ya que tanto las autoridades como los colaboradores conocerán el puesto que están ejerciendo y las responsabilidades que conllevan, por lo que una distribución de trabajo organizada se verá reflejado en el cumplimiento de objetivos y metas de la empresa.

7.1. ORGANIGRAMA

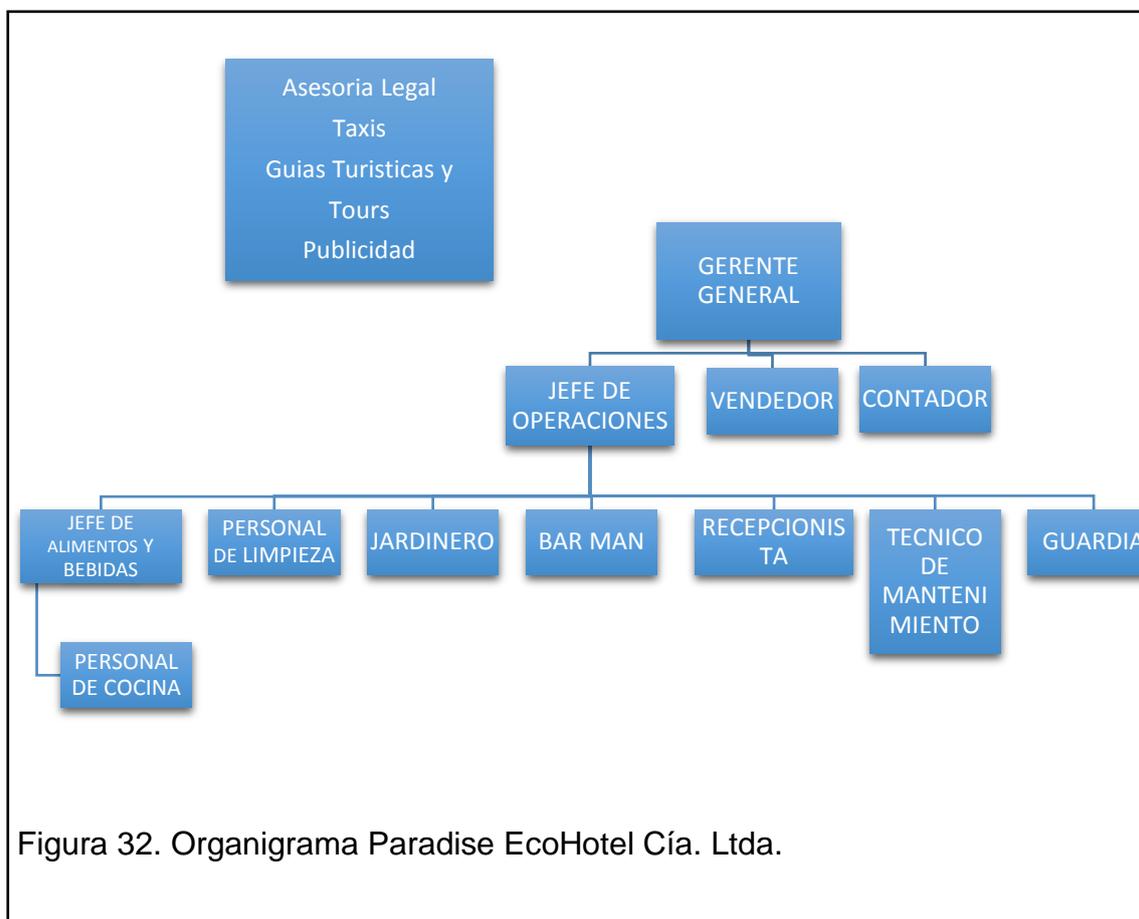
La estructura de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., será jerárquica, para que los directivos puedan tener un control óptimo de todas las actividades que se realicen. Además, de que ayuda a tener un panorama claro sobre cómo se maneja el EcoHotel, y a la hora de las evaluaciones de desempeño, la organización ayudará a tomar las decisiones correctas.

Así mismo, el objetivo es crear un ambiente de trabajo en el que los colaboradores se sientan a gusto, mediante charlas motivacionales, cumplimiento de los valores de la empresa, puntualidad en el pago de salarios y beneficios, entre otros. Del mismo modo, ayudará a establecer a quién se debe reportar los diferentes acontecimientos que sucedan durante la jornada de trabajo, dependiendo del cargo que desempeñen.

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., contará con 3 áreas: Administrativo-Financiero, Marketing y Ventas y Operaciones Turísticas. Estas áreas serán creadas con el objetivo de tener una organización eficiente en el EcoHotel, ya que contará con sistemas integrados de comunicación entre las mismas, lo cual se verá reflejado en la agilidad en el servicio al cliente y la toma de decisiones eficiente y oportuna en las operaciones diarias.

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tendrá dos socios, uno de ellos ejercerá el cargo de Gerente General.

A continuación se presenta el organigrama de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. El cuadro aparte, representan los servicios externos con los que se contará, tales como: asesoría legal, taxis, guías turísticas y tours.



7.2. PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES

7.2.1. DIRECTORIO

Tabla 16. PERFIL GERENTE GENERAL

Puesto	GERENTE GENERAL
Reporta	
Sexo	Femenino/Masculino
Edad	26 - 40 años

Título Académico	Título de tercer nivel relacionado con administración de empresas, Ingeniería en Negocios o afines
Conocimientos	Administrativos, análisis financiero, manejo de presupuesto, manejo de personal
Experiencia	2 años mínimo en puestos similares o 3 años experiencia profesional
Idioma	Inglés y cualquier idioma adicional
Habilidades	Puntual, liderazgo, emprendedor, organizado, buena presencia, responsable, trabajo en equipo

El directorio de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., está formado por los socios, en el cual se asignará a uno de ellos el cargo de Gerente General. Éste se encargará de todo lo referente al giro de negocio, representación legal y puede encargarse de todas las actividades judiciales y administrativas de la empresa.

7.2.2. JEFE DE OPERACIONES

Tabla 17. PERFIL JEFE DE OPERACIONES

Puesto	JEFE DE OPERACIONES
Reporta	Gerente General
Sexo	Mujer
Edad	30-40 años
Título Académico	Título de tercer nivel relacionado con Turismo
Conocimientos	Todo lo relacionado con operaciones turísticas.
Experiencia	5 años mínimo en puestos relacionados con el sector turístico
Idioma	Inglés y Francés
Habilidades	Organizada, buena presencia, puntual, trabajo en equipo, responsable, carismática

- Coordinar las reservas realizadas por el turista
- Se encarga de la recepción de los pasajeros, en colaboración de la recepcionista
- Coordinar todo lo referente a la cocina, como tiempos, menú, compras
- Organizar el personal de limpieza, de manera de que todas las áreas del EcoHotel estén en orden.
- La distribución de las habitaciones debe ser coordinado por el jefe de operaciones, ya que debe tener conocimiento de cuantas habitaciones están disponibles.
- En caso de que el cliente tenga un interés en tomar un tour turístico, el jefe de operaciones será el encargado de armar el itinerario del mismo.
- Toma decisiones pero no representa a la empresa ni legal ni administrativamente.

7.2.3. VENDEDOR

Tabla 18. PERFIL DE VENDEDOR

Puesto	CONTADOR
Reporta	Gerente General
Sexo	Hombre/Mujer
Edad	25 - 35años
Título Académico	Título de tercer nivel relacionado con Marketing, Ventas, Administración de Empresas
Conocimientos	Idiomas, atención al cliente, Contabilidad Básica, Informática
Experiencia	2 años mínimo en ventas, marketing o atención al cliente
Idioma	Ingles

Habilidades	Puntual, organizado, responsable, discreto, diplomático
-------------	---

- Promoción y Difusión de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.
- Ventas

7.2.4 CONTADOR

Tabla 19. PERFIL DE CONTADOR

Puesto	CONTADOR
Reporta	Gerente General
Sexo	Hombre
Edad	25 - 40 años
Título Académico	Título de tercer nivel relacionado con Contabilidad, Auditoría, o afines
Conocimientos	Manejo de Presupuestos, balances, Leyes tributarias y obligaciones con el estado, y este autorizado para firmar balances
Experiencia	4 años mínimo ejerciendo como contador
Idioma	Español
Habilidades	Puntual, organizado, responsable, discreto

- Debe realizar análisis financieros y saber interpretarlos
- Presentación de Balances
- Debe poder firmar los estados financieros
- Encargado de la nómina.
- Cancelación de sueldos
- Cumplir con las normativas legales que exige el Estado.

7.2.5. RECEPCIONISTA

Tabla 20. PERFIL RECEPCIONISTA

Puesto	RECEPCIONISTA
Reporta	Gerente General
Sexo	Mujer
Edad	24 - 40 años
Título Académico	Certificado de suficiencia como mínimo en Inglés
Conocimientos	Informática, Contabilidad Básica, Idiomas
Experiencia	2 a 3 años mínimo en atención al cliente
Idioma	Inglés y cualquier otro idioma
Habilidades	Buena presencia, puntualidad, organización, carismática, atención al cliente

- Recepción de los clientes, llamadas y correos electrónicos
- Facturación
- Ventas directas
- Manejo de conflictos
- Atención al cliente

7.2.6. JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Tabla 21. PERFIL DE JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Puesto	JEFE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
Reporta	Jefe de Operaciones
Sexo	Hombre
Edad	30 - 45 años
Título Académico	Título de tercer nivel en Gastronomía
Conocimientos	Alimentos y Bebidas

Experiencia	5 años mínimo ejerciendo la profesión
Idioma	Inglés
Habilidades	Limpieza, organización, eficiencia, puntualidad, buena presencia

- Ser Chef profesional
- Manejo de inventarios, compras y bodega de alimentos
- Trabajo y organización del equipo de cocina para un trabajo optimo

7.3. COMPENSACION A ADMINISTRADORES, INVERSIONISTAS Y ACCIONISTAS

Todos los colaboradores una vez que acepten formar parte del equipo de trabajo de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., firmarán un contrato de relación de dependencia. Los sueldos y salarios de los colaboradores, incluido el Gerente General, serán estipulados de acuerdo a las funciones que se ejerzan en cada cargo, y los beneficios que dicta la ley según el Código de Trabajo del Ecuador y la Ley Orgánica de Régimen Especial de Galápagos (LOREG).

Tabla 22. NOMINA PARADISE ECOHOTEL CÍA. LTDA.

PERSONAL ADMINISTRATIVO												
Cargo	Sueldo Nominal	Cantidad	Horas extras	Comisiones	Fondos de Reserva	Subtotal 1	Aporte al IESS	Prestamo al IESS	Anticipos	Prestamos	Subtotal 2	Saldo a recibir
Gerente General	\$ 2,500.00	1	-	-	-	\$ 2,500.00	\$ 233.75	-	-	-	\$ 233.75	\$ 2,266.25
Contador	\$ 800.00	1	-	-	-	\$ 800.00	\$ 74.80	-	-	-	\$ 74.80	\$ 725.20
Vendedor	\$ 650.00	1	-	-	-	\$ 650.00	\$ 60.78	-	-	-	\$ 60.78	\$ 589.23
TOTAL	\$ 3,950.00	3	-	-	-	\$ 3,950.00	\$ 369.33	-	-	-	\$ 369.33	\$ 3,580.68
PERSONAL OPERATIVO												
Cargo	Sueldo Nominal	Cantidad	Horas extras	Comisiones	Fondos de Reserva	Subtotal 1	Aporte al IESS	Prestamo al IESS	Anticipos	Prestamos	Subtotal 2	Saldo a recibir
Jefe de Operaciones Turísticas	\$ 900.00	1	-	-	-	\$ 900.00	\$ 84.15	-	-	-	\$ 84.15	\$ 815.85
Jefe de Alimentos y Bebidas	\$ 800.00	1	-	-	-	\$ 800.00	\$ 74.80	-	-	-	\$ 74.80	\$ 725.20
Personal de Cocina	\$ 556.50	2	-	-	-	\$ 556.50	\$ 52.03	-	-	-	\$ 52.03	\$ 504.47
Personal de Limpieza	\$ 556.50	3	-	-	-	\$ 556.50	\$ 52.03	-	-	-	\$ 52.03	\$ 504.47
Recepcionista	\$ 556.50	1	-	-	-	\$ 556.50	\$ 52.03	-	-	-	\$ 52.03	\$ 504.47
Guardia	\$ 556.50	1	-	-	-	\$ 556.50	\$ 52.03	-	-	-	\$ 52.03	\$ 504.47
Jardinero	\$ 556.50	1	-	-	-	\$ 556.50	\$ 52.03	-	-	-	\$ 52.03	\$ 504.47
Barman	\$ 556.50	1	-	-	-	\$ 556.50	\$ 52.03	-	-	-	\$ 52.03	\$ 504.47
Tecnico de mantenimiento	\$ 650.00	1	-	-	-	\$ 650.00	\$ 60.78	-	-	-	\$ 60.78	\$ 589.23
TOTAL	\$ 5,689.00	12	-	-	-	\$ 5,689.00	\$ 531.92	-	-	-	\$ 531.92	\$ 5,157.08

7.4. POLÍTICAS DE EMPLEO Y BENEFICIOS

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., busca crear un ambiente de trabajo agradable para todos los colaboradores, para lo cual es necesario crear un reglamento interno para que todo el personal cumpla sus funciones bajo una misma normativa legal.

Se busca resaltar los valores de seriedad, responsabilidad, liderazgo y respeto entre todos los colaboradores de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., lo cual se vea reflejado en un servicio de excelencia.

Para lograr dicho objetivo, el EcoHotel será muy cauteloso al momento de describir el perfil del personal, ya que en Galápagos se da prioridad a los colonos, y el Consejo de Gobierno es el indicado de enviar a la persona que cumpla con lo solicitado, analizando previamente la base de datos que ellos manejan. En caso de que no exista colono con las especificaciones requeridas, el Consejo tiene la obligación de enviar a la persona adecuada desde el continente.

Dentro de los principales beneficios que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., otorgará a los colaboradores, son capacitaciones constantes en temas específicos que vayan de acuerdo a las funciones que realizan, con el objetivo de reforzar conocimientos y generar un eficiente desempeño corporativo.

Para mayor detalle del reglamento interno de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se puede observar el Anexo 7.

7.5. DERECHOS Y RESTRICCIONES DE ACCIONISTAS E INVERSORES

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., contará con dos socios inversionistas, los cuales cumplirán con los deberes y derechos del directorio del EcoHotel, establecidos en el Capítulo Décimo Segundo del Reglamento Interno.

El directorio deberá velar por la administración y organización de todo el personal, materiales e instalaciones, con el fin de crear un desarrollo empresarial sano y adecuado para un buen desenvolvimiento de las funciones. Además se debe promover el crecimiento del EcoHotel para lograr una evolución en el mercado.

7.6. EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., cuenta con el personal adecuado para cubrir las necesidades del EcoHotel, pero existen funciones en las que ve la necesidad de contar con apoyo adicional como:

- **Asesoría Legal**

Asesoramiento profesional por parte de una persona natural o jurídica que pueda asesorar en todos los procesos y disposiciones legales que el EcoHotel llegará a necesitar.

- **Taxis**

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tendrá una alianza con una cooperativa de taxis específica en Isla Isabela, con el fin de tener el transporte adecuado y a disposición del cliente y el EcoHotel.

Principalmente, se requerirá de sus servicios para el arribo del turista al aeropuerto o muelle como para la salida del mismo, ya que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., brinda el servicio de transporte de aeropuerto -hotel-aeropuerto.

- **Guías Turísticas y Tours**

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., creará alianzas con agencias de guías turísticas y tours, con el fin de que si el cliente desea contratar dicho

servicio en el hotel, Paradise contará inmediatamente con guías profesionales a su disposición para servir al cliente de inmediato.

- **Publicidad**

Se requerirá servicios de publicidad ocasionalmente para actualizar promociones y/o información acerca de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., con el fin de comunicar a los clientes todas las novedades que el EcoHotel presente.

CAPITULO VIII

CRONOGRAMA GENERAL

En el presente capítulo, se detallará el cronograma que se llevará a cabo para la implementación de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., estableciendo fechas desde su iniciación hasta la finalización del proyecto.

8.1. ACTIVIDADES Y DIAGRAMA

En la Figura 8.1., se especifican las actividades que se desarrollarán en la implementación de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., con sus respectivas fechas de inicio y finalización, así como también se muestran las secuencias que ciertas actividades requieren.

	Modo de	Nombre de tarea	Costo	Duración	Comienzo	Fin
1	★	PROYECTO PARADISE ECOHOTEL Cía. Ltda.	\$ 1.082.131,00	505 días	lun 28/10/13	vie 02/10/15
2	★	▸ Planificación General	\$ 10.000,00	46 días	lun 28/10/13	sáb 28/12/13
3	★	Aprobación de planos	\$ 10.000,00	45 días	lun 28/10/13	vie 27/12/13
4	★	Aprobación de Cotizaciones de Maquinaria	\$ 0,00	20 días	lun 04/11/13	vie 29/11/13
5	★	Aprobación de Cotizaciones de Muebles	\$ 0,00	20 días	lun 04/11/13	vie 29/11/13
6	★	▸ Construcción	\$ 937.231,00	415 días	lun 06/01/14	vie 07/08/15
7	★	Construcción en Obra Gris	\$ 308.000,00	218 días	lun 06/01/14	mié 05/11/14
8	★	Acabados	\$ 457.000,00	108 días	jue 06/11/14	lun 06/04/15
9	★	Instalación de Maquinaria	\$ 70.920,00	60 días	mar 07/04/15	lun 29/06/15
10	★	Instalación de Muebles	\$ 86.311,00	50 días	mar 07/04/15	lun 15/06/15
11	★	Solución de Pendientes	\$ 15.000,00	39 días	mar 16/06/15	vie 07/08/15
12	★	Patentes y Permisos	\$ 5.000,00	385 días	lun 06/01/14	vie 26/06/15
13	★	▸ Personal	\$ 4.000,00	30 días	lun 17/08/15	vie 25/09/15
14	★	Contratación de Personal	\$ 0,00	25 días	lun 17/08/15	vie 18/09/15
15	★	Capacitación Personal	\$ 4.000,00	5 días	lun 21/09/15	vie 25/09/15
16	★	▸ Convenios y Publicidad	\$ 5.000,00	125 días	lun 06/04/15	vie 25/09/15
17	★	Convenios con Agencias de Viajes y Páginas Web	\$ 0,00	105 días	lun 06/04/15	vie 28/08/15
18	★	Promoción y Publicidad	\$ 5.000,00	60 días	lun 06/07/15	vie 25/09/15
19	★	Inauguración	\$ 1.000,00	2 días	jue 01/10/15	vie 02/10/15

Figura 33. Diagrama de Actividades

8.1.1. DIAGRAMA DE GANTT

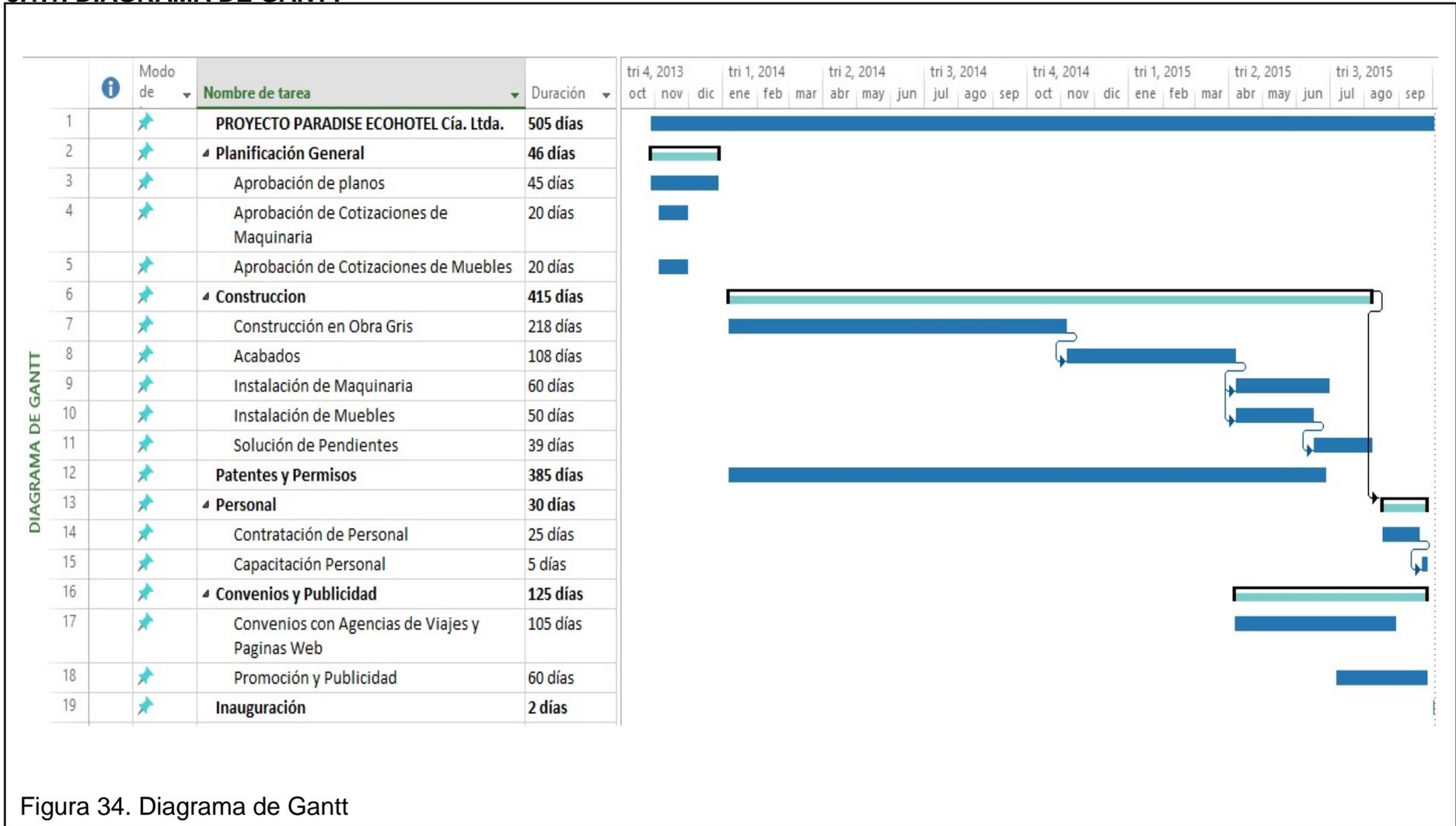


Figura 34. Diagrama de Gantt

El proyecto de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tiene un tiempo aproximado de 505 días laborables, es decir un año y medio, para la ejecución del proyecto total, desde su planificación hasta la apertura del mismo.

El tiempo estimado en el Diagrama de Gantt está planificado para que su construcción sea lo más efectiva y ágil. En caso de tener problemas con los tiempos establecidos, se hará un reajuste, aunque en la planificación se ha tomado en cuenta todos los percances que puedan llegar a suceder como atrasos con proveedores y obreros, permisos, cambios climáticos, entre otros.

CAPITULO IX

RIESGOS CRITICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

9.1 SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., al querer ser pionero en tener la categoría de hotel ecológico dentro de Isla Isabela, ha identificado diferentes supuestos, principalmente el llegar a cumplir con los requisitos que el Ministerio de Ambiente y Turismo establezca para estar dentro de dicha categoría.

Al no tener una competencia directa, dentro de la rama ecológica, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., buscará tener un buen posicionamiento en el mercado para que su resultado se vea reflejado en el nivel de ventas.

De acuerdo a los datos obtenidos del plan financiero el margen bruto obtenido en el primer año será del 40,97%, manteniéndose una tendencia al crecimiento durante los siguientes años. Este margen fue obtenido al relacionar las ventas realizadas con los costos incurridos. Cabe recalcar, que esta tendencia sistemática tiende a ser positiva, gracias a la preferencia ecológica que actualmente el mundo está asumiendo.

El mercado objetivo de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se mantendrá en los europeos y estadounidenses, por lo que los canales de distribución utilizados para llamar su atención seguirán siendo los mismos señalados en el Capítulo IV Plan de Marketing.

En cuanto a los permisos de funcionamiento y reglamentaciones, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., dará cumplimiento a todas las normativas establecidas por el Estado, con el fin de brindar un servicio permanente y de calidad hacia los clientes.

9.2. RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES

- **Restricciones del Gobierno**

- Alza en la Tasa de Entrada al Parque Nacional Galápagos
- Disminución en el cupo de Ingreso de Turistas al Archipiélago
- Prohibición de ingreso de ciertos materiales de construcción.

Actualmente, la tasa de entrada al Parque Nacional Galápagos es de cien dólares americanos, para los extranjeros, por lo que si existiera un incremento en este impuesto, sería un riesgo leve debido a que algunos turistas podrían dejar de visitar las Islas, lo que afectaría en la demanda de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

Así mismo, si el Gobierno llegara a poner un cupo máximo de ingreso de turistas, afectaría directamente a las ventas del EcoHotel, ya que el mercado objetivo está enfocado precisamente en los extranjeros, y al limitar su entrada el turismo de las Islas disminuiría a tal punto que se obtendría un exceso de oferta y por equilibrio natural del mercado, el EcoHotel se vería afectado así como también la competencia.

Por otro lado, existen ciertos productos que tienen restricción de ingreso a las Islas, especialmente cuando se tratan de animales, frutas o plantas. En los casos de construcción, los materiales son más caros, y si se diera el caso de que algún tipo de material que se necesitará para la construcción de Paradise EcoHotel Cía. Ltda., por ser ecológico, sea restringido, se vería la necesidad de sustituirlo.

- **Desastres naturales**

- Erupción de volcanes activos en I Isla Isabela
- Presencia de Tsunamis
- Efecto Invernadero
- Inundaciones

La isla Isabela, es una de las islas con mayor nivel de crecimiento de actividad antrópica, que cuenta con volcanes activos, los cuales pueden entrar en actividad volcánica en cualquier momento lo que eliminaría por completo a la Isla. Además de que trae como consecuencia la creación de tsunamis que puede afectar a todo el archipiélago, estos podrían ser causados por la erupción volcánica, o a su vez, como consecuencia de terremotos fuertes en cualquier parte del mundo.

El efecto invernadero, es otro desastre natural que afectaría directamente a Isabela, ya que la temperatura global aumenta dando como consecuencia la elevación del nivel medio de las aguas, las playas desaparecerían con el riesgo de que hasta la ciudad se inunde.

- **Cambios en las preferencias del mercado**

Los cambios en las preferencias del mercado son muy versátiles, pero actualmente la tendencia se encuentra direccionada hacia lo ecológico, ya que el interés mundial es cuidar del medio ambiente. Gracias a esta nueva tendencia, Paradise EcoHotel Cía. Ltda., tiene una gran ventaja ya que su construcción, misión y visión esta direccionado hacia lo verde.

En caso de que la tendencia cambiara, la empresa como parte de las actividades de marketing, se encargará de analizar el mercado y sus preferencias para re direccionar los objetivos del EcoHotel.

- **Reacción de la competencia**

Paradise EcoHotel Cía. Ltda., se mantendrá alerta frente a los cambios en la industria y competencia, ya que si el proyecto tiene el éxito que se espera, la competencia buscará introducirse en el negocio o en la rama ecológica. Pero, al ser pioneros en esta tendencia ecológica en Galápagos, se tiene una ventaja competitiva que se puede mantener en el tiempo con innovación y responsabilidad ecológica.

Por este motivo, el EcoHotel busca dar la mejor experiencia turística para que se produzca reconocimiento y recomendación por parte de los clientes fortaleciendo así la preferencia hacia Paradise EcoHotel Cía. Ltda.

- **Niveles de ventas menores a los proyectados**

Las ventas que Paradise EcoHotel Cía. Ltda., ha proyectado, han sido en base a un panorama real y conservador. Si las ventas fueran menores a lo presupuestado, el EcoHotel actuaría de manera inmediata para promover los servicios e incrementar sus ventas mediante descuentos y promociones en agencias de viajes, páginas web, metabuscadores y en el mismo EcoHotel.

- **Costos elevados en la construcción de Paradise EcoHotel Cía. Ltda.**

Debido a que Paradise EcoHotel será construido con materiales ecológicos e implementará sistemas para ahorrar energía y consumo de recursos.

CAPITULO X

PLAN FINANCIERO

10.1. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial en este proyecto es el monto con el cual se conseguirá los recursos necesarios para iniciar y mantener en funcionamiento la operación del hotel. Se espera que luego de haber realizado esta inversión, en los cinco períodos posteriores tomando en cuenta un escenario de ocupación del 10% de habitaciones, y así el negocio retorne una cantidad de dinero suficiente como para justificar la inversión inicial.

Tabla 23. INVERSIÓN EN MAQUINARIAS Y EQUIPOS

MAQUINARIA Y EQUIPOS					
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL	
1	Televisores	34	\$ 500.00	\$ 17,000.00	
2	Extractor de olores	1	\$ 400.00	\$ 400.00	
3	Cocina industrial	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
4	Congelador	2	\$ 600.00	\$ 1,200.00	
5	Lavabo dos pozos	1	\$ 200.00	\$ 200.00	
6	Microondas	2	\$ 150.00	\$ 300.00	
7	Refrigeradora	2	\$ 2,500.00	\$ 5,000.00	
8	Licuadaora	2	\$ 90.00	\$ 180.00	
9	Horno	1	\$ 300.00	\$ 300.00	
10	Asador	1	\$ 350.00	\$ 350.00	
11	Batidora	2	\$ 120.00	\$ 240.00	
12	Lavadora	3	\$ 500.00	\$ 1,500.00	
13	Secadora	3	\$ 500.00	\$ 1,500.00	
14	Equipo piscina	1	\$ 7,800.00	\$ 7,800.00	
15	Teléfonos habitaciones	30	\$ 30.00	\$ 900.00	
16	Central telefónica con extensiones	1	\$ 500.00	\$ 500.00	
17	Podadora	1	\$ 850.00	\$ 850.00	
18	Sistema fotovoltaico de produccion de electricidad	3	\$ 5,800.00	\$ 17,400.00	
19	Kit paneles solares	2	\$ 5,400.00	\$ 10,800.00	
20	Baterias para sistema fotovoltaico de electricidad	8	\$ 175.00	\$ 1,400.00	
21	Baterias para paneles solares	6	\$ 350.00	\$ 2,100.00	
TOTAL				\$ 70,920.00	

Tabla 24. INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES			
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT. VALOR
1	Mesas para restaurante	15	\$ 25.00 \$ 375.00
2	Sillas para restaurante	60	\$ 20.00 \$ 1,200.00
3	Camas 1 1/2 plazas	24	\$ 300.00 \$ 7,200.00
4	Colchones	60	\$ 320.00 \$ 19,200.00
5	Camas 2 plazas	34	\$ 400.00 \$ 13,600.00
6	Veladores	118	\$ 30.00 \$ 3,540.00
7	Lámpara de noche	118	\$ 20.00 \$ 2,360.00
8	Escritorio	4	\$ 120.00 \$ 480.00
9	Sillas giratorias	4	\$ 60.00 \$ 240.00
10	Juego de sala	1	\$ 800.00 \$ 800.00
11	Archivador	1	\$ 120.00 \$ 120.00
12	Cilindro de gas	3	\$ 50.00 \$ 150.00
13	Cafetera	3	\$ 150.00 \$ 450.00
14	Extintor	5	\$ 80.00 \$ 400.00
15	Sartenes	10	\$ 30.00 \$ 300.00
16	Ollas	12	\$ 55.00 \$ 660.00
17	Juegos de cuchillos	3	\$ 30.00 \$ 90.00
18	Utensilios varios de cocina	1	\$ 200.00 \$ 200.00
19	Basurero	32	\$ 10.00 \$ 320.00
20	Palas	2	\$ 12.00 \$ 24.00
21	Rastrillo	1	\$ 15.00 \$ 15.00
22	Pico	1	\$ 12.00 \$ 12.00
23	Basureros exteriores	3	\$ 45.00 \$ 135.00
24	Suministros de oficina varios	1	\$ 100.00 \$ 100.00
25	Vajilla	1	\$ 1,200.00 \$ 1,200.00
26	Cristalería	1	\$ 800.00 \$ 800.00
27	Cubertería	1	\$ 600.00 \$ 600.00
28	Lámparas	30	\$ 50.00 \$ 1,500.00
29	Juego de sábanas	116	\$ 30.00 \$ 3,480.00
30	Cobijas	60	\$ 20.00 \$ 1,200.00
31	Edredones	116	\$ 45.00 \$ 5,220.00
32	Almohadas	92	\$ 20.00 \$ 1,840.00
33	Duchas	33	\$ 40.00 \$ 1,320.00
34	Juego de baño	40	\$ 300.00 \$ 12,000.00
35	Grifería baño	40	\$ 50.00 \$ 2,000.00
36	Grifería cocina	1	\$ 280.00 \$ 280.00
37	Juego de toallas	116	\$ 25.00 \$ 2,900.00
TOTAL			\$ 86,311.00

Tabla 25. INVERSIÓN EN TERRENO Y EDIFICIO

TERRENO Y EDIFICIO				
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR
1	Terreno	1	-	-
2	Construcción	1500	\$510.00	\$765,000.00
TOTAL				\$765,000.00

Tabla 26. INVERSIÓN EN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

EQUIPOS DE COMPUTACION				
ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR
1	Computadora	6	\$ 800,00	\$ 4.800,00
2	Impresora multifunción	1	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL				\$ 4.900,00

Tabla 27. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

PREOPERATIVOS	VALOR
Estudio de mecánica de suelos	\$ 10.000,00
Gastos de constitución	\$ 15.000,00
Permisos y licencias	\$ 5.000,00
TOTAL	\$ 30.000,00

Con esta inversión inicial se puede desarrollar el siguiente resumen:

Tabla 28. RESUMEN DE INVERSIONES

DETALLE DE INVERSIONES	VALOR	RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
		VALOR	%	VALOR	%
TERRENOS	\$125,000.00	\$ 125,000.00	100%	\$ -	-
CONSTRUCCIONES	\$765,000.00	\$ 76,500.00	10%	\$ 688,500.00	90%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 70,920.00	\$ 56,736.00	80%	\$ 14,184.00	20%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 86,311.00	\$ 77,679.90	90%	\$ 8,631.10	10%
EQUIPOS COMPUTACIÓN	\$ 4,900.00	\$ 4,410.00	90%	\$ 490.00	10%
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	100%	\$ -	0%
TOTAL DE INVERSIONES	\$ 1,082,131.00	\$ 370,325.90	34%	\$ 711,805.10	66%

El monto total requerido es de 1'082.131,00 USD del cual 66% se espera financiar con la CFN en los siguientes términos:

- Plazo: 10 años, versus la Banca Privada, hasta 5 años en la mayoría de los casos
- Tasa: 9,10% anual, versus la de Bancos Privados 15%.

La Corporación Financiera Nacional, al ser una institución financiera del Estado, tiene como premisa fundamental apoyar a los proyectos turísticos y productivos, entre otros, con condiciones preferenciales y plazos extendidos.

En el anexo 8 se encuentran las condiciones de la CFN para otorgar el crédito para financiar el presente proyecto.

10.2. FUENTES DE INGRESO

Aquí se detallan las fuentes de ingresos provenientes del servicio de alojamiento y alimentación que provee el hotel, para ello, se tomará como dato la capacidad del proyecto (Tabla 11, del Capítulo V del presente proyecto) donde se determina el porcentaje de utilización deseado considerando la observación obtenida en el estudio de mercado y la determinación del proyecto, con esto se determinó la cantidad de habitaciones utilizadas mensualmente por tipo de habitación, así como el número de personas alojadas para el cálculo de ingresos por alimentación.

Es importante señalar que la información que contiene la Tabla 11 del capítulo V muestra el porcentaje de utilización deseado, el mismo que se podrá alcanzar o superar una vez que Paradise EcoHotel Cía. Ltda. atraviese por etapas de penetración en el mercado.

En base a esta información se consideraron los diferentes escenarios, siendo el primer año el que menor porcentaje de ocupación presenta, ya que Paradise EcoHotel se presenta como una empresa nueva en el mercado.

Tabla 29. CALCULO DE DÍAS USADOS AL MES EN EL PRIMER AÑO

MESES	HABITACIÓN SENCILLA	HABITACIÓN DOBLE	HABITACIÓN TRIPLE	DÍAS AL MES	PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN	DÍAS USADOS EN EL MES
Enero	10	12	8	31	25%	7
Febrero	10	12	8	28	34%	9
Marzo	10	12	8	31	34%	10
Abril	10	12	8	30	39%	11
Mayo	10	12	8	31	25%	7
Junio	10	12	8	30	43%	12
Julio	10	12	8	31	61%	18
Agosto	10	12	8	31	75%	23
Septiembre	10	12	8	30	25%	7
Octubre	10	12	8	31	16%	4
Noviembre	10	12	8	30	25%	7
Diciembre	10	12	8	31	75%	23
TOTALES	120	144	96	365	40%	138

Tabla 30. INGRESOS POR TIPO DE HABITACIÓN Y DIAS DE USO EN EL MES HASTA EL SEGUNDO AÑO

SENCILLA (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	DOBLE (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	TRIPLE (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	SUBTOTAL INGRESOS POR HABITACIONES (MES)	PRECIOS CON DESCUENTO
3	\$ 2,940.00	3	\$ 3,780.00	2	\$ 3,080.00	\$ 9,800.00	\$ 6,860.00
3	\$ 3,780.00	4	\$ 6,480.00	3	\$ 5,940.00	\$ 16,200.00	\$ 16,200.00
3	\$ 4,200.00	4	\$ 7,200.00	3	\$ 6,600.00	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00
4	\$ 6,160.00	5	\$ 9,900.00	3	\$ 7,260.00	\$ 23,320.00	\$ 23,320.00
3	\$ 2,940.00	3	\$ 3,780.00	2	\$ 3,080.00	\$ 9,800.00	\$ 6,860.00
4	\$ 6,720.00	5	\$ 10,800.00	3	\$ 7,920.00	\$ 25,440.00	\$ 25,440.00
6	\$ 15,120.00	7	\$ 22,680.00	5	\$ 19,800.00	\$ 57,600.00	\$ 57,600.00
8	\$ 25,760.00	9	\$ 37,260.00	6	\$ 30,360.00	\$ 93,380.00	\$ 93,380.00
3	\$ 2,940.00	3	\$ 3,780.00	2	\$ 3,080.00	\$ 9,800.00	\$ 6,860.00
2	\$ 1,120.00	2	\$ 1,440.00	1	\$ 880.00	\$ 3,440.00	\$ 2,408.00
3	\$ 2,940.00	3	\$ 3,780.00	2	\$ 3,080.00	\$ 9,800.00	\$ 6,860.00
8	\$ 25,760.00	9	\$ 37,260.00	6	\$ 30,360.00	\$ 93,380.00	\$ 93,380.00
50	\$ 100,380.00	57	\$ 148,140.00	38	\$ 121,440.00	\$ 369,960.00	\$ 357,168.00

Tabla 31. INGRESOS POR TIPOS DE HABITACIÓN Y DÍAS DE USO EN EL MES HASTA EL TERCER AÑO

SENCILLA (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	DOBLE (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	TRIPLE (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	SUBTOTAL INGRESOS POR HABITACIONES (MES)	PRECIOS CON DESCUENTO
3	\$ 3,360.00	3	\$ 4,320.00	2	\$ 3,520.00	\$ 11,200.00	\$ 7,840.00
4	\$ 5,600.00	4	\$ 7,200.00	3	\$ 6,600.00	\$ 19,400.00	\$ 19,400.00
4	\$ 6,160.00	4	\$ 7,920.00	3	\$ 7,260.00	\$ 21,340.00	\$ 21,340.00
4	\$ 6,720.00	5	\$ 10,800.00	3	\$ 7,920.00	\$ 25,440.00	\$ 25,440.00
3	\$ 3,360.00	3	\$ 4,320.00	2	\$ 3,520.00	\$ 11,200.00	\$ 7,840.00
5	\$ 9,100.00	5	\$ 11,700.00	4	\$ 11,440.00	\$ 32,240.00	\$ 32,240.00
6	\$ 15,960.00	8	\$ 27,360.00	5	\$ 20,900.00	\$ 64,220.00	\$ 64,220.00
8	\$ 25,760.00	9	\$ 37,260.00	6	\$ 30,360.00	\$ 93,380.00	\$ 93,380.00
3	\$ 3,360.00	3	\$ 4,320.00	2	\$ 3,520.00	\$ 11,200.00	\$ 7,840.00
2	\$ 1,400.00	2	\$ 1,800.00	1	\$ 1,100.00	\$ 4,300.00	\$ 3,010.00
3	\$ 3,360.00	3	\$ 4,320.00	2	\$ 3,520.00	\$ 11,200.00	\$ 7,840.00
8	\$ 25,760.00	9	\$ 37,260.00	6	\$ 30,360.00	\$ 93,380.00	\$ 93,380.00
53	\$ 109,900.00	58	\$ 158,580.00	39	\$ 130,020.00	\$ 398,500.00	\$ 383,770.00

Tabla 32. INGRESOS POR TIPOS DE HABITACIÓN Y DÍAS DE USO EN EL MES HASTA EL QUINTO AÑO

SENCILLA (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	DOBLE (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	TRIPLE (HABITACIONES CON PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN)	INGRESO MENSUAL POR TIPO DE HABITACIÓN	SUBTOTAL INGRESOS POR HABITACIONES (MES)	PRECIOS CON DESCUENTO
3	\$ 3,780.00	4	\$ 6,480.00	2	\$ 3,960.00	\$ 14,220.00	\$ 9,954.00
4	\$ 6,160.00	5	\$ 9,900.00	3	\$ 7,260.00	\$ 23,320.00	\$ 23,320.00
4	\$ 6,720.00	5	\$ 10,800.00	3	\$ 7,920.00	\$ 25,440.00	\$ 25,440.00
5	\$ 9,100.00	5	\$ 11,700.00	4	\$ 11,440.00	\$ 32,240.00	\$ 32,240.00
3	\$ 3,780.00	4	\$ 6,480.00	2	\$ 3,960.00	\$ 14,220.00	\$ 9,954.00
5	\$ 10,500.00	6	\$ 16,200.00	4	\$ 13,200.00	\$ 39,900.00	\$ 39,900.00
7	\$ 20,580.00	8	\$ 30,240.00	6	\$ 27,720.00	\$ 78,540.00	\$ 78,540.00
9	\$ 32,760.00	10	\$ 46,800.00	7	\$ 40,040.00	\$ 119,600.00	\$ 119,600.00
3	\$ 3,780.00	4	\$ 6,480.00	2	\$ 3,960.00	\$ 14,220.00	\$ 9,954.00
2	\$ 1,680.00	2	\$ 2,160.00	2	\$ 2,640.00	\$ 6,480.00	\$ 4,536.00
3	\$ 3,780.00	4	\$ 6,480.00	2	\$ 3,960.00	\$ 14,220.00	\$ 9,954.00
9	\$ 32,760.00	10	\$ 46,800.00	7	\$ 40,040.00	\$ 119,600.00	\$ 119,600.00
57	\$ 135,380.00	67	\$ 200,520.00	44	\$ 166,100.00	\$ 502,000.00	\$ 482,992.00

10.2.1. Ingresos por comidas

Tabla 33. PRECIOS POR TIPO DE COMIDA

COMIDAS		
DESAYUNO	ALMUERZO	CENA
\$ 7,00	\$ 12,00	\$ 12,00

Tabla 34. INGRESOS POR ALIMENTACIÓN

PERIODOS MESES/ CONCEPTO	HASTA SEGUNDO AÑO		DESDE TERCER A QUINTO AÑO		DESDE EL QUINTO AÑO	
	TOTAL PERSONAS ALOJADAS AL MES	COMIDAS AL DIA (2, DESAYUNO Y CENA)	TOTAL PERSONAS ALOJADAS AL MES	COMIDAS AL DIA (2, DESAYUNO Y CENA)	TOTAL PERSONAS ALOJADAS AL MES	COMIDAS AL DIA (2, DESAYUNO Y CENA)
Enero	105	1995	117	2223	4335	82365
Febrero	180	3420	210	3990	7620	144780
Marzo	200	3800	231	4389	8420	159980
Abril	253	4807	276	5244	10327	196213
Mayo	105	1995	120	2280	4395	83505
Junio	276	5244	351	6669	12264	233016
Julio	630	11970	703	13357	26030	494570
Agosto	1012	19228	1012	19228	39468	749892
Septiembre	105	1995	120	2280	4395	83505
Octubre	36	684	45	855	1584	30096
Noviembre	105	1995	120	2280	4395	83505
Diciembre	1012	19228	1012	19228	39468	749892
TOTALES	4019	\$ 76.361	4317	\$ 82.023	162701	\$ 3.091.319

Debido a la naturaleza turística y sector donde se encuentra ubicado el hotel, se ha considerado que en gran parte los huéspedes no se encuentran en las instalaciones a la hora del almuerzo, en tal virtud no se ha considerado dentro de los ingresos regulares.

El resumen general de ingresos previstos será:

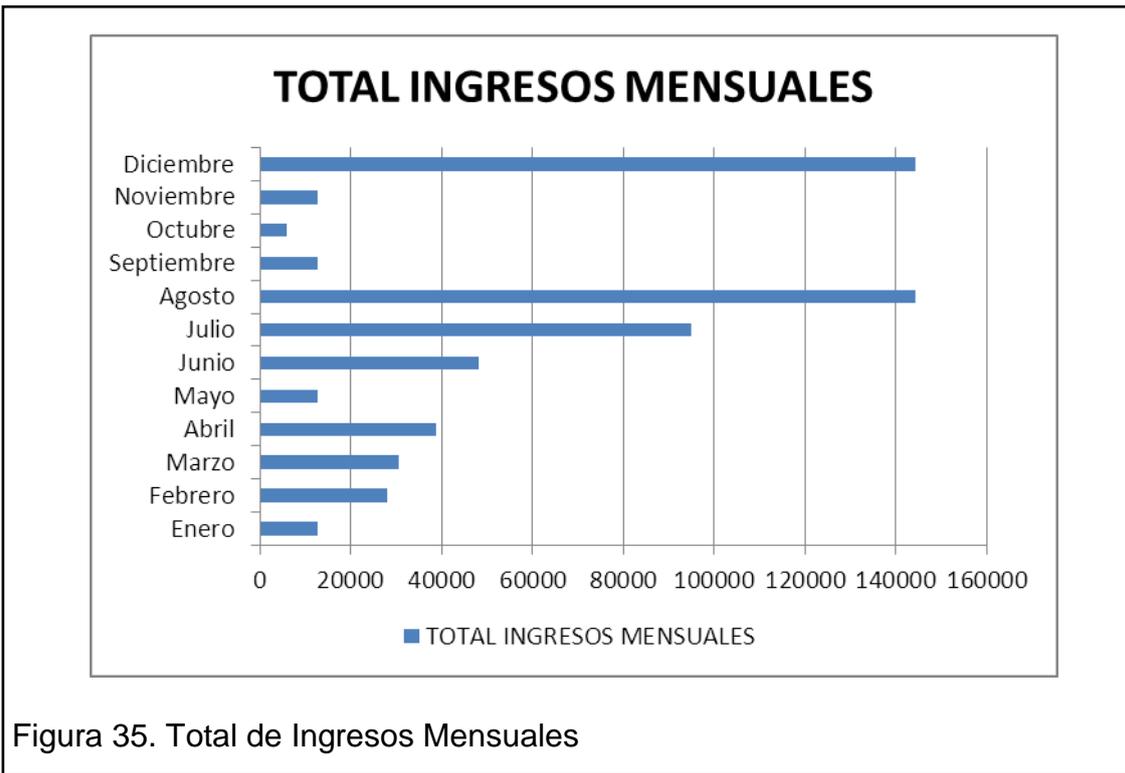


Figura 35. Total de Ingresos Mensuales

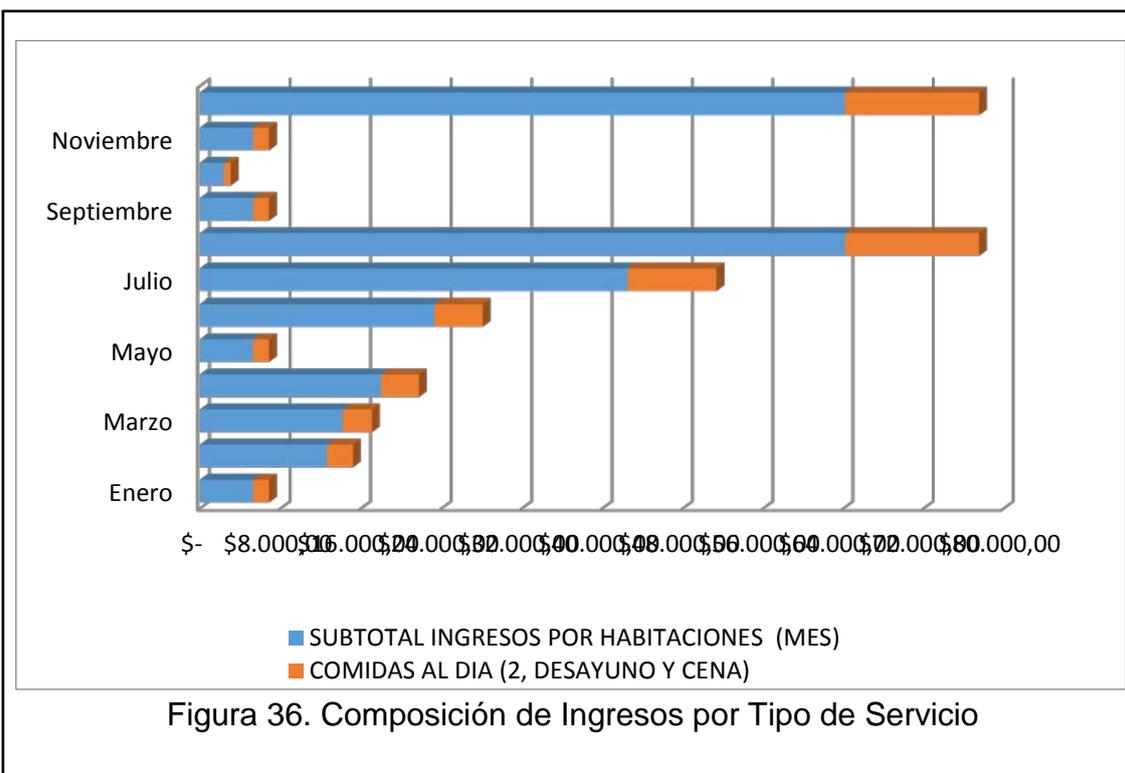


Figura 36. Composición de Ingresos por Tipo de Servicio

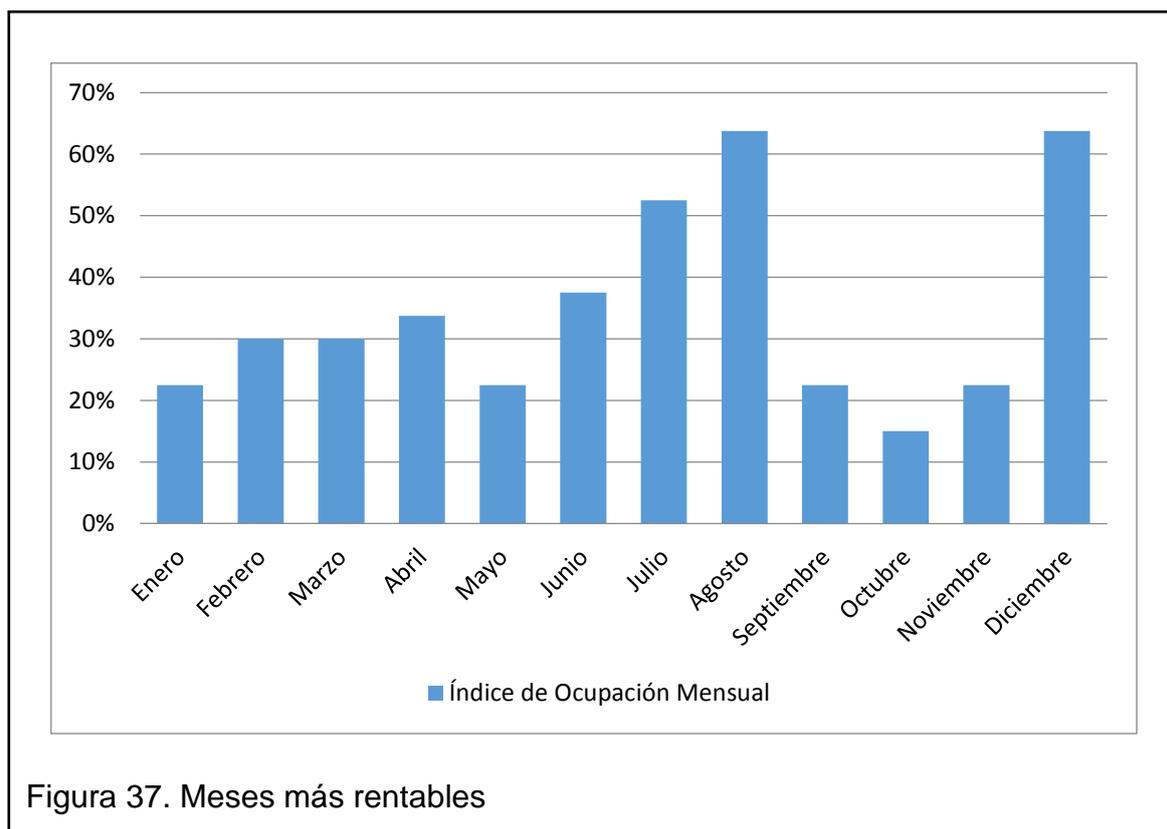


Figura 37. Meses más rentables

Con respecto a la tabla 10 de este proyecto, se determina la composición de habitaciones, donde:



Figura 38. Composición de Habitaciones

En tal virtud, la cantidad de ingresos está dada por una relación similar a la composición de habitaciones, tomando que la rentabilidad de las habitaciones es la tipos de habitación, dado que los costos de mantenimiento de estas habitaciones son menores a las dobles o triples con la diferencia que la diferencia entre tarifas son marginales en relación al número de personas por habitación.

Los ingresos para los primeros dos años se considerarán conservadores en relación al comportamiento del mercado en Galápagos, ya que se estima que el mercado tiene un porcentaje de utilización de:

Tabla 35. CUADRO COMPARATIVO DE PORCENTAJES DE UTILIZACIÓN

Año 1-2	Año 3-4	Año 5-10
PORCENTAJE DE UTILIZACION	PORCENTAJE DE UTILIZACION	PORCENTAJE DE UTILIZACION
25%	27%	30%
34%	36%	40%
34%	36%	40%
39%	41%	45%
25%	27%	30%
43%	45%	50%
61%	63%	70%
75%	77%	85%
25%	27%	30%
16%	18%	20%
25%	27%	30%
75%	77%	85%
40%	42%	46%

Se debe considerar que estos datos pueden variar acorde a factores externos al proyecto tales como:

- Políticas Estatales por parte de:
 - Gobierno Central
 - Ejecutivo

- Ministerio de Turismo
- Gobierno seccional
 - Ordenanzas municipales de construcciones y precios

10.3. COSTOS FIJOS Y VARIABLES

En este proyecto se han establecido los costos fijos y variables en función evidentemente de la producción, también se han considerado pesos de los componentes del costo en relación a la utilidad para establecer el costo mensual y anual.

10.3.1. Costos fijos

Como costo fijo para este proyecto se determinan los sueldos del personal Operativo, del personal Administrativo y servicio de Internet, debido a que es un paquete contratado con un ancho de banda preestablecido.

Tabla 36. COSTOS FIJOS (Anual)

Sueldos	Valor Anual
Operativos	\$ 88,302.00
Administrativos	\$ 47,400.00
Internet	\$ 3,600.00
TOTAL	\$ 139,302.00

10.3.2. Costos variables

La determinación de los costos variables están tomados en relación a la observación y estudio de la zona, los valores reales de la zona y el consumo real de un hotel de similares características y capacidad:

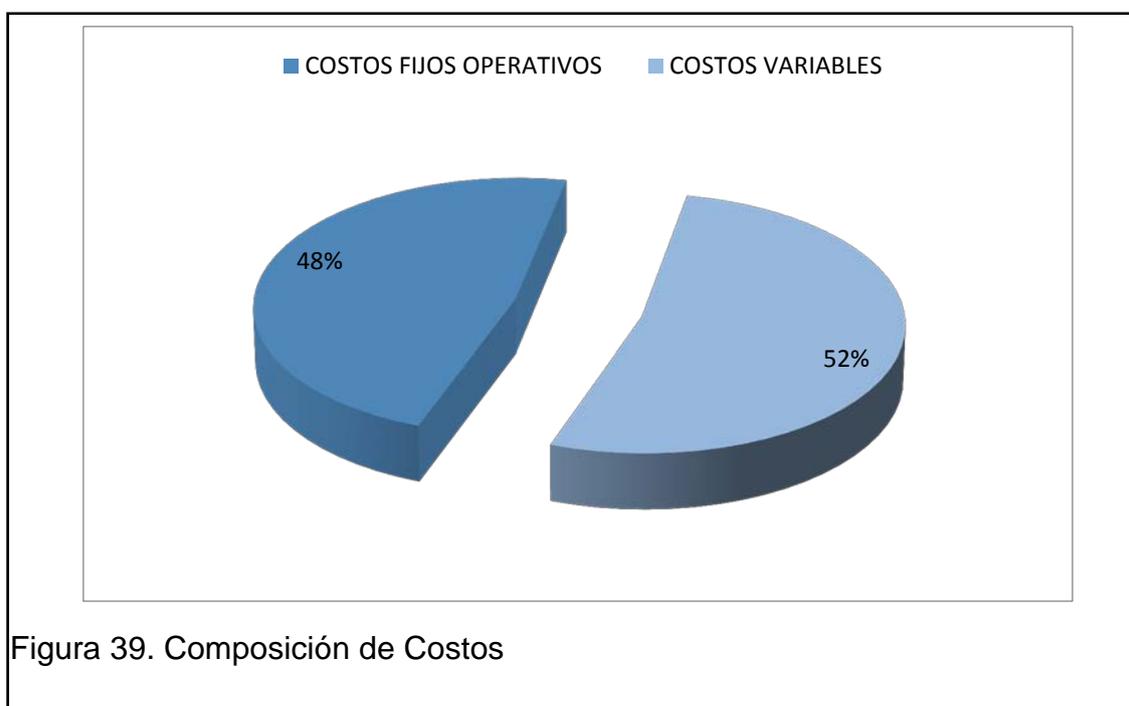
Tabla 37. COSTOS VARIABLES (Anual)

COSTOS VARIABLES						
Servicios Básicos	Agua	Luz	Teléfono	Lavandería	Insumos Alimentos	TOTAL MES/ AÑO
Enero	150	1372	548.8	411.6	798	3280.4

Febrero	150	3240	1296	972	1368	7026
Marzo	150	3600	1440	1080	1520	7790
Abril	150	4664	1865.6	1399.2	1922.8	10001.6
Mayo	150	1372	548.8	411.6	798	3280.4
Junio	150	5088	2035.2	1526.4	2097.6	10897.2
Julio	150	11520	4608	3456	4788	24522
Agosto	150	18676	7470.4	5602.8	7691.2	39590.4
Septiembre	150	1372	548.8	411.6	798	3280.4
Octubre	150	481.6	192.64	144.48	273.6	1242.32
Noviembre	150	1372	548.8	411.6	798	3280.4
Diciembre	150	18676	7470.4	5602.8	7691.2	39590.4
TOTAL AÑO	\$1800	\$71433.6	\$28573.44	\$21430.08	\$30544.4	\$153781.52

La composición entre costos fijos y variables es la siguiente:

Con ello se puede percibir, que la empresa tiene la posibilidad de manejar su margen de utilidad al controlar los costos variables, aunque existe la desventaja que se depende de una correcta negociación en el Ecuador continental a fin de mantener los costos de insumos a un precio razonable y como en el caso del cuadro se negocie con la transportación a Galápagos incluida.



10.4. MARGEN BRUTO Y MARGEN OPERATIVO

Para el efecto de este proyecto en primera instancia el margen bruto será igual al margen operativo, debido a que en un inicio no existirán ingresos y gastos que no sean exclusivamente para la operación de Paradise EcoHotel Cia. Ltda.

Tabla 38. MARGEN BRUTO

MARGEN BRUTO										
CONCEPTO /AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	\$416,187.84	\$ 437,496.66	465,793.00	489,295.58	513,802.30	586,618.00	615,563.41	645,708.43	677,089.86	709,744.93
Costos	\$ 245,683.52	\$ 258,171.26	259,815.68	272,828.73	286,392.22	293,326.04	307,690.63	322,644.40	338,205.08	354,390.60
Utilidad Bruta	\$ 170,504.32	\$ 179,325.40	205,977.32	216,466.85	227,410.09	293,291.96	307,872.78	323,064.03	338,884.78	355,354.33
MARGEN	40.97%	40.99%	44.22%	44.24%	44.26%	50.00%	50.01%	50.03%	50.05%	50.07%

10.5. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Para poder establecer el estado de resultados, es necesario previamente calcular:

Tabla 39. INFLACIÓN ANUAL Y PROYECCIONES

AÑOS	AÑOS											
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Inflación	4,50%	5,60%	6,30%	5,40%	4,80%	4,90%	6,12%	5,65%	5,72%	5,79%	5,86%	

Tomado de Banco Central del Ecuador

Tabla 40. DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIÓN	Monto	Porcentaje	Años de Depreciación	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipos	\$ 70,920.00	10%	10	\$ 7,092.00
Muebles y enseres	\$ 86,311.00	10%	10	\$ 8,631.10
Equipo de Cómputo	\$ 4,900.00	33%	3	\$ 1,633.33
Obra Civil	\$ 765,000.00	5%	20	\$ 38,250.00
TOTAL	\$ 927,131.00	-	-	\$ 55,606.43

Tabla 41. AMORTIZACIÓN

Gastos de constitución				
PREOPERATIVOS	VALOR	AMORTIZACIÓN	AÑOS	VALOR
Estudio de mecánica de suelos	\$ 10.000,00	20%	5	\$ 2.000,00
Gastos de constitución	\$ 15.000,00	20%	5	\$ 3.000,00
Permisos y licencias	\$ 5.000,00	20%	5	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 30.000,00	20%	5	\$ 6.000,00

Tabla 42. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADO										
CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	\$416,187.84	\$437,496.66	\$465,793.00	\$489,295.58	\$513,802.30	\$586,618.00	\$615,563.41	\$645,708.43	\$677,089.86	\$709,744.93
- Costos variables	\$153,781.52	\$161,598.01	\$158,369.62	\$166,301.68	\$174,569.24	\$175,985.40	\$184,603.66	\$193,575.39	\$202,911.26	\$212,622.01
- Costo fijo operacional	\$91,902.00	\$96,573.25	\$101,446.06	\$106,527.06	\$111,822.97	\$117,340.64	\$123,086.98	\$129,069.00	\$135,293.82	\$141,768.59
- Gastos Administrativos y de Ventas	\$47,400.00	\$49,809.27	\$52,322.51	\$54,943.12	\$57,674.58	\$60,520.40	\$63,484.18	\$66,569.51	\$69,780.06	\$73,119.53
- Gasto Depreciacion	\$55,606.43	\$55,606.43	\$55,606.43	\$46,881.10	\$46,881.10	\$46,881.10	\$46,881.10	\$46,881.10	\$46,881.10	\$46,881.10
- Gasto Amortizacion	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
- Gasto Publicidad y Representación	\$21,000.00	\$21,000.00								
= Utilidad Operacional	\$40,497.89	\$46,909.69	\$92,048.38	\$108,642.63	\$116,854.41	\$185,890.46	\$197,507.50	\$209,613.42	\$222,223.62	\$235,353.70
- Gastos Financieros	\$62,896.58	\$58,553.48	\$53,798.25	\$48,591.78	\$42,892.22	\$36,684.58	\$29,907.30	\$22,491.91	\$14,378.32	\$5,500.80
= Utilidad antes de part e impuestos	-\$22,398.70	-\$11,643.79	\$38,250.13	\$60,050.86	\$73,962.19	\$149,205.87	\$167,600.20	\$187,121.52	\$207,845.30	\$229,852.89
- Impuestos 25% IR	-\$5,599.67	-\$2,910.95	\$9,562.53	\$15,012.71	\$18,490.55	\$37,301.47	\$41,900.05	\$46,780.38	\$51,961.33	\$57,463.22
= Utilidad antes de impuestos	-\$16,799.02	-\$8,732.85	\$28,687.60	\$45,038.14	\$55,471.65	\$111,904.41	\$125,700.15	\$140,341.14	\$155,883.98	\$172,389.67
- Impuestos 15% PART	-\$2,519.85	-\$1,309.93	\$4,303.14	\$6,755.72	\$8,320.75	\$16,785.66	\$18,855.02	\$21,051.17	\$23,382.60	\$25,858.45
= Utilidad neta	-\$14,279.17	-\$7,422.92	\$24,384.46	\$38,282.42	\$47,150.90	\$95,118.75	\$106,845.13	\$119,289.97	\$132,501.38	\$146,531.22

La elaboración de la proyección se ha realizado a través de técnicas estadísticas entre las que se encuentran las tendencias que considerando datos históricos de hoteles del sector con características similares al del proyecto permite contar con datos futuros.

Para ello se han establecido pautas de crecimiento en los ingresos pasando de un 25% los dos primeros años, posterior un aumento del 27% (por ser hotel nuevo) hasta un 30% que es el índice de ocupación regular en meses bajos en los hoteles de Galápagos, acorde a lo mostrado en el capítulo 5 del presente proyecto.

Por otra parte se ha considerado la proyección de la inflación tomando en cuenta los datos históricos y proyectándolos acorde al comportamiento que han tenido en años pasados, donde también han sido afectados los índices de precios en los insumos y los niveles salariales.

Ahora bien, con esto se ha determinado el nivel de ventas para el período que se va a proyectar y las demás cuentas se encuentran en función a las ventas, y se estimarán en base a la proporción que representó cada una de ellas con respecto al renglón de ingresos del primer periodo ya que este cuenta con datos reales.

En el anexo 9 se encontrará el balance de resultados desglosado por meses.

10.6. BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 43. Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO										
CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVOS										
Activos corrientes										
Disponible										
Caja	\$ 7.636,50	\$ 13.575,92	\$ 19.967,42	\$ 26.960,53	\$ 34.203,98	\$ 47.177,14	\$ 57.759,06	\$ 68.835,89	\$ 80.415,66	\$ 92.505,22
Caja chica	\$ 763,65	\$ 1.357,59	\$ 1.426,60	\$ 2.696,05	\$ 2.831,09	\$ 2.971,83	\$ 3.118,47	\$ 3.271,19	\$ 3.430,17	\$ 3.595,60
Banco del Pichincha	\$ 40.778,91	\$ 72.495,43	\$ 106.968,12	\$ 143.969,23	\$ 183.002,86	\$ 252.973,43	\$ 310.027,83	\$ 369.751,08	\$ 432.186,49	\$ 497.370,84
Banco del Pacífico	\$ 27.185,94	\$ 48.330,28	\$ 71.312,08	\$ 95.979,49	\$ 122.001,90	\$ 168.648,96	\$ 206.685,22	\$ 246.500,72	\$ 288.124,32	\$ 331.580,56
Existencias										
Inventario de suministros	\$ 30.544,40	\$ 28.897,45	\$ 30.366,26	\$ 31.898,46	\$ 33.496,11	\$ 35.161,35	\$ 36.896,31	\$ 38.703,18	\$ 40.584,15	\$ 42.541,47
Total Activos Corrientes	\$ 142.495,49	\$ 164.656,67	\$ 230.040,48	\$ 301.503,76	\$ 375.535,95	\$ 506.932,71	\$ 614.486,88	\$ 727.062,06	\$ 844.740,79	\$ 967.593,69
Activos no corrientes										
Activos Intangibles										
Estudio de mecánica de suelos	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de constitución	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Permisos y licencias	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intelectuales: Amortización	(\$ 6.000,00)	(\$ 6.000,00)	(\$ 6.000,00)	(\$ 6.000,00)	(\$ 6.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Propiedad, Planta y equipo										
Terreno	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00	\$ 125.000,00
Edificaciones	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00	\$ 765.000,00
Muebles y enseres	\$ 86.311,00	\$ 86.311,00	\$ 86.311,00	\$ 86.311,00	\$ 86.311,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinarias y equipos	\$ 70.920,00	\$ 70.920,00	\$ 70.920,00	\$ 70.920,00	\$ 70.920,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de computación e	\$ 4.900,00	\$ 4.900,00	\$ 4.900,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación acumulada	(\$ 40.365,00)	(\$ 40.365,00)	(\$ 40.365,00)	(\$ 38.748,00)	(\$ 38.748,00)	(\$ 38.748,00)	(\$ 38.748,00)	(\$ 38.748,00)	(\$ 38.748,00)	(\$ 38.748,00)
Total Activos no corrientes	\$ 1.011.766,00	\$ 1.035.766,00	\$ 1.035.766,00	\$ 1.032.483,00	\$ 1.032.483,00	\$ 851.252,00				
Total Activos	\$ 1.154.261,49	\$ 1.200.422,67	\$ 1.265.806,48	\$ 1.333.986,76	\$ 1.408.018,95	\$ 1.358.184,71	\$ 1.465.738,88	\$ 1.578.314,06	\$ 1.695.992,79	\$ 1.818.845,69
PASIVOS										
Pasivos no corrientes										
Préstamo bancario por pagar a	\$ 711.805,10	\$ 662.032,08	\$ 611.540,58	\$ 556.257,79	\$ 495.729,05	\$ 429.628,82	\$ 357.648,44	\$ 278.890,77	\$ 192.717,71	\$ 98.431,07
Total pasivos no corrientes	\$ 711.805,10	\$ 662.032,08	\$ 611.540,58	\$ 556.257,79	\$ 495.729,05	\$ 429.628,82	\$ 357.648,44	\$ 278.890,77	\$ 192.717,71	\$ 98.431,07
Pasivos corrientes										
Cuentas por pagar comerciales	\$ 6.108,88	\$ 6.421,65	\$ 6.748,06	\$ 7.088,55	\$ 7.443,58	\$ 7.813,63	\$ 8.199,18	\$ 8.600,71	\$ 9.018,70	\$ 9.453,66
Anticipo de clientes	\$ 3.571,68	\$ 3.754,55	\$ 3.945,39	\$ 4.144,46	\$ 4.352,04	\$ 4.568,40	\$ 4.793,82	\$ 5.028,58	\$ 5.272,96	\$ 5.527,27
Servicios Básicos por pagar	\$ 12.260,40	\$ 12.888,13	\$ 13.543,22	\$ 14.226,57	\$ 14.939,12	\$ 15.681,81	\$ 16.455,59	\$ 17.261,44	\$ 18.100,35	\$ 18.973,30
Sueldos y salarios por pagar	\$ 135.702,00	\$ 142.649,94	\$ 149.900,64	\$ 157.464,19	\$ 165.350,90	\$ 173.571,20	\$ 182.135,70	\$ 191.055,15	\$ 200.340,43	\$ 210.002,56
Aportes patronales por pagar	\$ 15.130,77	\$ 15.905,47	\$ 16.713,92	\$ 17.557,26	\$ 18.436,63	\$ 19.353,19	\$ 20.308,13	\$ 21.302,65	\$ 22.337,96	\$ 23.415,29
IVA por Pagar	\$ 31.214,09	\$ 32.812,25	\$ 34.934,48	\$ 36.697,17	\$ 38.535,17	\$ 43.996,35	\$ 46.167,26	\$ 48.428,13	\$ 50.781,74	\$ 53.230,87
Total pasivos corrientes	\$ 203.987,82	\$ 214.432,00	\$ 225.785,70	\$ 237.178,20	\$ 249.057,44	\$ 264.984,58	\$ 278.059,67	\$ 291.676,65	\$ 305.852,14	\$ 320.602,95
Total pasivos	\$ 915.792,92	\$ 876.464,08	\$ 837.326,28	\$ 793.435,99	\$ 744.786,48	\$ 694.613,40	\$ 635.708,11	\$ 570.567,43	\$ 498.569,85	\$ 419.034,02
PATRIMONIO										
Capital emitido	\$ 243.031,32	\$ 326.227,85	\$ 388.675,75	\$ 223.131,47	\$ 263.623,31	\$ 81.465,99	\$ 129.207,22	\$ 182.465,45	\$ 241.811,44	\$ 307.871,77
Utilidad	(\$ 4.562,76)	\$ 2.293,50	\$ 34.100,87	\$ 43.467,27	\$ 52.335,75	\$ 100.303,60	\$ 112.029,98	\$ 124.474,82	\$ 137.686,23	\$ 151.716,07
Utilidades/perdidas años	\$ -	(\$ 4.562,76)	\$ 2.293,50	\$ 34.100,87	\$ 43.467,27	\$ 52.335,75	\$ 100.303,60	\$ 112.029,98	\$ 124.474,82	\$ 137.686,23
Reserva legal	\$ -	\$ -	\$ 3.410,09	\$ 4.346,73	\$ 5.233,57	\$ 10.030,36	\$ 11.203,00	\$ 12.447,48	\$ 13.768,62	\$ 15.171,61
Total Patrimonio	\$ 238.468,57	\$ 323.958,59	\$ 428.480,21	\$ 305.046,34	\$ 364.659,90	\$ 244.135,70	\$ 352.743,80	\$ 431.417,73	\$ 517.741,12	\$ 612.445,68
Total pasivos y patrimonio	\$ 1.154.261,49	\$ 1.200.422,67	\$ 1.265.806,48	\$ 1.098.482,33	\$ 1.109.446,39	\$ 938.749,10	\$ 988.451,91	\$ 1.001.985,15	\$ 1.016.310,97	\$ 1.031.479,70

El balance general proyectado refleja una capitalización rápida, debido a una política interna de no distribución de utilidades, evidentemente esta política puede ser revisada en relación a los flujos futuros que vaya generando el proyecto; dentro de las políticas definidas por los socios, es prioridad cancelar el pago de la deuda a largo plazo a fin de poder ir capitalizando adecuadamente la instalaciones y facilidades productivas (hotel)

10.7. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

Mediante el estado de flujo de efectivo se registran los movimientos de efectivo de la empresa.

Tabla 44. FLUJO DE FONDOS PROYECTADO

	2013- 2014	2014- 2015	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018					
Flujos por actividades operativas										
Utilidad Neta	0	68327.26435	75183.51478	85990.89249	91163.52062					
+ Depreciación	55606.43	55606.43	46881.1	46881.1	46881.1					
+ Amortización	6000	6000	6000	6000	6000					
- Ganancia sobre venta de activos	0	0	0	0	0					
+ Decremento en inventarios	0	0	0	0	0					
+ Incremento de cuentas por cobrar	0	0	0	0	0					
- Decremento de pasivos devengados	0	61606.43333	-49773	11833.4136	-50491.5	2389.601829	-55282.8	-2401.69074	-60528.7	-7647.643704
= Efectivo neto por actividades operativas	61606.43333	80160.67796	77573.11661	83589.20175	83515.87691					
Flujos por actividades de Inversión										
- Adquisición de activos de planta	-927131	0	0	0	0					
+ Entradas de efectivo por venta de activos de planta	0	0	0	0	0					
= Efectivo neto por actividades de inversión	-927131	0	0	0	0					
Flujos por actividades de financiamiento										
+ Entradas de efectivo por la emisión de acciones comunes	0	0	0	0	0					
+ Entradas de efectivo por la emisión de documentos por pagar	0	0	0	0	0					
- Pago de documentos por pagar	0	0	0	0	0					
- Compra de acciones de tesorería	0	0	0	0	0					
- Pago de dividendos	0	0	0	0	0					
= Efectivo neto por actividades de inversión	0	0	0	0	0					
Decremento neto de efectivo	-865524.5667	80160.67796	77573.11661	83589.20175	83515.87691					
Saldo Efectivo año 2013	957131	91606.43333	171767.1113	249340.2279	332929.4296					
Saldo Efectivo año 2014	\$ 91,606.43	\$ 171,767.11	\$ 249,340.23	\$ 332,929.43	\$ 416,445.31					

	2018-2019	2019- 2020	2020- 2021	2021- 2022	2022- 2023					
Flujos por actividades operativas										
Utilidad Neta	160031.9987	141999.8452	153726.2269	166171.0669	179382.4805					
Depreciación	46881.1	46881.1	46881.1	46881.1	46881.1					
Amortización	0	0	0	0	0					
Ganancia sobre venta de activos	0	0	0	0	0					
Decremento en inventarios	0	0	0	0	0					
Incremento de cuentas por cobrar	0	0	0	0	0					
Decremento de pasivos devengados	-66100.2	-19219.12532	-71980.4	-25099.28378	-78757.7	-31876.56556	-86173.1	-39291.95935	-94286.6	-47405.54633
Efectivo neto por actividades operativas	140812.8734	116900.5615	121849.6614	126879.1076	131976.9342					
Flujos por actividades de Inversión										
Adquisición de activos de planta	0	0	0	0	0					
Entradas de efectivo por venta de activos de planta	0	0	0	0	0					
Efectivo neto por actividades de inversión	0	0	0	0	0					
Flujos por actividades de financiamiento										
Entradas de efectivo por la emisión de acciones comunes	0	0	0	0	0					
Entradas de efectivo por la emisión de documentos por pagar	0	0	0	0	0					
Pago de documentos por pagar	0	0	0	0	0					
Compra de acciones de tesorería	0	0	0	0	0					
Pago de dividendos	0	0	0	0	0					
Efectivo neto por actividades de inversión	0	0	0	0	0					
Incremento neto de efectivo	140812.8734	116900.5615	121849.6614	126879.1076	131976.9342					
Saldo Efectivo año 2013	416445.3066	557258.1799	674158.7414	796008.4028	922887.5103					
Saldo Efectivo año 2014	\$ 557,258.18	\$ 674,158.74	\$ 796,008.40	\$ 922,887.51	\$ 1,054,864.44					

10.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

$$P.E. = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

Dónde:

	\$	
COSTOS FIJOS	139,302.00	
COSTOS	\$	
VARIABLES	153,781.52	
	\$	
VENTAS TOTALES	433,529.00	
	\$	
PE	215,878.47	ANUALES
		MENSUALES
	\$ 17,989.87	(APROXIMADO)

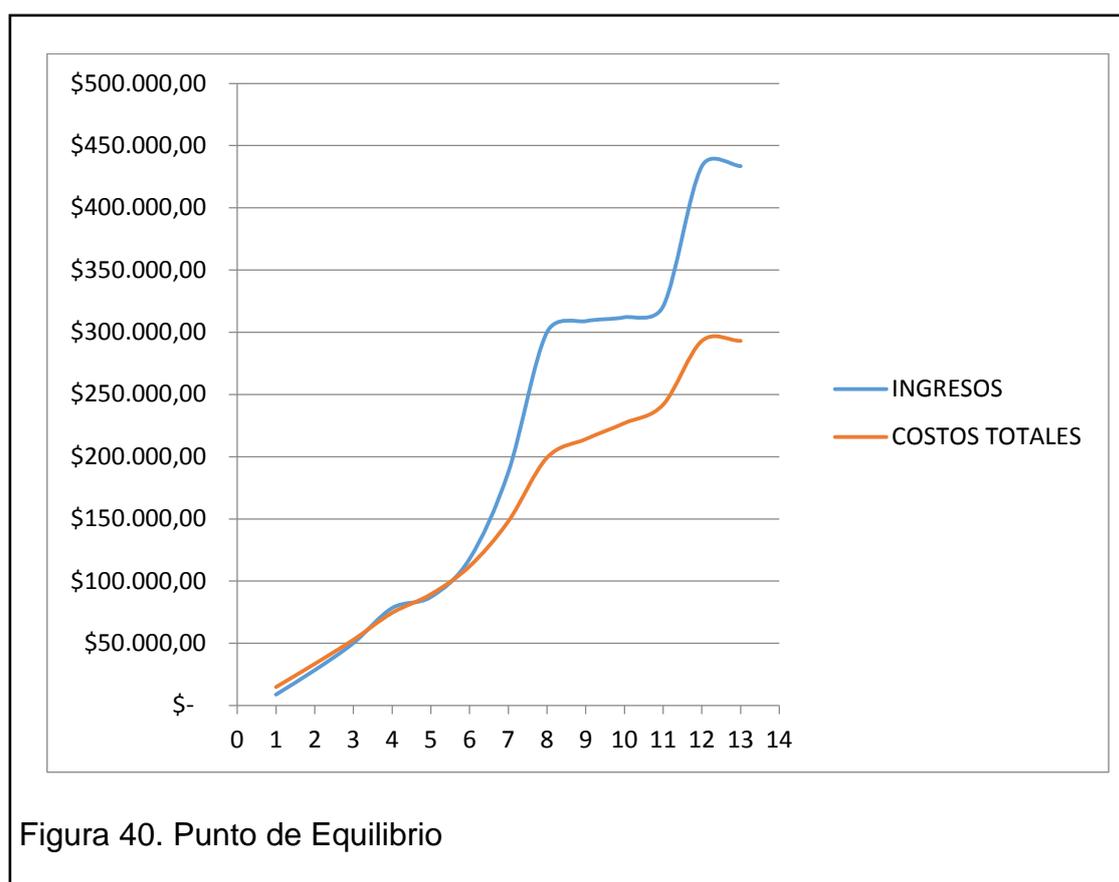
Tabla 45. PUNTO DE EQUILIBRIO

	INGRESOS	COSTOS TOTALES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Enero	\$ 8,855.00	\$ 14,749.55	\$ 11,608.50	\$ 3,141.05
Febrero	\$ 19,620.00	\$ 18,568.11	\$ 11,608.50	\$ 6,959.61
Marzo	\$ 21,800.00	\$ 19,341.40	\$ 11,608.50	\$ 7,732.90
Abril	\$ 28,127.00	\$ 21,585.72	\$ 11,608.50	\$ 9,977.22
Mayo	\$ 8,855.00	\$ 14,749.55	\$ 11,608.50	\$ 3,141.05
Junio	\$ 30,684.00	\$ 22,492.74	\$ 11,608.50	\$ 10,884.24
Julio	\$ 69,570.00	\$ 36,286.39	\$ 11,608.50	\$ 24,677.89
Agosto	\$ 112,608.00	\$ 51,552.84	\$ 11,608.50	\$ 39,944.34
Septiembre	\$ 8,855.00	\$ 14,749.55	\$ 11,608.50	\$ 3,141.05
Octubre	\$ 3,092.00	\$ 12,705.30	\$ 11,608.50	\$ 1,096.80
Noviembre	\$ 8,855.00	\$ 14,749.55	\$ 11,608.50	\$ 3,141.05
Diciembre	\$ 112,608.00	\$ 51,552.84	\$ 11,608.50	\$ 39,944.34

Con esta información no se puede reflejar el tiempo de en el cual se llegará al punto de equilibrio, pero realizando un acumulativo de costos e ingresos en el año se obtiene:

Tabla 46. INGRESOS Y COSTOS TOTALES MENSUALES

	INGRESOS	COSTOS TOTALES
Enero	\$ 8,855.00	\$ 14,888.90
Febrero	\$ 28,475.00	\$ 33,523.40
Marzo	\$ 50,275.00	\$ 52,921.90
Abril	\$ 78,402.00	\$ 74,532.00
Mayo	\$ 87,257.00	\$ 89,420.90
Junio	\$ 117,941.00	\$ 111,926.60
Julio	\$ 187,511.00	\$ 148,057.10
Agosto	\$ 300,119.00	\$ 199,256.00
Septiembre	\$ 308,974.00	\$ 214,144.90
Octubre	\$ 312,066.00	\$ 226,995.72
Noviembre	\$ 320,921.00	\$ 241,884.62
Diciembre	\$ 433,529.00	\$ 293,083.52
TOTAL	\$ 433,529.00	\$ 293,083.52



Con respecto a la estructura de costos que maneja este proyecto, el costo fijo es alto, el costo de personal, mantenimiento y otros, hacen que el

punto de equilibrio sea alcanzado en 3 meses, hay que considerar que debido a la ciclicidad del mercado hotelero, se alcanza ese punto de equilibrio ya que la temporada alta deja muchos recursos excedentes para meses que son de bajas ventas

10.9. CONTROL DE COSTOS IMPORTANTES

Para el control de costos, se definirán variables de control dentro de los aspectos importantes en el proyecto y los que son controlables a fin de determinar directrices en la toma de decisiones futuras.

El control de costos importantes se verá específicamente en costos fijos, tanto operacionales como fijos, es importante considerar que los rubros de sueldos y salarios deben estar acorde a la realidad del pago en la Provincia, por otra parte el costo de mantenimiento debe ser controlado acorde a los ingresos establecidos en el flujo.

Otro factor a controlar son los gastos de publicidad y representación, dentro de los primeros años, que el negocio es nuevo este valor se paga a fin de dar una imagen al hotel y reconocimiento local y al extranjero, pero dado que la gran mayoría de turistas son extranjeros, se aplicarán posteriormente estrategias de promoción de alta difusión y bajo costo, tales como pueden ser redes sociales.

10.9.1. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Para el análisis de sensibilidad de este proyecto, se considerará el control de los costos variables, ya que al ser un mercado cíclico, los ingresos y costos son por temporada y se debe tener un control de los variables, mismo que es un factor de alta incidencia en la rentabilidad del negocio.

Se ha hecho el análisis con un control del 10% de los costos variables.

PREMISA: Controlar los costos variables, con reducción de un 10% por medio de búsqueda de poder de negociación con proveedores, a fin de buscar mejorar los costos en los insumos. Por otra parte se complementará con una

política de control de costos fijos, ya que la incidencia de los mismos es alta aún más en meses con bajos ingresos

Entonces:

$$(VAN_n - VAN_e)/VAN_e$$

VAN_n: Valor actual neto con premisa de control de costos

VAN_e: Valor actual neto en escenario anterior a la premisa

A fin de determinar la tasa de rendimiento esperado y con ello efectuar los flujos se tiene:

Tabla 47. INDICADORES- ANALISIS DE SENSIBILIDAD

FACTORES	AÑOS	
	2013 (d1)	2014 (d2)
Tasa libre de riesgo	3	3
Beta	1.5	1.5
Rendimiento promedio del mercado	9	11
Tasa de rendimiento (1)	12%	15%
Fuentes: Bloomberg- Damodaran (Bloomberg, 2012) - (Damodaran, 2012)		

Tabla 48. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

SIN CONTROL DEL COSTO		CON CONTROL DEL COSTO	
- Inversión Inicial	\$ (927,131.00)	- Inversión Inicial	\$ (927,131.00)
Flujo 1	\$ 76,365.00	Flujo 1	\$ 76,365.00
Flujo 2	\$ 135,759.23	Flujo 2	\$ 133,545.40
Flujo 3	\$ 199,674.22	Flujo 3	\$ 196,746.69
Flujo 4	\$ 269,605.30	Flujo 4	\$ 291,432.53
Flujo 5	\$ 342,039.83	Flujo 5	\$ 396,277.97
Flujo 6	\$ 471,771.36	Flujo 6	\$ 504,818.64
Flujo 7	\$ 577,590.57	Flujo 7	\$ 661,468.78
Flujo 8	\$ 688,358.88	Flujo 8	\$ 830,707.12
Flujo 9	\$ 804,156.64	Flujo 9	\$ 1,013,287.48
Flujo 10	\$ 925,052.23	Flujo 10	\$ 1,210,012.84

Tasa de descuento 1: 12%

VAN (n) \$ 1,002,639.79

VAN (e) \$ 1,288,479.63

SENSIBILIDAD -22.18%

VANn Valor actual neto con premisa de control de costos

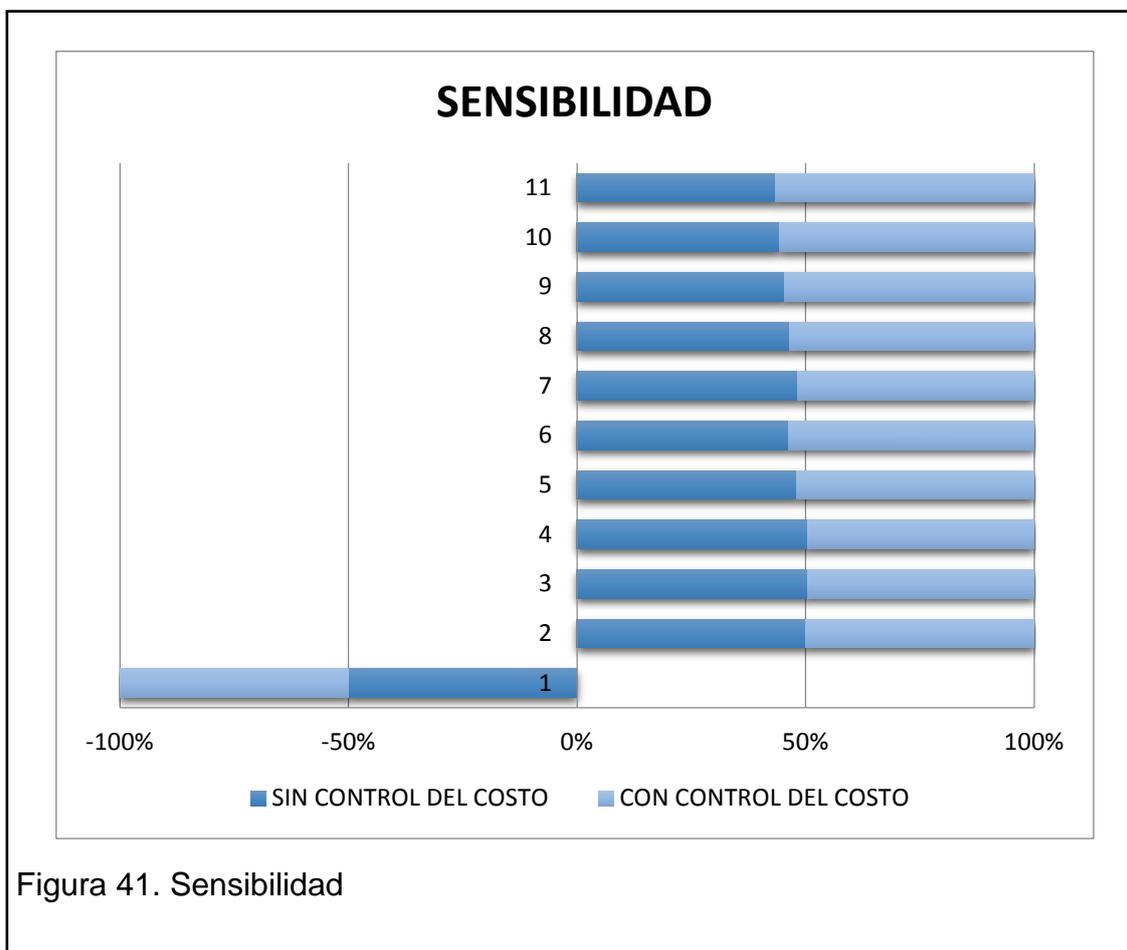
VANe Valor actual neto en escenario anterior a la premisa

Tabla 49. FLUJO CON CONTROL DE COSTO

	FLUJO CON CONTROL DE COSTO				
	2013- 2014	2014- 2015	2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018
Flujos por actividades operativas					
Utilidad Neta	\$ -	\$ 10,815.40	\$ 18,453.30	\$ 49,937.83	\$ 60,097.44
+ Depreciación	40365	40365	38748	38748	38748
+ Amortización	6000	6000	6000	6000	6000
- Ganancia sobre venta de activos	0	0	0	0	0
+ Decremento en inventarios	0	0	0	0	0
+ Incremento de cuentas por cobrar	0	0	0	0	0
- Decremento de pasivos devengados	0 46365	0 46365	0 44748	0 44748	0 44748
= Efectivo neto por actividades operativas	\$ 46,365.00	\$ 57,180.40	\$ 63,201.30	\$ 94,685.83	\$ 104,845.44
Flujos por actividades de Inversión					
- Adquisición de activos de planta	-927131	0	0	0	0
+ Entradas de efectivo por venta de activos de planta	0	0	0	0	0
= Efectivo neto por actividades de inversión	-927131	0	0	0	0
Flujos por actividades de financiamiento					
+ Entradas de efectivo por la emisión de acciones comunes	0	0	0	0	0
+ Entradas de efectivo por la emisión de documentos por pagar	0	0	0	0	0
- Pago de documentos por pagar	0	0	0	0	0
- Compra de acciones de tesorería	0	0	0	0	0
- Pago de dividendos	0	0	0	0	0
= Efectivo neto por actividades de inversión	0	0	0	0	0
Decremento neto de efectivo	-880766	57180.39677	63201.29669	94685.83491	104845.4394
Saldo Efectivo año 2013	957131	76365	133545.3968	196746.6935	291432.5284
Saldo Efectivo año 2014	\$ 76,365.00	\$ 133,545.40	\$ 196,746.69	\$ 291,432.53	\$ 396,277.97

	FLUJO CON CONTROL DE COSTO					
	2018-2019	2019- 2020	2020- 2021	2021- 2022	2022- 2023	2023- 2024
Flujos por actividades operativas						
Utilidad Neta	\$ 69,792.67	\$ 117,902.14	\$ 130,490.34	\$ 143,832.36	\$ 157,977.36	\$ 172,978.27
+ Depreciación	38748	38748	38748	38748	38748	38748
+ Amortización	0	0	0	0	0	0
- Ganancia sobre venta de activos	0	0	0	0	0	0
+ Decremento en inventarios	0	0	0	0	0	0
+ Incremento de cuentas por cobrar	0	0	0	0	0	0
- Decremento de pasivos devengados	0 38748	0 38748	0 38748	0 38748	0 38748	0 38748
= Efectivo neto por actividades operativas	\$ 108,540.67	\$ 156,650.14	\$ 169,238.34	\$ 182,580.36	\$ 196,725.36	\$ 211,726.27
Flujos por actividades de Inversión						
- Adquisición de activos de planta	0	0	0	0	0	0
+ Entradas de efectivo por venta de activos de planta	0	0	0	0	0	0
= Efectivo neto por actividades de inversión	0	0	0	0	0	0
Flujos por actividades de financiamiento						
+ Entradas de efectivo por la emisión de acciones comunes	0	0	0	0	0	0
+ Entradas de efectivo por la emisión de documentos por pagar	0	0	0	0	0	0
- Pago de documentos por pagar	0	0	0	0	0	0
- Compra de acciones de tesorería	0	0	0	0	0	0
- Pago de dividendos	0	0	0	0	0	0
= Efectivo neto por actividades de inversión	0	0	0	0	0	0
Decremento neto de efectivo	108540.6744	156650.1365	169238.3438	182580.3576	196725.3577	211726.2728
Saldo Efectivo año 2013	396277.9678	504818.6422	661468.7787	830707.1225	1013287.48	1210012.838
Saldo Efectivo año 2014	\$ 504,818.64	\$ 661,468.78	\$ 830,707.12	\$ 1,013,287.48	\$ 1,210,012.84	\$ 1,421,739.11

Lo que se puede concluir en base al análisis de sensibilidad es que el proyecto es muy sensible en relación al control de los costos variables, por un control del 10% en los costos variables se obtiene una mejora del 22% en el flujo de los fondos del proyecto



En esta gráfica se puede observar comparativamente la diferencia entre flujos por años que existe cuando se controla el 10% de los costos variables y cuando no se los controla.

10.9.2. ESCENARIOS

En la determinación de escenarios se ha considerado el porcentaje de utilización de las habitaciones por parte de los clientes

Donde la ocupación general de Galápagos es:

Tabla 50. OCUPACION MAXIMA DESEADA

MESES	CAPACIDAD MAXIMA			PORCENTAJE DE UTILIZACION	CAPACIDAD MENSUAL (NOCHES AL MES)
	HABITACIONES	DIAS	TOTAL		
Enero	30	31	930	30%	279
Febrero	30	28	840	40%	336
Marzo	30	31	930	40%	372
Abril	30	30	900	45%	405
Mayo	30	31	930	30%	279
Junio	30	30	900	50%	450
Julio	30	31	930	70%	651
Agosto	30	31	930	85%	791
Septiembre	30	30	900	30%	270
Octubre	30	31	930	20%	186
Noviembre	30	30	900	30%	270
Diciembre	30	31	930	85%	791
TOTAL					5079

Ahora bien, acorde a esta ocupación se ha estipulado partiendo, de los picos máximos y mínimos, que el escenario optimista sería la ocupación de un hotel ya establecido; el realista será con una ocupación de un hotel de 2 años de trayectoria y el escenario pesimista se proyectará con la ocupación de un hotel nuevo. De esta forma se quiere establecer como optimista (la ocupación general del mercado de Galápagos) la realista por debajo del promedio y la pesimista como un hotel nuevo por más de 3 años.

Tabla 51. CUADRO COMPARATIVO

MESES	Pesimista	Realista	Optimista
	PORCENTAJE DE UTILIZACION	PORCENTAJE DE UTILIZACION	PORCENTAJE DE UTILIZACION
Enero	25%	27%	30%
Febrero	34%	36%	40%
Marzo	34%	36%	40%
Abril	39%	41%	45%
Mayo	25%	27%	30%
Junio	43%	45%	50%
Julio	61%	63%	70%

Agosto	75%	77%	85%
Septiembre	25%	27%	30%
Octubre	16%	18%	20%
Noviembre	25%	27%	30%
Diciembre	75%	77%	85%

En tal virtud se obtienen los siguientes datos:

10.9.2.1. Optimista

Tabla 52. RESUMEN DE INGRESOS POR TIPO DE SERVICIOS AÑOS 5 AL 10

MESES	SUBTOTAL INGRESOS POR HABITACIONES (MES)	COMIDAS AL DIA (2, DESAYUNO Y CENA)	TOTAL INGRESOS MENSUALES
Enero	\$ 9,954.00	\$ 2,793.00	\$ 12,747.00
Febrero	\$ 23,320.00	\$ 4,807.00	\$ 28,127.00
Marzo	\$ 25,440.00	\$ 5,244.00	\$ 30,684.00
Abril	\$ 32,240.00	\$ 6,669.00	\$ 38,909.00
Mayo	\$ 9,954.00	\$ 2,907.00	\$ 12,861.00
Junio	\$ 39,900.00	\$ 8,265.00	\$ 48,165.00
Julio	\$ 78,540.00	\$ 16,359.00	\$ 94,899.00
Agosto	\$ 119,600.00	\$ 24,700.00	\$ 144,300.00
Septiembre	\$ 9,954.00	\$ 2,907.00	\$ 12,861.00
Octubre	\$ 4,536.00	\$ 1,368.00	\$ 5,904.00
Noviembre	\$ 9,954.00	\$ 2,907.00	\$ 12,861.00
Diciembre	\$ 119,600.00	\$ 24,700.00	\$ 144,300.00
TOTALES	\$ 482,992.00	\$ 103,626.00	\$ 586,618.00

En el escenario optimista, se ha considerado estar al nivel de ocupación de los hoteles de Galápagos, acorde al estudio de mercado, esta ocupación es muy probable dado que hay escasos de negocios de este estilo, aunque se ha preferido distribuir el índice de ocupación acorde a la madurez del proyecto

10.9.2.2. Realista

Tabla 53. RESUMEN DE INGRESOS POR TIPO DE SERVICIOS (AÑOS 3 Y 4)

MESES	SUBTOTAL INGRESOS POR HABITACIONES (MES)	COMIDAS AL DIA (2, DESAYUNO Y CENA)	TOTAL INGRESOS MENSUALES
Enero	\$ 7,840.00	\$ 2,223.00	\$ 10,063.00
Febrero	\$ 19,400.00	\$ 3,990.00	\$ 23,390.00
Marzo	\$ 21,340.00	\$ 4,389.00	\$ 25,729.00
Abril	\$ 25,440.00	\$ 5,244.00	\$ 30,684.00
Mayo	\$ 7,840.00	\$ 2,280.00	\$ 10,120.00
Junio	\$ 32,240.00	\$ 6,669.00	\$ 38,909.00
Julio	\$ 64,220.00	\$ 13,357.00	\$ 77,577.00
Agosto	\$ 93,380.00	\$ 19,228.00	\$ 112,608.00
Septiembre	\$ 7,840.00	\$ 2,280.00	\$ 10,120.00
Octubre	\$ 3,010.00	\$ 855.00	\$ 3,865.00
Noviembre	\$ 7,840.00	\$ 2,280.00	\$ 10,120.00
Diciembre	\$ 93,380.00	\$ 19,228.00	\$ 112,608.00
TOTALES	\$ 383,770.00	\$ 82,023.00	\$ 465,793.00

En el escenario realista se ha tomado como base el índice de ocupación de hoteles en proceso de crecimiento. Se observa que la empresa es más estable en relación a cambios de los costos (análisis de sensibilidad), es decir podría estar estable económicamente aún cuando existiese un incremento por sobre la inflación determinada en las proyecciones

10.9.2.3. Pesimista

Tabla 54. RESUMEN DE INGRESOS POR TIPO DE SERVICIO (AÑOS 1 y 2)

MESES	SUBTOTAL INGRESOS POR HABITACIONES (MES)	COMIDAS AL DIA (2, DESAYUNO Y CENA)	TOTAL INGRESOS MENSUALES
Enero	\$ 6,860.00	\$ 1,995.00	\$ 8,855.00
Febrero	\$ 16,200.00	\$ 3,420.00	\$ 19,620.00
Marzo	\$ 18,000.00	\$ 3,800.00	\$ 21,800.00
Abril	\$ 23,320.00	\$ 4,807.00	\$ 28,127.00
Mayo	\$ 6,860.00	\$ 1,995.00	\$ 8,855.00
Junio	\$ 25,440.00	\$ 5,244.00	\$ 30,684.00

Julio	\$	57,600.00	\$	11,970.00	\$	69,570.00
Agosto	\$	93,380.00	\$	19,228.00	\$	112,608.00
Septiembre	\$	6,860.00	\$	1,995.00	\$	8,855.00
Octubre	\$	2,408.00	\$	684.00	\$	3,092.00
Noviembre	\$	6,860.00	\$	1,995.00	\$	8,855.00
Diciembre	\$	93,380.00	\$	19,228.00	\$	112,608.00
TOTALES	\$	357,168.00	\$	76,361.00	\$	433,529.00

Se ha escogido este escenario para la realización de la mayoría de análisis del presente proyecto, se lo ha considerado de esta forma a fin de tener un enfoque conservador en cuanto a la viabilidad del proyecto. Con este escenario la rentabilidad se refleja desde el tercer año de operaciones y la recuperación de la inversión empieza a verse desde el quinto año.

Cabe mencionar nuevamente que este escenario se ha tomado como punto de partida para los análisis ya que al ser un negocio que se emprende en tierras extra-continetales implica mucho más riesgo que el establecido teóricamente, por ello la decisión de analizar los datos con este escenario como punto de partida.

10.9.3 INDICES FINANCIEROS

Un indicador financiero, es una razón que se halla entre dos variables y determina una relación entre ambas. Existen gran cantidad de indicadores financieros, pero debido a que este proyecto es de servicios, posee un gran endeudamiento y requiere mucho circulante para la cobertura de sus obligaciones se ha escogido como fundamentales el análisis de los siguientes:

- Razón deuda / patrimonio
- Margen bruto (Ventas-Costos/Ventas)
- Cobertura Líquida de Intereses
- Razón Circulante
- Prueba Ácida
- Rentabilidad sobre los Activo

Tabla 55. INDICES FINANCIEROS

INDICE	AÑOS										INTERPRETACIÓN
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Razón deuda / patrimonio	2,98	2,04	1,43	1,82	1,36	1,76	1,01	0,65	0,37	0,16	Al transcurso del tiempo la deuda se va amortizando en fase a los flujos obtenidos, esto implica que la empresa posee la capacidad de pago a fin de ir cubriendo dicha deuda y creciendo en patrimonio
Margen bruto (Ventas-Costos/Ventas)	0,85	0,85	0,88	0,88	0,88	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	El margen bruto de ventas en relación a las ventas es alto, ya que llevan una relación tendiente a 1
Cobertura Líquida de Intereses	0,24	0,37	1,24	1,61	2,01	4,23	5,58	7,96	13,33	37,22	La empresa tiene rentabilidad a fin de cubrir los intereses generados por la deuda, a excepción de los primeros años donde esa utilidad es baja
Razón Circulante	0,7	0,77	1,02	1,27	1,51	1,91	2,21	2,49	2,76	3,02	Los activos corrientes como caja y bancos incluido inventario de consumibles, son mayores a las deudas corrientes tales como sueldos y cuentas por pagar a largo plazo la empresa dispone de activos que podrían cubrir los intereses de la deuda
Prueba Ácida	0,55	0,63	0,88	1,14	1,37	1,78	2,08	2,36	2,63	2,89	Los activos corrientes como caja y bancos, son mayores a las deudas corrientes tales como sueldos y cuentas por pagar a largo plazo la empresa dispone de circulante
Rentabilidad sobre los Activos	0	0	0,03	0,03	0,04	0,07	0,08	0,08	0,08	0,08	La empresa dispone de bajas rentabilidades en relación a los activos que dispone, esto es debido a la fuerte inversión inicial que implica un negocio de esta magnitud, al transcurso del tiempo mejora, aunque es mejor sacar mayor eficiencia a dichos activos

10.10 VALORACIÓN

10.10.1 VAN

$$VAN = I_0 + \frac{F_1}{(1+r)^1} + \frac{F_2}{(1+r)^2} + \frac{F_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{F_n}{(1+r)^n}$$

Tabla 56. VAN

VALOR ACTUAL NETO		
- Inversión Inicial	\$	(927,131.00)
Flujo 1	\$	76,365.00
Flujo 2	\$	135,759.23
Flujo 3	\$	199,674.22
Flujo 4	\$	269,605.30
Flujo 5	\$	342,039.83
Flujo 6	\$	471,771.36
Flujo 7	\$	577,590.57
Flujo 8	\$	688,358.88
Flujo 9	\$	804,156.64
Flujo 10	\$	925,052.23
Tasa de descuento 1:		12%
Tasa de descuento 2:		15%
VAN (e1) =	\$	2,977,218.56

Con el VAN encontrado, el proyecto es viable debido a que el valor obtenido en el futuro es superior a la inversión realizada en el presente, es decir el dinero en el tiempo si generará beneficios futuros, el proyecto es viable

10.10.2 TIR

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las

inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno.

La TIR de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

$$TIR = d_1 - (d_2 - d_1) \left(\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right)$$

Tabla 57. CALCULO DEL TIR

TASA INTERNA DE RETORNO		
Tasa de descuento 1:		12%
Tasa de descuento 2:		15%
VAN (e1) =	\$	2,977,218.56
VAN (e2) =	\$	2,655,053.30
TIR		25%

Los flujos como se menciona en anteriores ocasiones es analizado por el método CAPM, para ello se manejaron las siguientes variables:

- Tasa Libre De Riesgo
- Beta
- Rendimiento Promedio Del Mercado

Tabla 58. INDICES

FACTORES	AÑOS	
	2013 (d1)	2014 (d2)
Tasa libre de riesgo	3	3

Beta	1.5	1.5
Rendimiento promedio del mercado	9	11
Tasa de rendimiento (1)	12	15
Fuentes: Bloomberg- Damodaran (Bloomberg, 2012) - (Damodaran, 2012)		

El Proyecto es rentable debido a que la TIR es más alta que la tasa de descuento, hay que considerar que mientras más alta sea la TIR el riesgo inherente del proyecto también es mayor, es decir, para obtener las utilidades que percibe el proyecto, el riesgo de pérdida es también muy alto.

CAPITULO XI PROPUESTA DE NEGOCIO

11.1 FINANCIAMIENTO DESEADO

Las fuentes de financiamiento para un proyecto de esta magnitud e industria, son concedidos por organismos financieros estatales, tales como:

Corporación Financiera Nacional, misma que por poder brindar esta cantidad de capital fue la fuente de financiamiento escogida:

La inversión inicial de Paradise Ecohotel Cia. Ltda. será financiada mediante la contribución de los socios y un crédito por parte de una entidad bancaria estatal, a una tasa promedio del 9.10% por ciento que será amortizada a diez años.

Tabla 59. RESUMEN INVERSION INICIAL

INVERSIÓN INICIAL		
Activo Fijo	\$	927,131.00
Activo Intangible	\$	30,000.00
Capital de Trabajo	\$	125,000.00

Tabla 60. FINANCIAMIENTO

Necesidad de recursos	\$	1,082,131.00
Recursos propios	\$	370,325.90
Apalancamiento	\$	711,805.10

11.1.1. BENEFICIARIO Y DESTINO

Acorde a la investigación de campo, son únicamente dos entidades que permiten emprender un negocio de esta magnitud a empresarios nuevos, las entidades son: la Corporación Financiera Nacional y El Banco del Pacífico.

Dentro de los requisitos solicitados para aplicar al crédito y que Paradise Ecohotel Cia. Ltda. debe cumplir son:

- Estar registrado en la Superintendencia de Compañías.

Correspondientemente a ello, se justifica que el préstamo es para la construcción de un hotel es decir, un activo fijo: infraestructuras, maquinarias y equipamientos.

- Por otra parte este crédito sirve para financiar el capital de trabajo, es decir, el pago de mano de obra, materiales directos e indirectos, entre otros.

Hay que tomar en cuenta que para ello se excluyen gastos no operativos de administración y ventas, se consideran también los gastos de promoción y publicidad, aunque posterior al desembolso se puede destinar el dinero a estar actividades

Dentro de la posibilidad del crédito se hará en pagos mensuales y con la facultad de recibir hasta el 70% de la inversión, es decir, 757.491,70 dólares

Para sustentar el préstamo, la CFN solicita una garantía, misma que debe ser real, adecuada y suficiente, como por ejemplo bienes inmuebles y se permite el escalonamiento de las mismas, manteniendo la cobertura mínima del 125% por cada desembolso. En otras palabras se quedará prendado el Hotel como garantía

11.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL Y DEUDA BUSCADA

Acorde a los recursos que dispone la empresa, se puede resumir la estructura del capital que dispone el proyecto y la necesidad de financiamiento externo.

Tabla 61. INVERSIÓN INICIAL

DETALLE DE INVERSIONES	VALOR	RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
		VALOR	%	VALOR	%
TERRENOS	\$ 125,000.00	\$ 125,000.00	100%	\$ -	-
CONSTRUCCIONES	\$ 765,000.00	\$ 76,500.00	10%	\$ 688,500.00	90%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 70,920.00	\$ 56,736.00	80%	\$ 14,184.00	20%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 86,311.00	\$ 77,679.90	90%	\$ 8,631.10	10%
EQUIPOS COMPUTACIÓN	\$ 4,900.00	\$ 4,410.00	90%	\$ 490.00	10%
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	100%	\$ -	0%
TOTAL DE INVERSIONES	\$ 1,082,131.00	\$ 370,325.90	34%	\$ 711,805.10	66%

Esta necesidad de financiamiento se encuentra dentro de los parámetros y requisitos que la fuente seleccionada requiere, ya que el tope de financiamiento de la Corporación Financiera Nacional (CFN) es un tope de 70% para proyectos nuevos.

11.3 CAPITALIZACIÓN

La capitalización constituirá un medio de financiamiento para la empresa, mediante la inyección de capital para poder desarrollar este proyecto.

Paradise Ecohotel Cia. Ltda. tiene dos opciones para capitalizarse; por una parte, el financiamiento propio y por otro el financiamiento externo.

Con respecto a la capitalización de nuevos años debido a que es una empresa que busca capitalizar lo antes posible su inversión, no se han estipulado políticas de reinversión.

Los socios contribuirán en partes iguales, en caso de que alguno de ellos no dispusiere del capital en cierto momento, el flujo de fondos financiará a dicho socio y se tomará en cuenta en el pago de dividendos

Para este proyecto, la capitalización acorde a los flujos obtenidos se busca minimizar el endeudamiento recurrente, en tal virtud se ha decidido que las utilidades obtenidas serán no serán repartidas los primeros años.

11.4 USO DE FONDOS

Esta información nos permite conocer si los recursos generados en la actividad han sido suficientes para atender la financiación requerida o si, por el contrario, la empresa ha tenido que recurrir a fuentes adicionales de financiación.

Los fondos obtenidos se utilizarán de la siguiente manera:

Tabla 62. INVERSION INICIAL

DETALLE DE INVERSIONES	VALOR	RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
		VALOR	%	VALOR	%
TERRENOS	\$ 125,000.00	\$ 125,000.00	100%	\$ -	-
CONSTRUCCIONES	\$ 765,000.00	\$ 76,500.00	10%	\$ 688,500.00	90%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 70,920.00	\$ 56,736.00	80%	\$ 14,184.00	20%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 86,311.00	\$ 77,679.90	90%	\$ 8,631.10	10%
EQUIPOS COMPUTACIÓN	\$ 4,900.00	\$ 4,410.00	90%	\$ 490.00	10%
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	100%	\$ -	0%
TOTAL DE INVERSIONES	\$ 1,082,131.00	\$ 370,325.90	34%	\$ 711,805.10	66%

Tabla 63. GASTOS PUBLICIDAD

Concepto	Valor Anual
Gastos Capacitación	\$ 4,000.00
Ferías	\$ 12,000.00
Folletería	\$ 5,000.00
TOTAL	\$ 21,000.00

11.5 RETORNO PARA EL INVERSIONISTA

Es el rendimiento que el inversionista obtendrá al poner su dinero en la compañía. El porcentaje de ganancia sobre el capital invertido.

Para esto, se debe calcular el flujo de efectivo disponible del inversionista (EFCF por sus siglas en inglés).

Esto es:

$$\begin{aligned}
 & \text{Utilidades antes de impuestos e intereses } *[(1-15%)*(1-25\%)] \\
 & + \text{ Depreciación y amortización} \\
 & - \text{ Variación en el capital de trabajo (activos corrientes – pasivos} \\
 & \text{corrientes)} \\
 & - \text{ Gastos de capital} \\
 & + \text{ Ingresos netos emisión de deuda} \\
 & - \text{ Pagos principales de deuda} \\
 & - \text{ intereses } *[(1-15%)*(1-25\%)]
 \end{aligned}$$

Al flujo obtenido, es necesario traer a valor presente utilizando para ello el Costo Promedio Ponderado de Capital (CMPC o WACC por sus siglas en inglés). La fórmula del CPPC es la siguiente:

$$\text{CPPC} = R_d (1-T_c) D/V + R_e E/V$$

Donde:

R_d = Costo de la deuda

Re = Costo del capital

Tc = Tasa impositiva

D = Total Pasivos

E = Total patrimonio

V = Pasivos + Patrimonio

Es importante mencionar que si la estructura de capital cambia durante la vida del proyecto, esto afectará al cálculo del CPPC y por lo tanto a la tasa de descuento para cada año del proyecto.

Considerando eso se tiene:

Tabla 64. TASAS

Rd = Costo de la deuda	9.10%	Tasa de la CFN
Re = Costo del capital	12.00%	Coste de Oportunidad
Tc = Tasa impositiva	35.30%	Banco Central
D = Total Pasivos	915792.921	Balances Proyectados
E = Total patrimonio	245571.0769	Balances Proyectados
V = Pasivos + Patrimonio	1161363.998	Balances Proyectados

$$CCPC = 9.10\% * (1 - 35.30) \frac{915792.92}{1161364} + \left[12\% * \left(\frac{245571.08}{1161364} \right) \right]$$

CCPC=27.84%

Ahora bien, con este costo de capital se muestra que mientras más bajo sea éste el riesgo de la inversión es menor. Esto indica que tanto más riesgosa es la inversión cuanto más costosa es la financiación.

Con el dato reflejado se evalúa el proyecto

Tabla 65. CALCULO DEL TIR EN BASE A CPPC

Retorno para el inversionista	
- Inversión Inicial	\$ (927,131.00)
Flujo 1	\$ 91,606.43

Flujo 2	\$	171,767.11
Flujo 3	\$	249,340.23
Flujo 4	\$	332,929.43
Flujo 5	\$	416,445.31
Flujo 6	\$	557,258.18
Flujo 7	\$	674,158.74
Flujo 8	\$	796,008.40
Flujo 9	\$	922,887.51
Flujo 10	\$	1,054,864.44
TIR		32%

El retorno para el inversionista es atractivo, considerando. La tasa de descuento CPPC, dado que el TIR encontrado es mayor a la tasa CPPC utilizada para descontar los flujos.

CAPITULO XII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1. CONCLUSIONES

- Cada capítulo del presente plan de negocios contiene datos reales, los mismos que permitieron analizar y elaborar estrategias que contribuyen al desarrollo del mismo.
- En el Ecuador, particularmente en las Islas Galápagos, existe un incremento en el sector turístico, tanto en oferta como en demanda hotelera. De esta manera se crea la necesidad de construir nuevas plantas hoteleras que cubran el crecimiento mencionado. Es así como se presenta una oportunidad para la realización del proyecto.
- Paradise EcoHotel Cía. Ltda., al ser un proyecto hotelero, debe mantener amplias relaciones comerciales con agencias de viajes, aerolíneas y demás participantes de la industria, con el fin de tener varias opciones de difusión de información abarcando así mayor parte del mercado objetivo.
- La industria hotelera en el Ecuador, cuenta con varios tipos de hoteles, divididos por categorías, servicios que ofrecen y ubicación, es decir no es uniforme ni ofrece servicios especializados o temáticos. En tal virtud, Paradise EcoHotel Cía. Ltda. tiene una oportunidad de ofrecer sus servicios ecológicos al mercado.
- Paradise EcoHotel Cía. Ltda. se caracterizará por la calidad y eficiencia en servicios. Se proporcionará la información correcta a los huéspedes con el fin de evitar inconvenientes o falsas especulaciones sobre el servicio que brindará el hotel.

- La investigación de mercado realizada en las Islas Galápagos, determinó los diferentes gustos y preferencias de los turistas que visitan este destino y realizando una planificación estratégica se puede determinar que la mayor parte de personas que visitan las islas Galápagos son extranjeros. Variable que permitió identificar el mercado objetivo.
- El plan operativo de una empresa es determinante para lograr que todas las actividades tengan éxito en su cumplimiento, más aún cuando lo que se ofrece es servicio al cliente. Los tiempos y calidad de servicio deben tener un control exhaustivo.
- Para lograr un ambiente organizacional adecuado, es importante invertir en capacitación o charlas periódicas al personal, en las cuales se los haga partícipes de los distintos procesos que tiene el EcoHotel.
- El cronograma de actividades de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. tiene plazos establecidos, los mismos que deben ser cumplidos con el fin de que el préstamo al que se recurrirá esté vinculado con la operación misma el Eco Hotel para cumplir con los compromisos crediticios.
- Mediante el plan financiero se pudo determinar la importancia de la optimización de recursos y presentar los diferentes escenarios en los que se podría desarrollar la empresa. Paradise EcoHotel Cía. Ltda. es una oportunidad atractiva de inversión y de alta generación de utilidades.
- Después de obtener los datos económicos de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. se pudo determinar los siguientes resultados: VAN de usd. 2'977.218,56 y TIR de 25%. Concluyendo así, que el proyecto es rentable ya que la TIR es más alta que la tasa de descuento. Sin embargo, se debe considerar que mientras más alta es la TIR más riesgo tiene el proyecto.

12.2. RECOMENDACIONES

- Es recomendable mantener la información legal actualizada en cuanto a reformas en las leyes que el Gobierno Nacional aprueba en las islas Galápagos, puesto que, como reserva natural protegida, está expuesta a fuertes regulaciones migratorias y permisos de funcionamiento.
- Paradise EcoHotel Cía. Ltda. es un negocio viable y rentable, por lo que se recomienda aplicar el presente estudio para ponerlo en funcionamiento a corto plazo.
- Se recomienda mantener las relaciones comerciales con agencias de viajes a largo plazo, ya que éstas son puntos importantes de venta y de gran acogida por los turistas.
La distribución permanente y eficaz de información del EcoHotel es a principal herramienta para que dichas relaciones comerciales se mantengan.
- No se debe dejar de lado la idea de abrir una agencia de ventas propia de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. en Quito y Guayaquil, para afianzar las ventas a posibles huéspedes. De esta manera también se facilita la comunicación con el resto de agencias de viajes.
- En cuanto al procedimiento logístico, se debe considerar el tipo de transporte que se necesita para trasladar insumos hacia el EcoHotel. Por lo tanto, se recomienda estar al tanto de los cronogramas que tienen los barcos de carga, con el fin de no tener períodos de desabastecimiento en el hotel.

- Es recomendable que el reglamento interno de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. sea actualizado periódicamente y se dé a conocer a todo el personal con la finalidad de mantener siempre un ambiente de trabajo con cordialidad y respeto.
- La diferenciación de Paradise EcoHotel Cía. Ltda. es su apego con el cuidado de la naturaleza, por lo cual se recomienda mantener este lineamiento para conservar el mercado objetivo elegido.

REFERENCIAS

Alcazar Martinez. B. *Los canales de distribución en el sector turístico.*

Madrid, España: ESIC Editorial

Alide (s.f.) *Hacia una mayor competitividad e integración*

latinoamericana. Recuperado 13 de agosto de 2013 de

http://www.alide.org.pe/download/Publicaciones/rev_10_4.pdf

Amaya Amaya.J. (2005). *Gerencia planeación y estrategia.*

Bucaramanga, Colombia: Editorial Universidad Santo Tomas

Corporación Financiera Nacional. *Contratos de Créditos Externos y*

Créditos Internos (s.f.). Recuperado 4 de septiembre de 2013 de

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=259&Itemid=403

Destinoecuador (s.f.) *Ecuador.* Recuperado el 11 de julio de 2013 de

<http://www.destinoecuador.ec/ecuador.php>

El ciudadano (s.f.). (2009). *Gobierno Apoya al Turismo Comunitario.*

Recuperado el 4 de septiembre de 2013 de

http://www.elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4501:gobierno-apoya-al-turismo-comunitario-&catid=4:social&Itemid=45

Fagas (s.f.). *Deberes y Derechos de los Asociados.* Recuperado 10 de

septiembre de 2013 de

<http://www.fagas1.com/fagas/Home/DeberesyDerechosdelosAsociados.aspx>

Fred R. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica.* (11ª Ed.)

Mexico:Pearson. Pagina 225-235

Fundación Ecuatoriano.(2011) *El turismo en Ecuador*.

GalapagosIsabela (s.f.). *La Casa de Marita*. Recuperado 8 de

septiembre de 2013 de

<http://www.galapagosisabela.com/index.php?controller=home&action=index>

Galapagospark (s.f.) *Estadística de visitantes a Galápagos*. Recuperado

8 de septiembre de 2013 de

http://www.galapagospark.org/onecol.php?page=turismo_estadisticas

Galapagospark (s.f.). (2012) *Informe anual de visitantes que ingresaron*

a las áreas protegidas de Galápagos. Recuperado 8 de septiembre de 2013 de

http://www.galapagospark.org/documentos/turismo/pdf/Informe_anual_de_visitantes_2012.pdf

Galapagospark (s.f.) (2013) *Informe anual de visitantes que ingresaron a las áreas*

protegidas de Galápagos. Recuperado 12 de marzo de 2014 de

http://www.galapagospark.org/documentos/turismo/pdf/DPNG_informe_anual_visitantes_2013.pdf

Garcia Póspel. B. y Songel.G. (2004). *Factores de innovación para el*

diseño de nuevos productos. Editorial Universidad Politécnica de Valencia.

IEM-432 (s.f.) *Producto Interno Bruto por Industrias*. Banco Central del

Ecuador. Recuperado 18 de agosto de

www.bce.fin.ec/documentos/.../Catalogo/IEMensual/.../IEM-432.xls

IguanaCrossing (s.f.). *Iguana Crossing*. Recuperado 8 de septiembre de 2013 de <http://www.iguanacrossing.com.ec/iguana-crossing-specials/>

Ildelfonso Grande. E (2005). *Marketing de los servicios*. (4ª. Ed.). Madrid, España: ESIC Editorial

INEC (s.f.) *Encuesta anual de Hoteles, Restaurantes y Servicios*.

Recuperado 10 septiembre de 2013 de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=843&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

Kotler P. y Armstrong G. (2008). *Fundamentos de Marketing*.(8ª. Ed.)

Mexico:Pearson

Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la provincia de Galápagos.(1998).Instituto Nacional Galápagos INGALA Administración 2000. Publicada en Registro Oficial No. 278

Ministerio de Turismo (s.f.). (2013). *Estadísticas Turísticas*. En

Publicaciones 2013. Dirección de Investigación. Recuperado el 25 de agosto de 2013 de http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30

Ministerio de Turismo (s.f.). (2011). Observatorio de Turismo Galápagos.

(Boletín N° 1). (Junio –Septiembre Ed.). Recuperado el 30 agosto de 2013 de http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Observatorio_de_Turismo_Galapagos.pdf

Optur (s.f.). *Estadísticas Turismo Ecuador*. Recuperado 24 de agosto de

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

Red Ecuatoriana de Consultores Ambientales Independientes (2006).

Curso de Evaluación del Impacto Ambiental. RECAI

RedManGrove (s.f.). *Red ManGrove*. Recuperado 8 de septiembre de 2013

de: <http://www.redmangrove.com/about/>

Ross, S., Westerfield, R. y Jaffe J. (2008). *Finanzas Corporativas*. (8ª. Ed.).

Mc Graw Hill

Sapag Chain, N. y Sapag Chain, R. *Preparación y Evaluación de Proyectos*.

(5ª. Ed.). Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill

Spina. M. (2006). *Guía práctica para emprender en el diseño: lo que*

tenemos que conocer para desarrollar nuestro emprendimiento de servicios o productos de diseño. (1ª. Ed.). Buenos Aires, Argentina

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1 CATASTRO DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS

Nro.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	REPRESENTANTE LEGAL	CLASIFICACION	CATEGORIA	VEH.	HAB.	PLAZAS	MESAS	PLAZAS	PERSONAL	BARRIO / SECTOR
<u>CANTÓN SANTA CRUZ</u>											
1	Casa del Lago-lodging house	Alvarado Ruíz Clara Elena	Apartamentos	Primera	0	4	5	4	6	1	Barrio Las Ninfas
2	Galápagos Apart and Suite	Castro Coray Miguel Antonio	Apartamentos	Primera	0	6	16	0	16	3	Barrio Las Ninfas
3	Maidith Galapagos Aparment Suites	Agreda Aguirre María Edith	Apartamentos	Segunda	0	9	24	0	24	2	Barrio Pelicanbay
4	Santa Fè	María Elena Ajoy Castro	Apartamentos	Primera	0	7	17	5	20	2	Barrio Las Ninfas
5	Suites Matazaros	Delio Antonio Sarango Cuenca	Apartamentos	Segunda	0	6	12	4	12	3	Barrio Matazaros
6	Chalet Galápagos	María del Pilar Andrade	Apartamentos	Tercera	0	6	14	0	14	1	Barrio Punta Estrada
7	Fernandina	Ruíz Díaz Luis Fernando	Hostal	Primera	0	22	50	10	50	11	Barrio El Eden
8	Mainao	Sangolquí Tapia Manuel Ignacio	Hostal	Primera	0	19	55	15	55	7	Barrio Pelicanbay
9	Red Booby	María Purificación Salinas de Villacis	Hostal	Primera	0	27	50	20	40	9	Barrio Central
10	Red Mangrove Inn	Castillo Piedra Sandra Teresa	Hostal	Primera	0	14	32	18	70	32	Barrio El Eden
11	Silberstein	Werner Kurt Silberstein	Hostal	Primera	0	24	48	24	100	22	Barrio El Eden
12	Estrella del Mar	Thorvaldo Abrahan Kasdtalen Espín	Hostal	Segunda	0	11	33	8	32	6	Barrio Central
13	Tortuga Bay	Gorozabel Salmòn Glen	Hostal	Segunda	1	18	68	8	32	8	Barrio El Eden
14	España	Aguirre Fuentes Genoveva	Hostal	Segunda	0	30	80	4	20	4	Barrio Central

15	Flamingo	Villacís Salinas María	Hostal	Tercera	0	28	49	0	18	6	Barrio Central
16	Galapagos Islands	Betancourt Rosita Liliana	Hostal	Primera	0	16	45	11	28	4	Barrio El Eden
17	Sir Francis Drake	Fanny Rosillo Becerra	Hostal	Tercera	0	14	25	0	25	3	Barrio Las Ninfas
18	Darwin	Ricardo Alfredo Sotomayor Neira	Hostal	Tercera	0	12	23	0	23	3	Barrio Central
19	Galápagos Inn	Hilda Judith Gallardo Mariño	Hostal	Segunda	0	21	50	15	60	5	Barrio El Eden
20	Castro	Thomas Moreno Rodriguez	Hostal Residencia	Segunda	0	21	60	15	60	7	Barrio Las Ninfas
21	Lirio del Mar	Hoyos Calero Cristóbal	Hostal Residencia	Segunda	0	19	58	9	36	6	Barrio Central
22	Salinas	José Ernesto Salinas Borja	Hostal Residencia	Segunda	0	25	50	5	36	6	Barrio Central
23	Nuevo Elizabeth	Vilma Judith Lucio Mora	Hostal Residencia	Tercera	0	20	32	4	16	3	Barrio Central
24	Pelicanbay Inn	Georgina Ballesteros Puente	Hostal Residencia	Segunda	0	16	56	5	20	8	Barrio Pelicanbay
28	Grand Hotel Lobo de mar	Vilema Freire Andres Cristhian	Hotel	Segunda	0	33	102	18	90	14	Barrio Central
29	Palmeras	Sivilla Cedeño Nelso Hernan	Hotel	Segunda	0	37	80	10	60	12	Barrio Central
30	Ninfas Las	Sr. Fernando Ortiz Cobos	Hotel	Primera	0	42	80	20	80	19	Barrio Las Ninfas
31	Sol y Mar	Perez Castro Renato Anibal	Hotel	Primera	0	33	72	28	100	8	Barrio Central
32	Finch Bay	Jorge Xavier Burbano de Lara	Hotel	Primera	0	31	70	12	40	33	Barrio Punta Estrada
33	Escalesia	Oswaldo Jose Molestina Zavala	Pensión	Primera	0	6	16	2	8	4	Barrio El Eden
34	Galápagos Bay House	Furio Valbonesis Valbonesis	Pensión	Primera	0	5	10	2	10	2	Barrio Punta Estrada
35	Casalaiguana	Juan Altgelt Kruger	Pensión	Primera	0	5	10	1	10	2	Barrio Punta Estrada
36	Cucuve Suites	Schiess Hunzucker Juan	Pensión	Segunda	0	2	4	2	4	2	Barrio Central
37	Gardner	Hugo Wilfrido Celi Aguirre	Pensión	Segunda	0	10	33	4	16	4	Barrio Central
38	Mi caleta Inn	Luis Rodrigo Jacome Speck	Pensión	Segunda	0	7	16	2	12	2	Barrio El Eden
39	Amigos Los	Rosa Natividad Rosero Marino	Pensión	Tercera	0	7	15	0	15	2	Barrio Central
40	Peregrina Bed & Breakfast	Marco Antonio Aguirre Vogel	Pensión	Tercera	0	12	27	6	24	5	Barrio

											Pelicanbay
41	Santa Cruz	Erazo del Valle Cristóbal	Pensión	Tercera	0	10	26	4	16	8	Barrio Las Acacias
42	El Bambu Galàpagos	Juan Sebastian Arellano Vargas	Pensión	Segunda	0	7	12	0	12	2	Barrio La Alborada
43	Angermeyer Waterfront Inn	Hein Warren Teppi Angermeyer Lituma	Pensión	Primera	0	7	14	8	32	2	Barrio Punta Estrada
44	Jean´s Home	Schreyer Gorlitz Gunda SRA.	Pensión	Segunda	0	6	10	2	10	1	Barrio Punta Estrada
45	Hosteling 1028	Victoria Flores carrillo	Pensión	Segunda	0	6	14	0	14	2	Barrio Pelicanbay
46	Galàpagos Suites	Joseline Carol Cardoso Rhor	Pensión	Primera	0	6	12	6	12	5	Barrio Pelicanbay
47	Divine´s Bay OceanFront Eco Chalets	Steven Conrad Divine Branch	Pensión	Segunda	0	7	14	5	16	5	Barrio Punta Estrada
48	Altair	Salcedo Barriga Ana María	Hosteria	Segunda	0	10	14	20	90	3	Parroquia Bellavista
49	Quinta Margarita	Francisco De Santis Chinga	Hosteria	Tercera	0	16	26	0	90	4	Parroquia Bellavista
50	Semilla Verde	Robert Mark Grimstone	Hosteria	Primera	1	6	12	2	90	3	Parroquia Bellavista
51	Royal Palm	María Rosalia Salasar Montesinos	Hosteria	Primera	0	21	44	12	47	71	Parroquia Santa Rosa
52	Galàpagos Safari Camp	Michael Roberick Mesdag Burgerhout	Campamentos turísticos	Segunda	1	9	18	4	16	16	Parroquia Santa Rosa
53	Galàpagos Camping	Alicia Jacqueline Vasquez Lasso	Campamentos turísticos	Segunda	1	10	22	4	22	6	Parroquia Santa Rosa

ISABELA

1	Tero real	Manuel Eduardo Pazmiño de la Torre	Cabañas	Segunda	0	6	20	2	10	3	Central
2	Albemarle	Maxwell John Murray	Hostal	Primera	1	12	25	8	32	4	Central
3	Insular	Wilma Esperanza Pauta Venegas	Hostal	Primera	0	15	31	3	24	3	Central
4	La Casa de Marita	Marita Velarde	Hostal	Primera	0	18	31	10	53	21	Vía el

											Embarcadero
6	Red Mangrove Isabela Lodge	Hernán Rodas	Hostal	Primera	0	8	16	4	16	6	Vía el Embarcadero
5	The Wooden House Lodge	Carlos Adolfo Pacheco Beltrán	Hostal	Primera	0	12	36	7	31	7	Vía el Embarcadero
6	Brisas del Mar	Julio Flor Gil	Hostal	Segunda	0	12	28	1	4	2	Vía el Embarcadero
7	La Casita de la Playa	Eduardo Andrés Pazmiño Jaramillo	Hostal	Segunda	0	12	32	2	8	1	Central
8	San Vicente	Antonio Gustavo Gil Jaramillo	Hostal	Segunda	2	17	42	12	58	15	Central
9	Sandrita	Heriberto Gil Jaramillo	Hostal	Segunda	0	12	34	6	24	4	Loja
10	Casa Sol	Mauricio Ernesto Cobos Martínez	Pensión	Primera	0	11	25	0	0	2	Central
11	Isabela del Mar	Sandra Teresa Castillo Piedra	Pensión	Primera	1	8	16	6	30	9	Vía el Embarcadero
12	Volcano	Gina Mendoza Tupiza Gina	Pensión	Primera	0	11	25	4	16	4	Central
13	Caleta Iguana	Claudia Elisa Horadi	Pensión	Segunda	0	7	17	3	22	6	Central
14	Casa de los Delfines	Manuel Leonidas Caiza Villamarín	Pensión	Segunda	0	9	21	0	0	2	Central
15	Las Gardenias	Gardenia Elizabeth Flor Gil	Pensión	Segunda	0	6	18	0	0	2	Central
16	La Isla del Descanso	Martha Isabel Tupiza Jaramillo	Pensión	Segunda	0	7	19	4	24	2	Central
17	La Jungla	Nelson José Márquez León	Pensión	Segunda	0	10	20	3	12	3	Central
18	Sierra Negra	Gino Ecuador Salazar Barrionuevo	Pensión	Segunda	0	10	22	0	0	2	Central
19	Sula sula	Julio Gonzalo Pullaguari Pullaguari	Pensión	Segunda	0	12	30	3	8	3	Vía los Talleres
20	Villamil	Enrique Gil Ochoa	Pensión	Segunda	0	7	17	1	6	2	Central
21	Cerro Azul	Ilda Judith Pauta Pauta	Pensión	Tercera	0	6	15	0	0	3	Central
22	Coral Blanco	Eduardo David Constante Valladares	Pensión	Tercera	0	7	12	1	6	4	Central
23	Cormorant	José Alcides Coque Jara	Pensión	Tercera	0	5	11	1	4	3	Central
24	Galápagos	Luis Alberto Rendón Arias	Pensión	Tercera	0	6	12	7	40	2	Central
25	Loja	Víctor Hipólito Morocho Morocho	Pensión	Tercera	0	11	20	4	0	3	Central

26	Los Flamencos	Alfredo Antonio Gil Ochoa	Pensión	Tercera	0	4	9	0	0	1	Central
27	Posada del Caminante	Lauro Sebastián Samaniego Avila	Pensión	Tercera	0	4	11	0	0	3	Loja
28	Campo Duro Ecolodge	Wilfrido Michuy Barragan	Hostería	Segunda	0	7	14	3	36	5	Las Merceditas

SAN CRISTOBAL

1	Pimampiro		Cabañas	Primera	0	10	24	6	24	6	Cerro Patricio
2	Los Algarrobos		Hostal	Primera	0	18	46	10	40	8	Barrio Algarrobos
3	Grand Hotel Paraiso Insular 2	Romero León Fresnel	Hostal	Primera	0	18	27	10	40	4	Barrio Algarrobos
4	Miconia cabañas spa		Hostal	Primera	1	21	36	12	48	6	Malecón
5	Golden Bay Hotel & Spa	Wittong Intriago Jorge	Hostal	Segunda	0	21	40	10	40	0	Playa de Oro
6	Grand Hotel Paraiso Insular 1	Romero León Fresnel	Hostal Residencia	Primera	0	14	28	0	0	4	Barrio Algarrobos
7	León Dormido		Hostal Residencia	Segunda	0	16	27	0	0	4	Barrio Central
8	Galápagos	Galvez Torres Erick	Hostal Residencia	Segunda	0	14	38	0	0	2	Playa de Oro
9	Mar Azul		Hostal Residencia	Segunda	0	16	36	0	0	3	
10	San Francisco		Hostal Residencia	Tercera	0	11	20	0	0	2	
11	Posada de José Carlos		Hostal Residencia	Primera	0	14	24	0	0	3	Barrio San Francisco
12	Northia		Hostal Residencia	Segunda	1	13	18	0	0	4	Barrio Central
13	Cactus		Hostal Residencia	Tercera	0	12	24	7	28	7	Barrio Cactus
14	Chatham		Hotel	Segunda	0	40	90	10	40	9	Barrio San Francisco
15	Arena Blanca	Gordillo Granda Alexis	Hotel	Primera	1	34	107	20	80	19	Barrio Fragata
16	Casa Blanca		Pensión	Primera	0	7	16	10	4	3	Malecón
17	Wilmar		Pensión	Primera	0	6	18	0	0	2	Barrio Cactus
18	Stefany's lodging home		Pensión	Primera	0	6	10	0	0	2	Cerro Patricio

19	Casa de Nelly		Pensión	Primera	0	6	12	0	0	2	Via Playa Man
20	Islas Galápagos		Pensión	Segunda	0	8	16	0	0	2	Barrio Algarrobos
21	Suit Bellavista		Pensión	Segunda	0	7	14	0	0	4	Malecón
22	Albatros		Pensión	Tercera	0	7	15	0	0	2	Malecón
23	Casa de Laura		Pensión	Tercera	0	15	25	0	0	2	Barrio Frio
24	Casa Opuntia	Meneses Jurado Jorge Marcelo	Pensión	Primera	0	7	15	4	24	9	Malecón
25	Posada Luna Azul		Pensión	Tercera	0	6	12	0	0	2	Barrio San Francisco
26	La Aldea D' Lorient		Pensión	Primera	0	13	19	0	0	3	Barrio Peñas Bajas
27	Flamingo		Pensión	Cuarta	0	8	21	0	0	2	Barrio Central

FLOREANA

28	Wittmer		Hostal	Segunda	1	16	36	7	30	2	Floreana
29	Floreana Lava Lodge	Claudio Cruz Bedon	Cabañas	segunda	0	10	30	14	56	7	Floreana

Anexo 2 MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de un Eco Hotel, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTE Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -

Interviene en la celebración de este contrato, las señoritas: Paola Ortiz y Alejandra Proaño comparecientes manifiestan ser ecuatorianas, mayores de edad, la empresa tiene el nombre de “Eco-Hotel Galápagos Paradise Cía. Ltda.”., la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS “Eco-Hotel Galápagos Paradise Cía. Ltda.”

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTÍCULO UNO.- Constituyese en la Isla Isabela. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la empresa “Eco-Hotel Galápagos Paradise”.

ARTÍCULO DOS.- La empresa tiene por objeto brindar servicios de alojamiento y todos los servicios complementarios.

ARTÍCULO TRES.- La empresa podrá solicitar préstamos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato de la empresa es de diez años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el

particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Gerencia General en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE

LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La empresa puede aumentar el capital social, por resolución de la Gerencia General.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

CAPÍTULO TERCERO

OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA MICROEMPRESA

ARTÍCULO OCHO.- Son obligaciones de la empresa
Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Gerencia General.

ARTÍCULO NUEVE: Son responsabilidades de la empresa:

Cumplir con los requerimientos para la seguridad dentro del eco hotel.

Mantener actualizados los permisos de funcionamiento del eco hotel.

ARTÍCULO DIEZ.- Son deberes y atribuciones del gerente de la empresa:

- Representar legalmente a la empresa

- Dirigir la gestión económica financiera de la empresa;
- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la empresa;
- Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA

ARTÍCULO ONCE.- La disolución y liquidación de la empresa se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO DOCE.- No se disolverá la microempresa por muerte, interdicción o quiebra.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA: La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

DOCUMENTO HABILITANTE: Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la

cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS: Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, para la constitución de una compañía, deberá enviarse la escritura a la Intendencia de Compañías de Quito, para su aprobación.

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviar a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

Anexo 3 MODELO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA

Objetivo: Establecer la factibilidad, para la creación de un EcoHotel en la Isla Isabela

Instrucciones: Marca con una X, la respuesta correcta

¿Qué edad tiene usted?

De 15 años a 25 años

De 26 años a 44 años

De 45 años a 64 años

Género

Masculino

Femenino

1. ¿Con qué frecuencia visita usted la Isla Isabela?

1 vez al año

2 veces al año

3 veces al año

Otro (especifique) _____

2. ¿Cuándo usted viaja a la Isla Isabela, lo hace?

Solo

Con familia

Con amigos

3. ¿Le gusta los atractivos turísticos que se ofrecen en la Isla Isabela?

SI

NO

4. ¿Cree Ud. que con la creación de un EcoHotel satisfaga sus necesidades y comodidades en la Isla Isabela?

SI

NO

5. ¿De los siguientes servicios, a usted cuál le gustaría que brinde el EcoHotel?

Hospedaje

Recreación

Alimentación

Paquetes turísticos

6. ¿Cuándo llega a la isla Isabela cuál de estos hoteles ha visitado?

Hotel Albermale

Hotel Coral Blanco

Caleta Iguana

La Isla del Descanso

The Woonden House Lodge

7. ¿A través de qué medios de comunicación a usted le gustaría informarse sobre los servicios del nuevo EcoHotel?

Radio

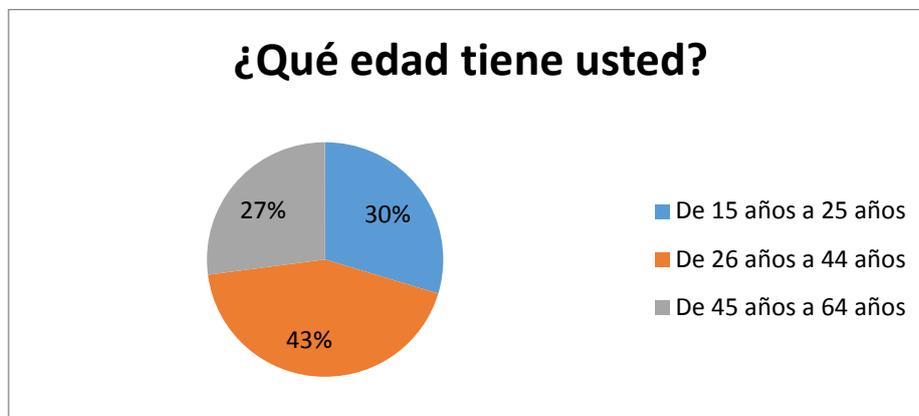
Televisión

Prensa Escrita

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4 REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LAS ENCUESTAS

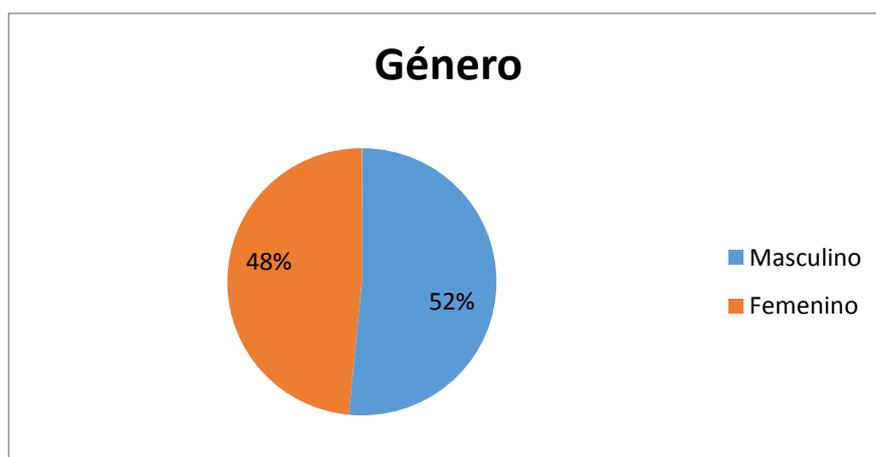
Edad



Tomado de: Encuesta

Elaborado por: Paola Ortiz y Alejandra Proaño

Género

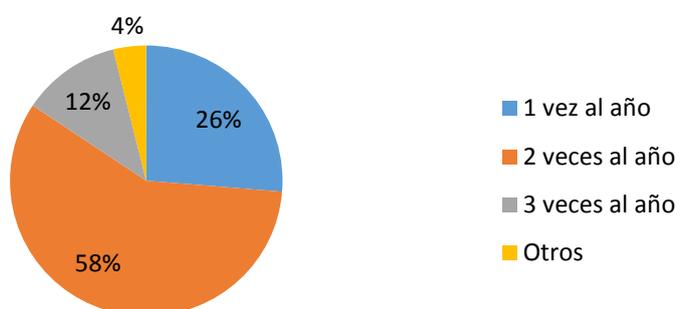


Tomado de: Encuesta

Elaborado por: Paola Ortiz y Alejandra Proaño

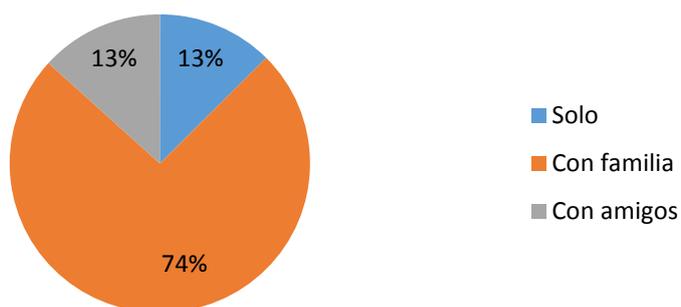
Pregunta N° 1:

¿Con qué frecuencia visita usted la Isla Isabela?



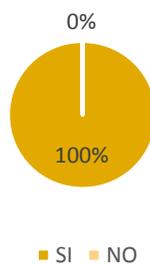
Pregunta Nº 2:

¿Cuando usted viaja, lo hace?

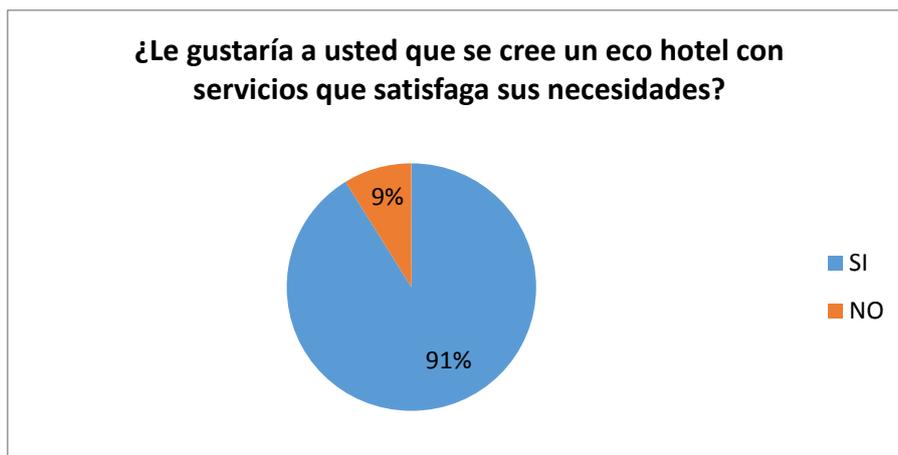


Pregunta Nº 3:

¿Le gusta los atractivos turísticos que se ofrece en la isla Isabela?



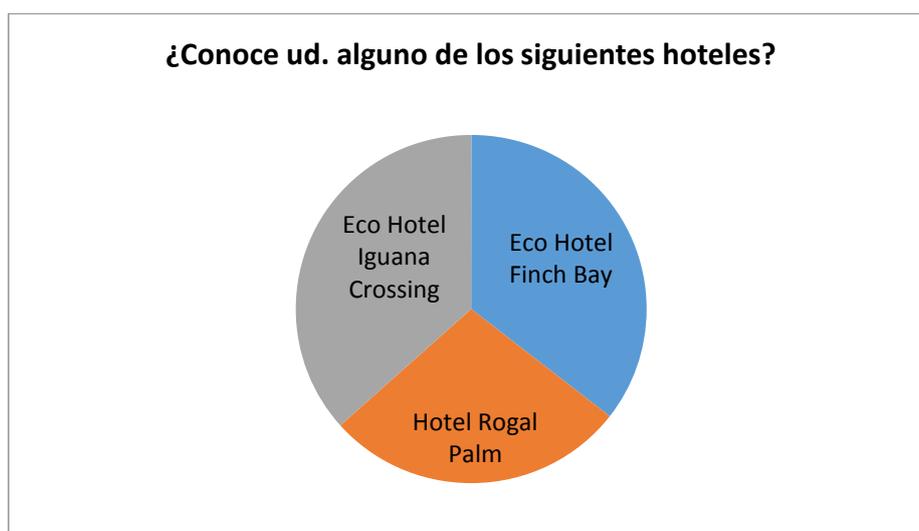
Pregunta Nº 4:

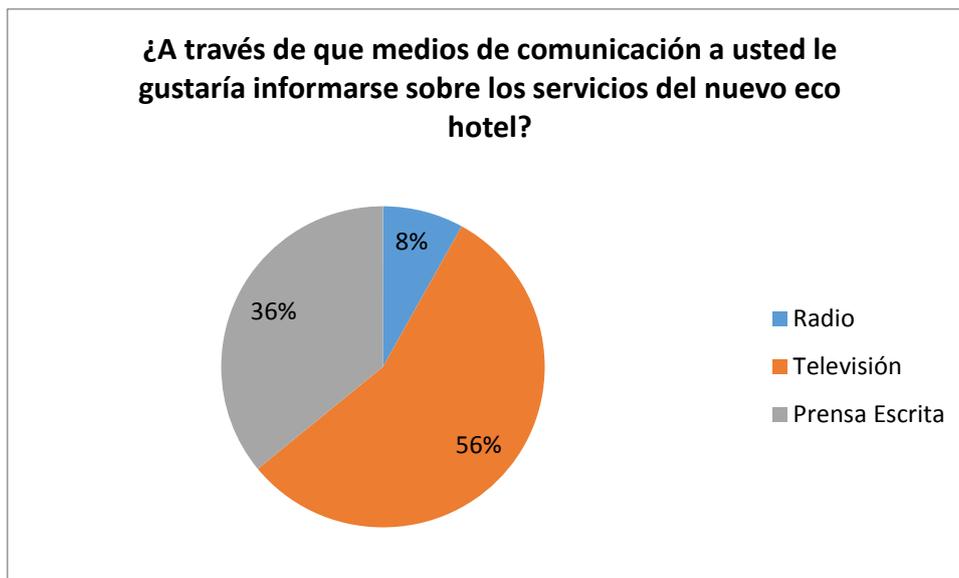


Pregunta Nº 5:



Pregunta Nº 6:



Pregunta N° 7:

Anexo 5 ENTREVISTA A SRA. LIDIA COBOS, FUNDADORA HOTEL NINFA

Lidia Cobos – Socio fundadora Hotel Ninfa

Tengo 26 años de experiencia en turismo receptivo en el Ecuador, especializado en el destino Galápagos.

Nuestra corporación cuenta con una agencia de viajes en Quito, y otra oficina en la Isla Santa Cruz, adicionalmente contamos con un hotel y 3 embarcaciones con permisos para realizar tours diarios a tres destinos específicamente, Isla Floreana, Isla Isabela, Isla Santa Fe. Nos promocionamos en el exterior a través de nuestra página web y redes sociales. Pero también, una importante herramienta son las ferias de turismo internacionales, en las que se crean nuevas relaciones comerciales con otras agencias de viajes, lo que nos permite darnos a conocer a más y más personas cada vez.

La mayor afluencia de turistas a las islas Galápagos son extranjeros, un 50% de norteamericanos, 30% entre europeos y asiáticos y la diferencia de turistas nacionales. La mayor parte de los visitantes optan por conocer las islas a bordo de un crucero, pero hay un buen porcentaje que se hospedan en hoteles de Santa Cruz principalmente, y desde allí salen hacer visitas a las diferentes islas.

Los pasajeros viajan generalmente con su familia o en pareja y los destinos preferidos para visitar son Isla Isabela, en primera instancia, e Isla Bartolomé.

Cada isla tiene su encanto, tienen su fauna y flora endémica, pero Isla Isabela es uno de los mejores lugares para conocer, posee paisajes inigualables, un centro de crianza de tortugas gigantes, volcanes activos, y unas entrantes de mar ideales para practicar buceo superficial.

En cuanto al sector hotelero, Isla Isabela no está aun totalmente explotada, creo que existen muchas posibilidades de construir hoteles que alojen a la cantidad de turistas que visitan esta isla.

Es importante considerar que Galápagos es patrimonio natural de la humanidad, por lo que las nuevas construcciones deben causar el menor impacto ambiental posible.

Anexo 6 MISIONES TURISTICAS COMERCIALES 2013

UBICACIÓN	MERCADO	CIUDAD	EVENTO	FECHA
PAISES VECINOS	Colombia	Bogotá	ANATO	27 de Feb. al 01 de Mar.
	Colombia	Cartagena	XII Congreso Nacional de Agencias de viajes - ANATO	05 al 08 de Mayo
	Perú	Lima	XV Salón Internacional de Turismo	23 al 25 de Mayo
	Colombia	Bogotá	Encuentro Turístico Colombia	19 al 20 de Junio
	Perú	Lima	Encuentro Turístico Perú	21 y 22 de Agosto
	Perú	Lima	Workshop LADEVI Perú	12 de Septiembre
	Perú	Lima	Eurcal LATAM	Septiembre
	Colombia	Bogotá, Pereira y Calí	Workshop LADEVI Colombia	08, 09 y 10 de Octubre
	Colombia	Bogotá	Anato Mayoristas	Octubre
	LATINOAMERICA	Mexico	Guadalajara, León, Monterrey, Marida y Mexico D.F.	Expomayoristas
Brasil		Sao Paulo	WTM LATAM - BRAZTDA	23 al 25 de Abril
Cuba		Varadero	FITCuba	07 al 10 de

				Mayo
	Brasil	Sao Paulo, Campinhas, Riberao Preto	Roadshow Brasil	21 al 23 de Mayo
	Brasil	Sao Paulo	ABAV	04 al 08 de Septiembre
	Venezuela	Merida	FITVEN	05 al 08 de Septiembre
	Argentina	Buenos Aires	FIT Argentina	14 al 17 de Septiembre
USA & CANADA	USA	New York	New York Times Travel Show	18 al 20 de Enero
	USA	Los Angeles	Los Angeles Times Travel Show	22 al 24 de Febrero
	Canadá	Toronto, Otawa, Montreal y Quebec	Roadshow Canadá	13 al 16 de Mayo
	USA	Nueva York, Washington, Chicago, Los Angeles, San Francisco	Roadshow USA	20 al 24 de Mayo
	USA	Las Vegas	Virtuoso Travel Week	11 al 17 de Agosto
	USA	Nambia	ATWS	26 al 31 de Octubre
	USA	Scottsdale	USTDA	05 al 07 de Diciembre

EUROPA	Holanda	Utrecht	Vakantiebeurs	08 al 13 de Enero
	España	Madrid	FITUR	30 de Ene. al 03 de Feb.
	Alemania	Berlin	ITB	08 al 10 de Marzo
	Suecia	Gotemburgo	TUR Gotemburgo	21 al 24 de Marzo
	Francia	Paris	TOP RESA	24 al 27 de Septiembre
	Reino Unido, Alemania, Suecia, Holanda	Londres, Hamburgo, Estocolmo y Amsterdam	Roadshow Europa	30 de Sept. al 04 de Oct.
	Reino Unido	Londres	WTM	04 al 07 de Noviembre
ASIA & OTROS	Rusia	Moscú	MITT	20 al 23 de Marzo
	China, Korea del Sur, Japón	Pekín, Shanghai, Cantón, Seúl y Tokio	Roadshow Asia	19 al 28 de Agosto
	Japón	Tokio	JATA	12 al 15 de Septiembre
	Singapur	Singapur	ITB ASIA	23 al 25 de Octubre
	China	Kunming	CITIM	24 al 27 de Octubre

ECUADOR	Ecuador	Quito	Talleres de Fortalecimiento para la Promoción Turística I	04 al 05 de Abril
	Ecuador	Quito	2ndo. Encuentro Empresarial de Turismo Interno Ecuador 2013	26 al 27 de Abril
	Ecuador	Quito	Feria Virtual de Turismo Ecuador	Mayo
	Ecuador	Riobamba	Talleres de Fortalecimiento para la Promoción Turística II	09 al 10 de Mayo
	Ecuador	Guayaquil	Talleres de Fortalecimiento para la Promoción Turística III	20 al 21 de Junio
	Ecuador	Cuenca	Talleres de Fortalecimiento para la Promoción Turística IV	04 al 05 de Julio
	Ecuador	Quito	Travel Mart Latin America	18 al 20 de Septiembre
	Ecuador	Guayaquil	2ndo. Encuentro Empresarial de Turismo Interno Ecuador 2013	25 al 26 de Octubre

TOMADO DE: www.turismo.gob.ec

Anexo 7 REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

El acatamiento a lo que dispone el Art.64 del Código de Trabajo, la COMPAÑÍA PARADISE ECOHOTEL CIA. LTDA., expide el presente Reglamento Interno de Trabajo, teniendo como objetivo el mantener las mejores relaciones con el personal de la empresa, dentro de un adecuado marco de justicia. Este Reglamento Interno entrarán en vigencia una vez que sea aprobado por el señor Director del Trabajo del Litoral, luego de lo cual surtirán pleno efecto las disposiciones legales pertinentes.

Para efectos del presente Reglamento Interno de Trabajo, la Compañía Paradise EcoHotel Cía. Ltda., también se lo podrá denominar como “La Empresa” o “La Empleadora”. Al personal sean empleados u obreros, se los conocerá también como “trabajador” o “trabajadores”.

CAPITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Art 1.- El Presento Reglamento Interno de Trabajo regirá a partir de su aprobación legal en todas sus instalaciones que tenga o tuviere en cualquier lugar del país.

Art 2.- Son trabajadores de la empresa, todas aquellas personas que presten sus servicios lícitos y personales, bajo relación de dependencia directa con la empleadora, en virtud de contratos de trabajo firmados y que reciban su remuneración directamente de ella. Se exceptúan las personas que tienen poder general para representar y obligar a la Empresa.

Art 3.- Los trabajadores realizarán sus labores bajo la dirección y control del jefe inmediato que se le asigne según el área y/o turno, ante quien serán directamente responsables del cumplimiento de sus obligaciones.

Art 4.- Los jefes, supervisores y otros mandos medios de similar nivel, son responsables de la disciplina de sus respectivas áreas y de que las labores se cumplan de conformidad con las modalidades y sistemas establecidos por la empresa.

Art 5.- Los trabajadores desempeñarán normalmente sus actividades en los lugares o sitios de trabajo asignados por la empresa. En circunstancias de fuerza mayor, caso fortuito, peligro o daño inminente para el personal o bienes de la empresa, los trabajadores prestarán sus servicios en los lugares que frente a las debidas circunstancias, señalen los funcionarios responsables de la Compañía Paradise EcoHotel Cía. Ltda., mientras dure la emergencia.

Art 6.- Una vez aprobado el presente Reglamento Interno de Trabajo, la empresa lo dará a conocer a través de diferentes medios: carteleras, correo electrónico, programas de inducción y sin perjuicio de entregar un ejemplar a cada trabajador, y fijará el texto íntegro del mismo en forma permanente y en los lugares visibles, conocidas por todos y cada uno de los trabajadores; por lo tanto, ninguno de ellos podrá alegar como excusa su desconocimiento.

Art 7.- En todo lo que no se halle expresamente regulado en el presente Reglamento Interno de Trabajo, se aplicarán las disposiciones de Código de Trabajo y demás leyes y reglamentos expedidos por los órganos de poder público.

CAPITULO SEGUNDO

DE LOS CONTRATOS DE TRABAJO

Art 8.- La contratación, promoción ascensos y reubicaciones será responsabilidad exclusiva de los Presidente, Gerente y Jefe Administrativo de Áreas, y éste a su vez informará de las actuaciones realizadas.

Art 9.- El aspirante a trabajador de la empresa, debe cumplir los requisitos que se determine, y el encargado de Recursos Humanos, tiene la obligación de

exigir y comprobar que tales requisitos se cumplan. Entre estos requisitos, necesariamente están los siguientes:

- a) Haber llenado y firmado la solicitud de empleo con todos los datos que en ella se indica, consignándolos con veracidad y sin reticencia;
- b) Ser apto para la labor a desempeñar, de ser contratado, así como, llenar los requisitos exigidos por la compañía para el puesto;
- c) Presentar al momento de su admisión los originales y copias de los siguientes documentos: Cédula de Identidad, cédula o documento militar (solo los varones), títulos o certificados que acrediten su instrucción; certificados de referencias personales que acrediten su solvencia moral y buena conducta; certificados de trabajos anteriores, especialmente del último y los demás documentos que en función del cargo exija la empresa.
- d) Acreditar su buen estado físico y mental mediante el certificado de Salud que emite el ministerio del ramo.- Además, si la empresa lo estima necesario, deberá someterse a los exámenes físicos y psíquicos que aquella determine y con los profesionales que la misma designe; y

Art 10.- El aspirante que ingrese para ocupar un puesto de trabajo suscribirá un contrato dependiendo de la naturaleza del cargo a desempeñar y, bajo las modalidades contractuales señaladas en el Código de Trabajo. El período de prueba de noventa días, no se aplicará cuando se trate de trabajadores ocasionales, eventuales, temporales, por hora o una obra cierta o si se contratará a un trabajador que laboró anteriormente en la empresa. Los contratos ocasionales serán siempre por escrito cuando la labor deba cumplirse en más de dos días.

Art 11.- En cualquier momento que se descubra alteración o falsificación en los documentos presentados, falsedad o reticencia en la declaración hecha, cometidas cuando un actual trabajador de la empresa era aspirante a ocupar un puesto de trabajo en la misma, será separado de la empresa previo el trámite de Visto Bueno o el que la ley disponga, ya que esos hechos u omisiones constituyen FALTA GRAVE al presente Reglamento Interno de

Trabajo, porque se considera que el trabajador indujo a la empleadora a contratar sus servicios mediante engaños.

Art 12.- Ningún aspirantes a trabajador, se considerará como tal, mientras no suscriba el correspondiente contrato de Trabajo para ingresar a laborar.

Art 13.- Igualmente la empresa podrá contratar personas en forma eventual por considerarlo necesario.

Art 14.- Antes de que el trabajador sea ascendido a otro puesto de la empresa, se someterá a un período de observación de máximo tres meses, en el nuevo puesto. Si en dicho periodo de observación demuestra idoneidad para el nuevo puesto, será confirmado en el mismo, en caso contrario, retornará a su anterior puesto con la remuneración que le corresponde en este.

Mientras está en el periodo de prueba, se le considerará sustituto interino, por tanto seguirá percibiendo la remuneración del puesto que ha venido desempeñando usualmente. De ser promovido, su sueldo o salario será el que la empresa fije para el puesto al que ha sido ascendido o promovido, considerando siempre la especialización y práctica (experiencia) de este trabajador.

Cuando un trabajador sea considerado para hacer ascendido, o cambiado a otro puesto de trabajo, el trabajador deberá firmar su aceptación por escrito de que se somete al período de observación, aun cuando no sea ratificado en el nuevo cargo.

En todo caso, para cambiar la posición a un trabajador por ascenso, reubicación o por cualquier otro motivo, deberá firmar su aceptación por escrito, aun cuando el cambio no signifique mengua de su remuneración o categoría.

CAPITULO TERCERO

HORARIO, JORNADAS Y TURNOS DE TRABAJO

Art 15.- Los turnos de trabajo, así como los horarios de cada jornada, serán establecidos por la empresa según las diferentes áreas de labor. Los turnos podrán ser rotativos según las exigencias del trabajo que corresponde a cada sección.

Art 16.- En razón de las actividades hoteleras de la empleadora, las labores se realizan durante las veinticuatro horas del día, los 365 días del año, mediante jornadas diurnas y nocturnas estableciendo para el efecto los respectivos horarios según las necesidades. Con esta finalidad la empresa establecerá o modificará con la oportunidad debida, los diversos turnos de trabajo y su rotación, quedando los trabajadores obligados y sujetos a los mismos.

Art 17.- Con el fin de que las labores se desarrollen con eficiencia y sin interrupción o demoras, los trabajadores estarán puntualmente en su sitio de trabajo y listos para iniciar sus actividades según sus horarios de trabajo.

Art 18.- El trabajador podrá dejar su puesto de trabajo sólo en los siguientes casos:

- a) Para servirse los alimentos en los horarios señalados para el efecto por la empleadora
- b) Al término de la jornada
- c) Cuando haya sido reemplazado, en el caso de trabajo por turnos; y,
- d) Cuando se encuentre autorizado para ello por su jefe

Art 19.- Los trabajos que laboran por turnos rotativos, no podrán abandonar su puesto de trabajo mientras el reemplazante no se encuentre presente. Si el trabajador entrante no asistiere o no llegase a la hora de su entrada obligatoria, quien le toca salir notificará a su superior para que tome las medidas que correspondan.

Art 20.- En el caso de trabajador por turno, tratándose de jefes, mandos medios, o de quienes realizan labores técnicas u operan máquinas y/o equipos, y los guardianes, deberán entregar su puesto al compañero reemplazante,

comunicándole las novedades que hayan sucedido durante su turno, tanto en el trabajo que está ejecutándose como en los bienes de la Compañía.

Art 21.- En los mismos casos anteriores, el trabajador que entra a laborar en su turno, inmediatamente revisará los trabajos en ejecución, así como la maquinaria, herramientas, implementos o aparatos de la sección en la que presta sus servicios. De encontrar alguna novedad o irregularidad que no hubiere sido indicada por el compañero que deja el turno, inmediatamente informará a su correspondiente jefe, dejando constancia de tal novedad en una bitácora; caso contrario se entenderá que todo recibió en orden.

CAPITULO CUARTO

DEL CONTROL DE ASISTENCIA

Art 22.- Cada trabajador, sea empleado u obrero, deberá registrar su asistencia, tanto a la entrada como a la salida de sus labores, en forma ordenada y seria, respetando el turno que a cada cual corresponde así como a sus compañeros. El registro de asistencia se realizará anotando su firma respectiva (Entrada y/o salida) y/o a través de otros medios que designe la empresa.

Art 23.- Mediante el registro de asistencia, se controlará la entrada y/o salida, puntualidad y sobretiempos efectivamente laborados por los empleados y obreros de la Compañía.

Art 24.- Es obligación del trabajador realizar el registro de asistencia para lo cual no podrá justificar falta de anotación de su firma.

Art 25.- Cuando por cualquier razón imputable al trabajador este no registra su entrada o la salida, se considerará como no laborada la media jornada de ese mismo día.

Asimismo, si registra su asistencia con atraso a la hora de entrada a laborar, o con adelanto a la hora de salida, le será descontado de su remuneración el valor correspondiente a la parte proporcional del tiempo injustificado y, de haber motivo, se le aplicará una de las sanciones establecidas en este Reglamento Interno previo informe del Jefe Inmediato.

Art 26.- Están exentos de la obligación de registrar su asistencia, además de los personeros de la empresa. Únicamente los Gerentes y Funcionarios que en razón de sus cargos ejercen funciones de confianza y dirección, esto es, que en sus respectivas áreas representan al empleador o hacen sus veces.

Art 27.- Si un trabajador debe ausentarse del sitio de trabajo, en razón de asuntos personales, solicitará a su jefe inmediato, el correspondiente permiso temporal para ausentarse por el tiempo solicitado.

CAPITULO QUINTO

REMUNERACIONES Y DESCUENTOS

Art 28.- La empresa remunerará a sus trabajadores con el sueldo o salario convenido en el respectivo contrato individual de trabajo y sus incrementos dispuestos por la Ley o los que voluntariamente se determinen. Los sueldos o salarios por ningún motivo serán inferiores a los mínimos legales y/o los determinados en las tablas de remuneraciones sectoriales.

Art 29.- Para la liquidación y pago de la remuneración de un trabajador, será necesario que cada jornada de trabajo este correctamente registrada a sus asistencia.

Art 30.- La empresa descontará del pago de las remuneraciones, liquidaciones de finiquitos y más haberes, él o los valores que adeude el trabajador por concepto de anticipos, préstamos, herramientas, equipos, maquinarias y más

bienes perdidos o dañados por negligencia del trabajador, dentro de los máximos permitidos por la Ley laboral, el trabajador no será responsable por el deterioro que origine el uso normal de tales objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni de provenientes de mala calidad o defectuosa construcción.

En caso de terminación de contrato de trabajo por cualquier cosa, se descontará en la liquidación final de los valores que deba recibir el trabajador que se retira, la totalidad de las cantidades que este estuviere adeudando a la empleadora por cualquier concepto, así como lo que corresponda por aporte individual al IESS. Impuesto a la Renta y otras retenciones legalmente obligatorias.

Art 31.- Las remuneraciones y más salarios que corresponde recibir al trabajador le serán cancelados o acreditados en las cuentas de ahorro, corriente y/o virtual o en dinero en efectivo. Solo con expresa autorización por escrito firmada por el trabajador se podrá entregar todo o parte de sus haberes a la persona por él designada y debidamente identificada.

Art 32.- Se tornará en consideración que la remuneración del trabajador es inembargable, salvo para el pago de pensiones alimenticias ordenadas por un Juez de la Niñez y la Adolescencia. El trabajador podrá también en forma voluntaria solicitar POR ESCRITO, que de su remuneración se le descuenta pensiones alimenticias y se entregue directamente al beneficiario o al representante legal de éste, señalando en el mismo escrito la cantidad mensual o semanal a ser descontada, el nombre del beneficiario de la pensión y el nombre de la persona autorizada para retirar dicha pensión.

Art 33.- En el caso de descuentos por concepto de pensiones alimenticias ordenadas por un Juez de la Niñez y Adolescencia, la compañía no podrá dejar de hacer el descuento y de entregar las pensiones descontadas, sino únicamente con expresa contraorden del mismo juez que los dispuso. En caso de que el trabajador saliere de la empresa por cualquier motivo, esta comunicará el particular al Juez para salvar responsabilidades.

Art 34.- Cuando un trabajador obligado a pagar alimentos a través de descuentos, dejare de laborar en la empresa por cualquier motivo; se le descontará la pensión de alimentos completa del mes que está corriendo a la fecha de salida

Art 35.- SOBRETIEMPO.- Es un término genérico que comprende las labores realizadas por un trabajador, sea en horas suplementarias o extraordinarias. No se le reconocerá sobretiempo a quienes ejerzan funciones de confianza y de dirección.

Art 36.- Cuando por necesidad del servicio, se requiera que se labore sobretiempo, el trabajador deberá hacerlo, siempre que sea el Jefe Inmediato o Jefe Administrativo de área, avisen al trabajador por lo menos con dos horas de anticipación al trabajo suplementario, o durante las cuatro últimas horas laborables del día hábil anterior al trabajo extraordinario. Se exceptúan de la anticipación previa aquí señalada, cuando se presenten labores urgentes de última hora.

Art 37.- Cuando un trabajador sea citado para trabajar horas extraordinarias, se le pagará como tiempo efectivamente laborado el de espera que hubiera precedido al trabajo desarrollado siempre que haya sido por orden y culpa del empleador y por motivos no imputables al trabajador.

Art 38.- El Cálculo de sobretiempo, se hará sobre la base de los registros de asistencias.

Art 39.- Si el trabajador no ha sido autorizado previamente para laborar sobretiempo, no se le reconocerá el sobretiempo. Se exceptúan de la autorización previa, cuando se trate de necesidad producida por inminente peligro para la vida de uno o más trabajadores de la compañía o para la integridad de los bienes de la misma y, en general por caso fortuito o fuerza mayor que demande atención impostergable. En estos casos de excepción, deberá informarse en la primera oportunidad al Jefe Inmediato o de Área.

CAPITULO SEXTO

DE LOS PERMISOS Y FALTAS DE ASISTENCIAS Y PUNTUALIDAD

Art 40.- Para efectos del presente Reglamento Interno, se considera PERMISO a la licencia concedida por: Presidencia y Gerente, por causa justificada, y que ha sido solicitada por el trabajador en forma anticipada y oportuna. La empleadora otorgará permisos a sus trabajadores en atención a lo dispuesto en el Código del Trabajo y según los procedimientos establecidos.

Art 41.- Toda ausencia del trabajo sin permiso o autorización será sancionada con el descuento de la remuneración correspondiente al tiempo de la ausencia.

Art 42.- La solicitud de permiso para faltar al trabajo, debe ser solicitada por el trabajador con un día de anticipación por lo menos al Jefe Inmediato, quien lo aprobará o negará. Se exceptúa de esta disposición los casos de Calamidad Doméstica o fuerza mayor que no puede ser previsto. El permiso será concedido solamente si la causa es justificante y debidamente probado por el trabajador.

Si la prueba justificativa puede o debe ser presentada posteriormente, el permiso será condicional, de no presentarse esta prueba dentro del tiempo prudencial se considera falta injustificada.

Art 43.- En los casos de solicitud de permisos no autorizados por la Ley, la empresa podrá aceptar la compensación del tiempo correspondiente a un permiso, por otro en que el trabajador labore para restituir el tiempo perdido. Si el permiso solicitado corresponde a una jornada completa de labor, está podrá integrarse con el tiempo equivalente a medias jornadas en días distintos. Estas compensaciones no serán consideradas como tiempo suplementario ni extraordinario.

Art 44.- Son causas justificantes para conceder un permiso o para justificar una falta las siguientes:

- a) Enfermedad no profesional (enfermedad común) del trabajador, incluyéndose en ésta cualquier accidente que haya sufrido fuera del trabajo y por motivos ajenos a éste, hasta por tres días.
- b) Calamidad Doméstica, según los casos señalados en el artículo 45 del presente Reglamento Interno
- c) Permiso para que el trabajador pueda ejercer el sufragio
- d) Permiso para que el trabajador reciba atención médica o dental en el IESS incluyendo el tiempo necesario para la toma de muestra para exámenes de sangre, heces y otros similares.
- e) Permiso para que atienda requerimientos, notificaciones o emplazamientos judiciales;
- f) Licencia de dos semanas anteriores y diez posteriores al parto, a la trabajadora parturienta.
- g) Permiso a la madre trabajadora para que atienda a la lactancia de su hijo, por dos horas diarias, durante los nueve meses posteriores al parto según, certificado el IESS.
- h) Accidente de trabajo sufrido por el trabajador, por el tiempo necesario para su recuperación según certificados del IESS.
- i) Por fallecimiento de parientes hasta 2^{do} grado de consanguinidad y afinidad según lo estipula la ley.

Todas las causales señaladas en este numeral constituyen justificativos para permisos o faltas que dan lugar al pago de sueldo o salario completo por el período de ausencia, siempre y cuando no lo asuma el IESS.

Art 45.- Para efectos del presente Reglamento Interno, se considerara como CALAMIDAD DOMESTICA, los siguientes casos:

- a) Fallecimiento del cónyuge o conviviente registrado (a) del trabajador, o de sus parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad.
- b) Accidente o enfermedad grave de cónyuge o conviviente registrado (a) del trabajador, o de sus parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad, y,

- c) Los siniestros o daños que afecten gravemente la vivienda bienes del trabajador.

En los eventos de los literales b) y c) la empresa fijará prudencialmente los días de licencia con remuneración, según cada caso.

Art 46.- Se considera prueba para los casos de calamidad doméstica, las partidas de defunción, los certificados médicos otorgados por el médico del Consorcio o por un hospital general, así como los documentos públicos que correspondan a los siniestros o daños, según la naturaleza de cada uno.

Art 47.- Todo permiso y falta del trabajador a sus labores, originadas por su enfermedad o accidente, se justificará exclusivamente con la oportuna presentación del certificado de descanso o incapacidad, autorizado por el Departamento del IESS y/o médico de algún hospital público.

Art 48.- Para efectos del presente Reglamento Interno, se considera FALTA DE ASISTENCIA, la no ocurrencia a laborar sin previa y oportuna solicitud de permiso. Las faltas de asistencia pueden ser JUSTIFICADAS E INJUSTIFICADAS.

Art 49.- ES JUSTIFICADA, la falta, cuando está fundamentada en un motivo válido según la Ley o el presente Reglamento Interno y respaldada por pruebas justificativas. Las demás faltas son INJUSTIFICADAS.

Art 50.- Las faltas justificadas no darán lugar a ningún descuento de la remuneración del trabajador, pero no se pagará los beneficios de orden social que son inherentes a día de trabajo.

Arte 51.- La prueba justificada de una falta, se la presenta en la empresa, dentro del día de retorno del trabajador a sus labores. Si el documento probatorio debe ser obtenido fuera de la provincia, el indicado término se prolongará hasta tres días laborables. De no ser presentada la prueba justificativa dentro de los respectivos términos señalados, se considerará la falta como injustificada.

Art 52.- La obtención fraudulenta o la alteración o falsificación de documentos tales como certificados médicos, partidas de nacimientos, de defunción u otros semejantes serán considerados como FALTAS GRAVES lo cual dará derecho a la empresa a solicitar Visto Bueno o realizar el trámite que la Ley disponga, para la terminación del contrato de trabajo con el infractor.

CAPITULO SEPTIMO

DE LOS BIENES DE LA EMPRESA Y DE LA AREAS RESTRINGIDAS

Art 53.- Los trabajadores de la compañía que reciban equipos, máquinas, herramientas y más bienes de la empresa, sea en forma permanente, sean en forma temporal, serán personalmente responsables por estos mientras estén a su cargo. Quienes reciban dichos bienes, deberán firmar en cada caso el comprobante, lista o inventario que corresponda, o entregar la respectiva acta.

Una vez cumplido el trabajo que los hizo necesario, los bienes deberán ser reintegrados por los trabajadores a la persona encargada, quién devolverá la ficha o comprobante firmado por el trabajador. Igualmente, cuando un trabajador deje de laborar en la compañía por cualquier motivo, está obligado a devolver los bienes que están bajo su responsabilidad en conformidad con el respectivo comprobante, lista o inventario.

Se entenderá que el trabajador ha devuelto los bienes en buen estado, (herramientas, equipos, uniformes, etc.) si la persona encargada de recibirlos (jefe inmediato, bodega o a quien se disponga) no hiciere constar algún daño al momento de la recepción.

Art 54.- Está prohibido a los trabajadores de la empresa la introducción a los predios de cualquier clase de herramientas, máquinas, equipos y otros bienes similares, que no sean de propiedad de la empresa.

Art 55.- Las herramientas y más útiles entregados por la empresa al trabajador, así como las máquinas y equipos, serán utilizados únicamente en labores propias de la empleadora y de ninguna manera en trabajos particulares.

Art 56.- En cualquier momento de la empresa, directamente por medio de su personal o a través de auditores independientes, podrá hacer inventarios de los bienes entregados a los trabajadores. Estos están en la obligación de brindar facilidades para tal gestión, caso contrario, incurrirán en FALTA GRAVE, sujeta a la sanción prevista en este Reglamento Interno.

Art 57.- Toda pérdida o avería de bienes de la empresa será notificada por el trabajador responsable, en forma inmediata, al Gerente o Jefe Administrativo de Área a fin de que este tome las acciones pertinentes o de las instrucciones del caso.

Art 58.- Todo trabajador está obligado a pagar el valor de reposición de los bienes muebles perdidos o definitivamente dañados por su culpa o dolo. En consecuencia, no serán responsables de tales pérdidas o averías si se produjeran por casos fortuitos o de fuerza mayor, o debido a la mala calidad, desgaste o estado de caducidad de los mismos, criterio que será definido por el Comité de Accidentes y/o por Auditoría, en base a informe de investigación que se realice. Para lo cual el trabajador está en el derecho de solicitar el informe respectivo y conocer el resultado.

Cuando la empresa, directamente por medio de su personal o a través de auditores independientes, detectare la pérdida de materiales de trabajo, etc., que estén bajo la responsabilidad del trabajador este asumirá los costos de los mismos para su reposición. La pérdida antes señalada será imputable a negligencia o descuido del trabajador, constituye Falta grave sujeta a la sanción prevista en la ley.

Art 59.- Los equipos, máquinas, herramientas y más bienes de propiedad de la empresa o de terceros, no podrán ser sacados de los predios de la empleadora sin la autorización por escrito del Presidente y /o gerente.

Art 60.- Está prohibido el ingreso del personal no autorizado a las áreas de contabilidad y administración, especialmente a los almacenes, bodegas de materiales, depósitos y más sitios donde se guarde o mantenga documentos, cheques y otros documentos bancarios, así como, repuestos, partes piezas, materias primas, mercaderías y más bienes similares.

El desacato de un trabajador a esta disposición será sancionado como FALTA GRAVE.

Art 61.- Si cualquier ingreso no autorizado de los prohibidos en el artículo anterior, es un cometido por un trabajador fuera de sus horas de trabajo normal o de sobretiempo, o cuando no está el empleado responsable del área restringida, se considerara como FALTA GRAVE sujeta a la sanción correspondiente.

CAPITULO OCTAVO

OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR

Art 62.- Son obligaciones de los trabajadores de la empresa, además de las que constan en sus contratos individuales de trabajo, en el Código de Trabajo, en otras leyes, decretos y reglamentos dictados por los órganos de poder público, las contenidas en el presente Reglamento interno, especialmente las siguientes, su incumplimiento constituyen FALTA GRAVE.

- a) Mantener conducta ejemplar durante las horas de trabajo y general mientras permanezca en cualquiera de las dependencias de la empresa, aportando toda la colaboración necesaria para preservar la moral y la disciplina de la compañía.
- b) Respetar en toda forma y en todo momento dentro y fuera de los predios de la empresa, a los Directivos, así como a los superiores inmediatos del trabajador y a todo el personal de la empresa, en especial a las empleadas y obreras de la misma.

- c) Tratar con el mayor cuidado las máquinas, equipos, materiales, uniformes, implementos de seguridad y más bienes que la empresa le suministre para la ejecución de su trabajo o para su utilización personal.
- d) Restituir a la empresa los materiales no usados y los sobrantes que resultaren luego de ejecutado el trabajo.
- e) Laborar con el cuidado debido para prevenir accidentes y más riesgos del trabajo y, en general acatar las medidas de prevención salud, seguridad e higiene determinadas en los reglamentos emitidos por las autoridades de trabajo y el instituto ecuatoriano de seguridad social.
- f) Cumplir las disposiciones del presente Reglamento Interno de Trabajo, así como ejecutar sus labores en los términos del contrato individual, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- g) Trabajar en caso de peligro o siniestro inminente, por un tiempo mayor al señalado en la Ley para la jornada máxima de trabajo y aun en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros trabajadores o de la empleadora. En estos casos el empleador que haya laborado según lo dispuesto en este literal, fuera de jornada normal, recibirá los recargos que la ley dispone para las horas suplementarias o extraordinarias.
- h) Comunicar en forma inmediata a la compañía o a sus representantes, los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores y trabajadores de la empresa.
- i) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de los que tengan conocimiento por razón del trabajo que ejecute. Tratándose de empleados de la empresa esta prohibición se extiende a revelar cualquier secreto y hacer divulgaciones de cualquier índole, que ocasionen perjuicio a la compañía.
- j) Utilizar de manera correcta los medios de comunicación como son: radios, teléfonos, correos electrónicos e internet, evitando realizar bromas o pasar mensajes extraños a la labor realizada;

- k) Tratar a los usuarios del hotel y clientes en general, así como a los demás trabajadores de la empresa con la mayor atención y cortesía, dando muestras de delicadeza, de deseos de servir y de abierta colaboración; y,
- l) Ingresar a las habitaciones cuando estas se encuentren ocupadas por los clientes, salvo que el cliente lo solicite y siempre que sea para solucionar algún inconveniente.

2. Obligaciones cuyo incumplimiento constituye FALTA LEVE

- a) Cumplir sin dilación las órdenes emanadas de sus superiores, especialmente las normas internas que emita la gerencia para su acatamiento dentro de la empresa o en el área a la que pertenece el trabajador.
- b) Asistir cumplida y puntualmente a sus labores diarias y registrar sus entradas y salidas en los relojes biométricos. Si las faltas de asistencia o de puntualidad llegan o rebasan los máximos señalados en este Reglamento Interno, se aplicaran las correspondientes disposiciones del mismo.
- c) Usar el uniforme proporcionado por la empresa, todos los días laborales, durante las horas que se encuentre laborando en la misma.
- d) Usar, mientras este laborando, la dotación completa de implementos de seguridad, tales como cascos, mascarillas, zapatos, botas, lentes, guantes y demás elementos que la empresa entrega para protección de sus trabajadores. El trabajador no podrá laborar sin que lleve puesto tanto el uniforme como implementos de seguridad señalados en este literal
- e) Dar aviso oportuno a sus superiores de todo lo que a su juicio pueda perjudicar la marcha normal de trabajo.
- f) Suministras a su Jefe Inmediato, según el caso, sea por escrito, personalmente o por teléfono, informaciones completas y detalladas de todo daño o novedad que se produzca en su área de trabajo.

- g) Informar de todas las novedades que hubieren ocurrido durante su turno al trabajador que lo releve, así como al Jefe Inmediato del área, mediante la aplicación del respectivo procedimiento.
- h) Respetar el turno para registrar la entrada y salida en el reloj biométrico u otros equipos dedicados a controlar la asistencia del personal
- i) Entregar todos los documentos exigidos por la ley, por este Reglamento o por los funcionarios de la compañía, para probar la existencia de cargas familiares, relacionadas de parentesco, estado civil o unión de hecho, etc. Además deberá mantener actualizado ante el área de Recursos Humanos todos sus datos de identificación personal y los demás requisitos para el registro de trabajadores. Especialmente deberá informar a la empresa, su nueva dirección cada vez que cambie de domicilio.
- j) Justificar oportunamente su falta de asistencia por enfermedad común, o accidente común; mediante certificado preferentemente del IESS o del médico de la empresa. Las faltas motivadas por estas causas, como las originadas por calamidad doméstica o autorizada por la ley, deben ser justificadas oportunamente.
- k) Entregar al Presidente y/o supervisor de turno los objetos o prendas olvidados por los clientes.
- l) Las demás obligaciones cuyo incumplimiento según la ley, decretos y reglamentos dictados por los órganos del poder público o este Reglamento Interno no constituyan FALTA GRAVE.

CAPITULO NOVENO

PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES

Art 63.- A más de las prohibiciones establecidas para el trabajador en el código del Trabajo, en otras leyes, decretos y reglamentos emitidos por los órganos

del poder público y este Reglamento Interno de Trabajo, está especialmente prohibido al trabajador

1. Prohibiciones cuyo desacato constituye FALTA GRAVE

- a) Alterar o falsificar documentos, reportes o informes, etc., que presente a la compañía o presentarlos conociendo que son alterados o falsificados
- b) Ingerir bebidas alcohólicas durante o fuera de las horas de trabajo y en uso del uniforme, en oficinas y más instalaciones, excepto en las reuniones o fiestas autorizadas.
- c) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o introducir bebidas embriagantes a cualquier área, local o dependencia de la empresa.
- d) Presentarse a laborar bajo la influencia de sustancias psicotrópicas ilegales, o introducirlas en cualquier forma a cualquier local o dependencia de la empresa.
- e) Poner, escribir o distribuir textos insultantes, subversivos, pornográficos o inmorales, o poner figuras, dibujos obscenos en las paredes, máquinas o en cualquier lugar de la empresa.
- f) Portar armas de cualquier clase dentro de los lugares de trabajo, durante las horas de labor. Se exceptúan de esta prohibición a los guardias de seguridad de la empresa, durante sus turnos de vigilancia.
- g) Usar palabras indecorosas o ejecutar actos o escándalos reñidos con la disciplina, la moral o las buenas costumbres.
- h) Usar materiales de la empresa, o sus máquinas, equipos, herramientas y más bienes en trabajos particulares.
- i) Utilizar indebidamente el nombre o denominación social, siglas, logotipo, instalaciones o bienes de la empresa en negocios, actos jurídicos o más actividades particulares del trabajador.
- j) Revelar secretos técnicos, comerciales, de fabricación o procesos de la empresa.

- k) Propagar rumores falsos que vayan en desprestigio de la empresa o de representantes de ella; de sus superiores, o demás trabajadores de la misma.
- l) Realizar propaganda o manifestaciones políticas, religiosas o de otra índole no permitidos por la ley, en las instalaciones o cualquier dependencia de la misma.
- m) Realizar actos para promover paralizaciones intempestivas de trabajo o disminución del ritmo de producción normal de la empresa
- n) Fumar en donde exista la prohibición expresa de hacerlo.
- o) Sacar o pretender sacar de las instalaciones o predios de la empresa, sin autorización del Presidente, Gerente o jefe Administrativo de áreas, documentos, útiles de trabajo, materiales, productos, envases, equipos, máquinas o cualquier otro bien de la empresa o de otros trabajadores o de terceros;
- p) Destruir o tachar, garabatear, escribir, etc., los avisos, señales, comunicaciones o similares colocados por la empleadora.
- q) Ejecutar la labor en forma diferente a la convenida u ordenada. Tratar de entorpecer la misma, paralizar sin justa causa el trabajo individual o colectivo, así como disminuir intencionalmente o por descuido grave el ritmo de ejecución del trabajo encomendado.
- r) Exigir dinero o bienes como remuneración, comisión, obsequios o similares por parte de los usuarios del servicio, de otros trabajadores o de cualquier persona por sus labores o por abstenerse de realizar su obligación. El solo hecho de recibir dones o presentes por actos relativos a la empresa no sujetos a remuneración de terceros, será sancionado de conformidad con este Reglamento Interno; sin perjuicio de la acción penal que se pueda seguir.
- s) Dormir durante las horas de trabajo.

2. Prohibiciones cuyo desacato constituye FALTA LEVE :

- a) Asistir o ingresar a las instalaciones de la empresa en días u horas que no le corresponde laborar, salvo expresa citación para laborar sobretiempos, o que cuente con permiso expreso del jefe inmediato.
- b) Participar en juegos de azar, apuestas, rifas y similares dentro de las instalaciones de la empresa; salvo que sea autorizado por la Presidencia.
- c) Introducir, comprar o vender mercaderías en las instalaciones de la empresa, salvo que sea autorizado por la Presidencia.
- d) Abandonar sus labores sin permiso previo de sus jefes inmediatos, o encargar sus obligaciones y responsabilidades de trabajo a otra persona sin consentimiento expreso de su jefe inmediato.
- e) Negarse a efectuar labores que le hayan sido encomendadas dentro del desempeño de sus obligaciones, o en algún trabajo eventual que pudiere presentarse, cuando por cualquier motivo no pudiere desempeñar sus labores específicas.
- f) Distraer su tiempo de trabajo en lecturas o en ocupaciones que no sean las de sus específicas encomendadas;
- g) Causar desperdicios o gastar bienes de la empresa en forma injustificada, pero sin dolo. De existir dolo o negligencia será FALTA GRAVE.
- h) Suspender sus labores en los turnos diurnos o nocturnos para formar grupos o tertulias con otros compañeros o terceros:
 - i) Hacer colectas en el local de la empleadora, durante las horas laborables o fuera de ellas, salvo permiso del Presidente.
 - j) Alterar el diseño de los uniformes o elementos de seguridad, proporcionados por la empresa; y,
 - k) Las demás prohibiciones cuyo desacato, según la ley, decretos y reglamentos dictados por los órganos del poder público o este Reglamento Interno, no constituye FALTA GRAVE

Art 64.- La contravención o desacato del trabajador a las prohibiciones constantes en cualquier literal del artículo anterior, será sancionado conforme a

lo dispuesto en este Reglamento Interno de Trabajo, según que la falta sea GRAVE o LEVE.

CAPITULO DECIMO

DE LAS SANCIONES

Art 65.- El incumplimiento o desacato de las disposiciones que emana el presente Reglamento Interno de Trabajo, da derecho a la Empleadora para imponer al trabajador las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones, que pueden ser verbales cuando es por primera vez y escritas en una segunda instancia.
- b) Multas, hasta un máximo del 10% de la remuneración diaria; y,
- c) Dar por terminado el contrato de trabajo, previo el VISTO BUENO de autoridad competente, o el trámite que la ley en el futuro disponga.

Estas sanciones serán aplicadas según la falta sea LEVE o GRAVE.

Art 66.- Una falta leve da derecho a la empresa para imponer amonestaciones, verbales escritas o multas de hasta el 10% de la remuneración diaria del trabajador.

Art 67.- Una FALTA GRAVE, así como TRES FALTA LEVES sancionadas con amonestaciones y/o multas y cometidas dentro de un periodo mensual de 30 días de labores, da derecho a la empresa para dar por terminado el contrato de trabajo del trabajador.

Art 68.- Serán sancionadas como FALTAS GRAVES únicamente las infracciones calificadas como tales en este Reglamento Interno, así como las constantes en leyes, decretos y reglamento emitidos por los órganos del poder público, que facultan al empleador a dar por terminado el Contrato de trabajo con el infractor, especialmente las señalados en el artículo 172 del Código del Trabajo.

Art 69.- SANCIONES POR ATRASOS

En los casos de faltas de puntualidad, la compañía impondrá las siguientes sanciones:

- a) Los atrasos injustificados, en todos los casos, darán lugar al descuento de la parte proporcional de la remuneración por el tiempo perdido.
- b) Si dentro de un periodo mensual de labor, a un mismo trabajador se le ha descontado su remuneración por dos ocasiones por atrasos injustificados, se hará merecedor además de una Amonestación Escrita, en la que se incluirá la advertencia sobre la sanción grave a que puede verse expuesto de persistir en su impuntualidad; y,
- c) En caso de haber incurrido en cuatro atrasos injustificados dentro de un periodo mensual de labor, la empresa podrá dar por terminado el contrato de trabajo con el impuntual, previo el Visto Bueno o el trámite que disponga la ley, según decisión que tomará el Presidente o quien lo subrogue por ser este caso de cuatro reincidencias en un mes una FALTA GRAVE.

Art 70.- SON CAUSAS JUSTIFICATIVAS para los atrasos

- a) Calamidad doméstica que haya requerido atención personal del trabajador conforme a los literales b) y c) de este Reglamento Interno.
- b) Enfermedad del trabajador que la haya impedido llegar puntualmente a su trabajo
- c) Huelga de transporte o alteración del orden público que impida la normal movilización ciudadana; y,
- d) Cualquier otro motivo que justifique el atraso, a criterio de Jefe inmediato del área en donde pertenece el trabajador siempre que se trate de una circunstancia imposible de prever o de evitar por parte del trabajador.

Estas causas serán debidamente probadas por el trabajador ante la empresa.

Art 71.- Son INJURIAS GRAVES la falsa imputación de un delito y toda expresión proferida en descrédito, deshonra y menosprecio del agraviado, así

como cualquier acción ejecutada contra él con el mismo objeto, inclusive las expresiones o frases insultantes con términos tenidos como ofensivos en nuestra colectividad.

La denuncia o reclamo que uno o más trabajadores presentaren contra la empresa, ante cualquier autoridad u organismo del sector público, en el que se incluyere cualquiera de las imputaciones, expresiones, frases o términos a los que se refiere el inciso anterior, será prueba suficiente de la injuria grave.

La denuncia o reclamo justificado contra la empresa ante cualquier autoridad u organismo del sector público, presentado por uno o más trabajadores de la empresa, será considerada como injuria grave si es rechazada por falsos fundamentos de hecho y dicha denuncia o reclamo contuviere explícita o implícitamente la falsa imputación de un delito

Los casos de INJURIA GRAVE serán sancionados con la terminación del contrato de trabajo, previo el VISTO BUENO o el trámite que la ley disponga.

Art 72.- SANCIÓN POR ABANDONO DEL TRABAJO.- La falta injustificada de asistencia por un lapso mayor a tres días laborales consecutivos o no, dentro de un periodo mensual de labor, sin que el trabajador haya presentado justificación válida, por lo menos durante el siguiente cuarto día laborable, constituye ABANDONO DEL TRABAJO y dará lugar para que la empresa de por terminado el contrato de trabajo con el infractor, previo visto bueno o el trámite que la ley laboral disponga.

PERIODO MAYOR DE TRES DIAS: Significa que el abandono de trabajo debe ser por lo menos de tres jornadas y medias, es decir veintiocho horas laborales, de ausencia injustificada.

Art 73.- Tratándose de enfermedad no profesional (enfermedad común) el trabajador deberá comunicar la enfermedad por escrito a la compañía y a la inspección de trabajo, dentro de los tres primeros días de la enfermedad. La comunicación a la compañía se hará mediante la presentación del certificado

médico otorgado por el IESS preferentemente, o por un médico de hospital público.

CAPITULO DECIMO PRIMERO

OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Art 74.- Son obligaciones de la empresa todas aquellas señaladas en el Código del Trabajo, en la Ley del Seguro Social obligatorio y demás leyes, decretos y reglamentos emitidos por los órganos del poder público, así como en este reglamento Interno, su incumplimiento será sancionado por la autoridad, funcionario u organismo competente, de conformidad con lo dispuesto en la correspondiente ley, decreto o reglamento.

CAPITULO DECIMO SEGUNDO

DEBERES Y DERECHOS DE LOS SOCIOS

Art 75.- Son deberes de los asociados todos aquellos señalados en leyes, decretos y reglamentos expuestos por el poder público, así como los detallados en este reglamento interno.

- a) Tener pleno conocimiento de los deberes, funciones y características del funcionamiento de cada cargo y de los fondos de empleados en general.
- b) Cumplir con las obligaciones económicas y demás derivados
- c) Desempeñar con eficacia y rapidez los cargos que se le hayan encomendado
- d) Cumplir con las normas estatutarias y las decisiones tomadas por los directivos
- e) Evitar realizar actos que puedan afectar a la estabilidad económica o reputación de la empresa
- f) Ejercer los derechos

Art 76.- Son derechos, principalmente aquellos que se enfocan en los ámbitos Económicos y Administrativos que pueden ser reglamentados a través de estatutos, reglamentos y/o resoluciones.

- a) Participar en el reparto de los beneficios sociales
- b) Revisar y aprobar las cuentas de la asociación
- c) Participar en las gestiones económicas y financieras y de lo relativo a sus servicios así como también en las decisiones que garanticen la igualdad de los asociados
- d) Controlar y evaluar el funcionamiento de la empresa mediante auditorías internas y externas
- e) Proponer cambios y/o sugerencias
- f) Postularse como candidato a la Junta Directiva
- g) Capacitación para ejercer un mejor papel de socio
- h) Colaborar en la asociación
- i) Tener conocimiento de las actividades ejecutadas por la junta de socios.

Anexo 8 INFORMACIÓN PARA OBTENCIÓN DE CREDITO EN LA CFN



Su socio estratégico para sus proyectos turísticos

Turismo es uno de los proyectos especiales priorizados por el Gobierno Nacional y la Corporación Financiera Nacional. Nuestro objetivo es estimular inversión productiva responsable y rentable en el sector Turismo como un factor de desarrollo y crecimiento económico, que estimule la generación de empleo, dinamice las economías locales y orientadas a mejorar la posición competitiva del colectivo turístico de los destinos.

Como banca pública de desarrollo y empresarial financiamos proyectos productivos innovadores de inversión turística que sean económicamente rentables, socialmente incluyentes y ambientalmente responsables, de gran impacto y que provoquen una cadena de valor en los territorios, así como también estimular proyectos de inversión turística que promueva el mejoramiento continuo del funcionamiento de los negocios turísticos existentes, esto es, adecuaciones, renovaciones de las instalaciones y nuevos equipamientos que contribuyan a aumentar la calidad de la oferta existente y la modernización de sus establecimientos.

Desarrollo al Turismo: Actividades

Financiables

- Alojamiento
- Alimentos y Bebidas
- Agencias de Viaje

- Transporte Turístico

CLASIFICACION INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONOMICAS (CIU):

DIVISION	GRUPO	CLASE	DESCRIPCION	OBSERVACION
55	5.5.1	5.5.1.0	Hoteles, hosterías, hostales, cabañas, etc.	Alojamiento turístico.
	5.5.2	5.5.2.0	Restaurantes y cafeterías	Solo restaurantes con una calificación mínima de segunda categoría. No se financia comida rápida, bares ni cantinas.
60	6.0.1	6.0.1.0	Transporte por vía férrea	Transporte turístico por ferrocarril interurbano.
	6.0.2	6.0.2.1	Otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre	Transporte turístico por vía terrestre.
61			Transporte por vía acuática	Se incluye embarcaciones de excursión, crucero y turismo, transbordadores, taxímetros acuáticos, etc.
	6.1.1	6.1.1.0	Transporte marítimo y de cabotaje	Transporte turístico por las costas del país. Se incluye el transporte turístico por vía lacustre.
	6.1.2	6.1.2.0	Transporte por vías de navegación interiores	Incluye transporte turístico por ríos, canales y otras vías de navegación interior.
62	6.2.1	6.2.1.0	Transporte regular por vía aérea	Incluye transporte aéreo turístico con itinerarios y horarios establecidos.
63	6.3.0	6.3.0.4	Actividades de agencias de viajes, organizadores de excursiones y guías turísticos (ver nota 1/)	1/ Solo para esta actividad la CFN, como parte del rubro capital de trabajo, financia la promoción y publicidad turística que incluye una serie de productos y herramientas de difusión, que son prioritarias dada la naturaleza del producto que, al constituirse en un servicio, requiere de inversiones importantes en algunos rubros, los cuales se citan a continuación: diseño gráfico, material impreso, material audiovisual, producción de videos, producción cinematográfica, producción musical, letreros, banners, diseño de páginas web, publicidad en buscadores de internet, pago de alojamiento (hosting), publicidad en medios masivos nacionales e internacionales, work shops, fam trips, press trips, publicaciones, compra de fotografías y textos, traducciones, compra de material pop, campañas y pauta en medios escritos, televisivos, radiales, exhibiciones, muestras artísticas, ruedas de prensa, boletines, kits de prensa).
	6.3.0	6.3.0.9	Actividades de otras agencias de transporte	Incluye los servicios de transitarios, la organización y coordinación de transporte.
70	7.0.1	7.0.1.0	Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o alquilados	Únicamente la explotación de apartamentos con servicios de hotel, se deberá contar con la certificación del Ministerio de Turismo que lo catalogue como una actividad de alojamiento turístico

Beneficiario y Destino

Beneficiario

- Personas naturales en cuyo caso deberá ser identificable mediante un RUC.

- Personas jurídicas (privadas, mixtas o públicas) bajo el control de la Superintendencia de Compañías.
- Otras personas jurídicas: Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones, federaciones y corporaciones con personería jurídica.

Destino

- Activo fijo: Infraestructuras, maquinarias y equipamientos. Se podrá reconocer inversiones efectuadas hasta 360 días antes de la presentación de la solicitud de crédito.
- Capital de trabajo: Pago de mano de obra, materiales directos e indirectos, entre otros. Se excluyen gastos no operativos de administración y ventas, se consideran también los gastos de promoción y publicidad. Se podrá reconocer inversiones efectuadas hasta 90 días antes de la presentación de la solicitud de crédito.

Condiciones del Crédito

Monto

- Desde USD 50.000,00 (La amortización se traduce en pagos mensuales, trimestrales o semestrales de acuerdo al flujo de caja).
- Máximo a financiar por parte de CFN (en porcentajes de la inversión total), dependiendo del nivel de riesgo del sector.
 - a. Para proyectos nuevos hasta un 70%
 - b. Para proyectos en marcha hasta un 100%

Plazo

- Activo Fijo: hasta 10 años en función del Flujo de Caja

- Capital de trabajo: Hasta 3 años en función del Flujo de Caja

Período de Gracia

- En función del Flujo de Caja y conforme a la naturaleza del negocio.

Tasa de Interés

- PYME (monto hasta 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,15%
- SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 9,50%
- SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD1 millón) Desde 8% - hasta 8,15%

Requisitos

Requisitos mínimos requeridos para el análisis del crédito

- Solicitud de crédito
- Hoja de vida del solicitante y de ser el caso, del administrador del negocio (experiencia sobre manejo)
- Copia de la declaración de impuesto a la renta de los 3 últimos años
- Copia de las últimas 12 declaraciones del IVA (Impuesto al Valor Agregado)
- Certificado de no mantener obligaciones pendientes con el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) de ser el caso
- Plan de Inversiones
- Flujo de caja del negocio (proyectado al tiempo que el crédito)
- Referencias personales, comerciales y bancarias
- Al menos dos copias de cotizaciones (proformas) de las inversiones a realizar

- Perfil del negocio impreso para proyectos menores a USD 1'500.000,00
- Para proyectos nuevos mayores a USD 1'500.000,00 presentar un proyecto de factibilidad que justifique la viabilidad del mismo mediante un estudio de mercado, técnico y financiero
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen, como bienes inmuebles, por ejemplo: Terrenos, edificios, casas, bodegas, etc.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (Solo personas jurídicas)
- Declaración notariada y juramentada sobre vinculaciones por propiedad o por gestión, hasta 4to.grado de consanguinidad y 2do.de afinidad con funcionarios de la CFN, suscrita por el solicitante o representante legal
- Certificado vigente de la Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas (Solo personas jurídicas).
- Planos de construcción y permisos de funcionamiento, en el caso de obras civiles.

Garantía y Desembolsos

Garantía

- Las garantías deben ser reales, adecuadas y suficientes, como por ejemplo bienes inmuebles y se permite el escalonamiento de las mismas, manteniendo la cobertura mínima del 125% por cada desembolso.
- Las garantías son negociadas entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional.
- Las garantías no podrán ser inferiores al 125% de la obligación del crédito.
- La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

Desembolsos

- De acuerdo a cronograma aprobado por la CFN y en base a plan de inversiones acordado con el cliente; para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor por desembolsar y procederá toda vez que se justifique su utilización.

Consideraciones para el Financiamiento

- Los proyectos financiables deberán ser viables desde el punto de vista técnico, financiero, ambiental, de mercado y legal, de acuerdo con los análisis practicados.
- No se financia terrenos para proyectos nuevos, créditos de consumo, comercio, servicios financieros, compra de bonos y transferencia de acciones, ni adquisición de viviendas.
- No se financiará a clientes que registren cuentas inhabilitadas, cartera castigada o demanda judicial de acuerdo al reporte de buró de crédito y los que tengan obligaciones vencidas con instituciones públicas.
- No se financiará a clientes que se encuentren registrados en la base reservada del CONSEP (Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas).

Anexo 9 BALANCES MENSUALES DESGLOSADOS

Enero

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	8855.00	8936.04	9514.00	9994.05	10494.61	11981.90	12573.12	13188.85	13829.83	14496.82
- Costos variables	3280.40	3300.70	3234.76	3396.78	3565.65	3594.57	3770.60	3953.85	4144.54	4342.89
- Costo fijo operacional	7658.50	8047.77	8453.84	8877.25	9318.58	9778.39	10257.25	10755.75	11274.48	11814.05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950.00	4150.77	4360.21	4578.59	4806.21	5043.37	5290.35	5547.46	5815.00	6093.29
- Gasto Depreciación	4633.87	4633.87	4633.87	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76
- Gasto Amortización	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	11167.77	11697.07	11668.67	11265.33	11602.59	10341.18	10651.83	10974.97	11310.96	11660.17
- Gastos Financieros	5397.86	5050.78	4670.77	4254.69	3799.14	3301.33	2759.55	2166.77	1518.17	808.51
= Utilidad antes de parte e impuestos	16565.62	16747.85	16339.44	15520.02	15401.72	13642.51	13411.39	13141.74	12829.14	12468.68
- Impuestos 25% IR	4141.41	4186.96	4084.86	3880.01	3850.43	3410.63	3352.85	3285.44	3207.28	3117.17
= Utilidad antes de impuestos	12424.22	12560.89	12254.58	11640.02	11551.29	10231.88	10058.54	9856.31	9621.85	9351.51
- Impuestos 15% PART	1863.63	1884.13	1838.19	1746.00	1732.69	1534.78	1508.78	1478.45	1443.28	1402.73
= Utilidad neta	10560.59	10676.76	10416.39	9894.01	9818.60	8697.10	8549.76	8377.86	8178.57	7948.78

Febrero

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	1962.00	1979.956	2108.016	2214.380	2325.289	2654.827	2785.824	2922.250	3064.271	3212.056
- Costos variables	7026.00	7313.36	7167.25	7526.23	7900.39	7964.48	8354.51	8760.54	9183.05	9622.53
- Costo fijo operacional	7658.50	8047.77	8453.84	8877.25	9318.58	9778.39	10257.25	10755.75	11274.48	11814.05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950.00	4150.77	4360.21	4578.59	4806.21	5043.37	5290.35	5547.46	5815.00	6093.29
- Gasto Depreciación	4633.87	4633.87	4633.87	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76
- Gasto Amortización	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	4148.37	4846.21	4035.01	3245.04	3179.06	144.72	49.37	251.99	463.41	683.94
- Gastos Financieros	5370.12	5020.41	4637.52	4218.29	3759.28	3258.02	2712.17	2114.92	1461.44	746.44

= Utilidad antes de parte e impuestos	9518.49	9866.62	8672.53	7463.32	6938.34	3402.74	2662.80	1862.94	998.03	-62.50
- Impuestos 25% IR	2379.62	2466.65	2168.13	1865.83	1734.58	850.69	665.70	465.73	249.51	-15.63
= Utilidad antes de impuestos	7138.87	7399.96	6504.40	5597.49	5203.75	2552.06	1997.10	1397.20	748.52	-46.88
- Impuestos 15% PART	1070.83	1109.99	975.66	839.62	780.56	382.81	299.56	209.58	112.28	-7.03
= Utilidad neta	6068.04	6289.97	5528.74	4757.87	4423.19	2169.25	1697.53	1187.62	636.25	-39.84

Marzo

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	2180.00	2199.95	2342.39	2460.22	2583.65	2949.08	3095.60	3246.94	3404.75	3568.95
- Costos variables	7790.00	8125.95	7963.61	8362.48	8778.21	8849.42	9282.79	9733.94	1020.33	1069.17
- Costo fijo operacional	7658.50	8047.77	8453.84	8877.25	9318.58	9778.39	1025.72	1075.57	1127.44	1181.05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950.00	4150.77	4360.21	4578.59	4806.21	5043.37	5290.35	5547.46	5815.00	6093.29
- Gasto Depreciación	4633.87	4633.87	4633.87	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76
- Gasto Amortización	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	2732.37	3458.85	2489.14	1620.86	1473.22	1920.14	2216.45	2525.54	2847.82	3183.72
- Gastos Financieros	5342.17	4989.81	4604.01	4181.61	3719.12	3214.38	2664.42	2062.68	1404.29	683.90
= Utilidad antes de parte e impuestos	8074.54	8448.66	7093.15	5802.47	5192.34	1294.24	447.97	462.85	1443.53	2499.82
- Impuestos 25% IR	2018.64	2112.17	1773.29	1450.62	1298.09	323.56	111.99	115.71	360.88	624.96
= Utilidad antes de impuestos	6055.91	6336.50	5319.86	4351.85	3894.26	970.68	335.98	347.14	1082.65	1874.87
- Impuestos 15% PART	908.39	950.47	797.98	652.78	584.14	145.60	-50.40	52.07	162.40	281.23
= Utilidad neta	5147.52	5386.02	4521.88	3699.07	3310.12	825.08	285.58	295.07	920.25	1593.64

Abril

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
---------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Ventas	2812 7.00	2838 4.42	3022 0.26	3174 5.09	3333 5.06	3805 9.29	3993 7.24	4189 3.02	4392 9.03	4604 7.66
- Costos variables	1000 1.60	1048 4.34	1027 4.89	1078 9.51	1132 5.91	1141 7.79	1197 6.93	1255 9.01	1316 4.71	1379 4.74
- Costo fijo operacional	7658. 50	8047. 77	8453. 84	8877. 25	9318. 58	9778. 39	1025 7.25	1075 5.75	1127 4.48	1181 4.05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950. 00	4150. 77	4360. 21	4578. 59	4806. 21	5043. 37	5290. 35	5547. 46	5815. 00	6093. 29
- Gasto Depreciación	4633. 87	4633. 87	4633. 87	3906. 76	3906. 76	3906. 76	3906. 76	3906. 76	3906. 76	3906. 76
- Gasto Amortización	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00
= Utilidad Operacional	1383. 03	567.6 6	1997. 46	3092. 97	3477. 60	7912. 99	8505. 96	9124. 05	9768. 06	1043 8.82
- Gastos Financieros	5314. 01	4958. 98	4570. 26	4144. 65	3678. 65	3170. 42	2616. 32	2010. 05	1346. 70	620.8 9
= Utilidad antes de part e impuestos	3930. 98	4391. 32	2572. 80	1051. 68	201.0 5	4742. 57	5889. 63	7114. 00	8421. 37	9817. 93
- Impuestos 25% IR	- 982.7 5	- 1097. 83	- 643.2 0	- 262.9 2	- 50.26	- 1185. 64	- 1472. 41	- 1778. 50	- 2105. 34	- 2454. 48
= Utilidad antes de impuestos	2948. 24	3293. 49	1929. 60	788.7 6	150.7 8	3556. 93	4417. 23	5335. 50	6316. 02	7363. 45
- Impuestos 15% PART	- 442.2 4	- 494.0 2	- 289.4 4	- 118.3 1	- 22.62	- 533.5 4	- 662.5 8	- 800.3 2	- 947.4 0	- 1104. 52
= Utilidad neta	2506. 00	2799. 47	1640. 16	670.4 4	128.1 7	3023. 39	3754. 64	4535. 17	5368. 62	6258. 93

Mayo

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	8855. 00	8936. 04	9514. 00	9994. 05	1049 4.61	1198 1.90	1257 3.12	1318 8.85	1382 9.83	1449 6.82
- Costos variables	3280. 40	3300. 70	3234. 76	3396. 78	3565. 65	3594. 57	3770. 60	3953. 85	4144. 54	4342. 89
- Costo fijo operacional	7658. 50	8047. 77	8453. 84	8877. 25	9318. 58	9778. 39	1025 7.25	1075 5.75	1127 4.48	1181 4.05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950. 00	4150. 77	4360. 21	4578. 59	4806. 21	5043. 37	5290. 35	5547. 46	5815. 00	6093. 29
- Gasto Depreciación	4633. 87	4633. 87	4633. 87	3906. 76						
- Gasto Amortización	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00
= Utilidad Operacional	11167 .77	11697 .07	11668 .67	1126 5.33	1160 2.59	1034 1.18	1065 1.83	1097 4.97	1131 0.96	1166 0.17
- Gastos Financieros	5285. 64	4927. 92	4536. 24	4107. 41	3637. 88	3126. 13	2567. 86	1957. 02	1288. 68	557.4 0
= Utilidad antes de part e impuestos	16453 .41	16624 .99	16204 .92	1537 2.74	1524 0.46	1346 7.31	1321 9.69	1293 2.00	1259 9.64	1221 7.57

	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Impuestos 25% IR	4113. 35	4156. 25	4051. 23	3843. 18	3810. 12	3366. 83	3304. 92	3233. 00	3149. 91	3054. 39
= Utilidad antes de impuestos	12340 .06	12468 .74	12153 .69	1152 9.55	1143 0.35	1010 0.48	9914. 77	9699. 00	9449. 73	9163. 18
- Impuestos 15% PART	1851. 01	1870. 31	1823. 05	1729. 43	1714. 55	1515. 07	1487. 21	1454. 85	1417. 46	1374. 48
= Utilidad neta	10489 .05	10598 .43	10330 .64	9800. 12	9715. 79	8585. 41	8427. 55	8244. 15	8032. 27	7788. 70

Junio

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	3068 4.00	3096 4.82	3296 7.56	3463 1.01	3636 5.53	4151 9.22	4356 7.90	4570 1.48	4792 2.57	5023 3.81
- Costos variables	1089 7.20	1143 7.47	1120 8.97	1177 0.38	1235 5.53	1245 5.77	1306 5.74	1370 0.74	1436 1.51	1504 8.81
- Costo fijo operacional	7658. 50	8047. 77	8453. 84	8877. 25	9318. 58	9778. 39	1025 7.25	1075 5.75	1127 4.48	1181 4.05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950. 00	4150. 77	4360. 21	4578. 59	4806. 21	5043. 37	5290. 35	5547. 46	5815. 00	6093. 29
- Gasto Depreciación	4633. 87	4633. 87	4633. 87	3906. 76						
- Gasto Amortización	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00
= Utilidad Operacional	3044. 43	2194. 94	3810. 67	4998. 02	5478. 44	1033 4.94	1104 7.80	1179 0.78	1256 4.82	1337 0.90
- Gastos Financieros	5257. 05	4896. 62	4501. 97	4069. 88	3596. 79	3081. 50	2519. 03	1903. 60	1230. 22	493.4 4
= Utilidad antes de part e impuestos	2212. 62	2701. 68	691.3 0	928.1 4	1881. 64	7253. 45	8528. 78	9887. 18	1133 4.60	1287 7.46
- Impuestos 25% IR	553.1 6	675.4 2	172.8 3	232.0 3	470.4 1	1813. 36	2132. 19	2471. 80	2833. 65	3219. 37
= Utilidad antes de impuestos	1659. 47	2026. 26	518.4 8	696.1 0	1411. 23	5440. 08	6396. 58	7415. 39	8500. 95	9658. 10
- Impuestos 15% PART	248.9 2	303.9 4	- 77.77	104.4 2	211.6 8	816.0 1	959.4 9	1112. 31	1275. 14	1448. 71
= Utilidad neta	1410. 55	1722. 32	440.7 1	591.6 9	1199. 55	4624. 07	5437. 09	6303. 08	7225. 81	8209. 38

Julio

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	6957 0.00	7020 6.70	7474 7.52	7851 9.07	8245 1.75	9413 6.76	9878 1.73	10361 9.22	10865 5.11	11389 5.39
- Costos variables	2452 2.00	2593 2.23	2541 4.16	2668 7.04	2801 3.77	2824 1.03	2962 4.03	31063 .76	32561 .92	34120 .24

- Costo fijo operacional	7658. 50	8047. 77	8453. 84	8877. 25	9318. 58	9778. 39	1025 7.25	10755 .75	11274 .48	11814 .05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950. 00	4150. 77	4360. 21	4578. 59	4806. 21	5043. 37	5290. 35	5547. 46	5815. 00	6093. 29
- Gasto Depreciación	4633. 87	4633. 87	4633. 87	3906. 76						
- Gasto Amortización	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	2830 5.63	2694 2.06	3138 5.45	3396 9.42	3590 6.43	4716 7.22	4970 3.35	52345 .49	55096 .94	57961 .05
- Gastos Financieros	5228. 25	4865. 08	4467. 44	4032. 08	3555. 40	3036. 53	2469. 83	1849. 77	1171. 32	429.0 0
= Utilidad antes de part e impuestos	2307 7.38	2207 6.98	2691 8.00	2993 7.34	3235 1.03	4413 0.68	4723 3.52	50495 .72	53925 .62	57532 .05
- Impuestos 25% IR	5769. 35	5519. 25	6729. 50	7484. 34	8087. 76	1103 2.67	1180 8.38	12623 .93	13481 .41	14383 .01
= Utilidad antes de impuestos	1730 8.04	1655 7.74	2018 8.50	2245 3.01	2426 3.27	3309 8.01	3542 5.14	37871 .79	40444 .22	43149 .04
- Impuestos 15% PART	2596. 21	2483. 66	3028. 28	3367. 95	3639. 49	4964. 70	5313. 77	5680. 77	6066. 63	6472. 36
= Utilidad neta	1471 1.83	1407 4.08	1716 0.23	1908 5.06	2062 3.78	2813 3.31	3011 1.37	32191 .02	34377 .58	36676 .68

Agosto

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	11260 8.00	11363 8.59	12098 8.49	12709 3.22	13345 8.78	15237 2.46	15989 0.95	16772 1.04	17587 2.28	18435 4.35
- Costos variables	39590 .40	41974 .65	41136 .09	43196 .42	45343 .90	45711 .74	47950 .31	50280 .69	52705 .66	55228 .00
- Costo fijo operacional	7658. 50	8047. 77	8453. 84	8877. 25	9318. 58	9778. 39	10257 .25	10755 .75	11274 .48	11814 .05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950. 00	4150. 77	4360. 21	4578. 59	4806. 21	5043. 37	5290. 35	5547. 46	5815. 00	6093. 29
- Gasto Depreciación	4633. 87	4633. 87	4633. 87	3906. 76						
- Gasto Amortización	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	56275 .23	54331 .52	61904 .49	66034 .20	69583 .33	87932 .21	92486 .29	97230 .38	10217 0.38	10731 2.25
- Gastos Financieros	5199. 23	4833. 30	4432. 65	3993. 98	3513. 69	2991. 23	2420. 26	1795. 53	1111. 98	364.0 7
= Utilidad antes de part e impuestos	51076 .00	49498 .22	57471 .83	62040 .21	66069 .64	84940 .98	90066 .03	95434 .85	10105 8.40	10694 8.18
- Impuestos 25% IR	12769 .00	12374 .56	14367 .96	15510 .05	16517 .41	21235 .24	22516 .51	23858 .71	25264 .60	26737 .04
= Utilidad antes de impuestos	38307 .00	37123 .67	43103 .87	46530 .16	49552 .23	63705 .73	67549 .52	71576 .14	75793 .80	80211 .13
- Impuestos 15% PART	5746. 05	5568. 55	6465. 58	6979. 52	7432. 83	9555. 86	10132 .43	10736 .42	11369 .07	12031 .67
= Utilidad neta	32560 .95	31555 .12	36638 .29	39550 .64	42119 .39	54149 .87	57417 .09	60839 .72	64424 .73	68179 .46

Septiembre

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	8855.00	8936.04	9514.00	9994.05	10494.61	11981.90	12573.12	13188.85	13829.83	14496.82
- Costos variables	3280.40	3300.70	3234.76	3396.78	3565.65	3594.57	3770.60	3953.85	4144.54	4342.89
- Costo fijo operacional	7658.50	8047.77	8453.84	8877.25	9318.58	9778.39	10257.25	10755.75	11274.48	11814.05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950.00	4150.77	4360.21	4578.59	4806.21	5043.37	5290.35	5547.46	5815.00	6093.29
- Gasto Depreciación	4633.87	4633.87	4633.87	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76
- Gasto Amortización	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	11167.77	11697.07	11668.67	11265.33	11602.59	10341.18	10651.83	10974.97	11310.96	11660.17
- Gastos Financieros	5169.98	4801.28	4397.60	3955.60	3471.66	2945.59	2370.32	1740.89	1052.19	298.65
= Utilidad antes de part e impuestos	16337.75	16498.36	16066.27	15220.93	15074.25	13286.77	13022.15	12715.86	12363.16	11958.82
- Impuestos 25% IR	4084.44	4124.59	4016.57	3805.23	3768.56	3321.69	3255.54	3178.97	3090.79	2989.71
= Utilidad antes de impuestos	12253.32	12373.77	12049.70	11415.70	11305.69	9965.08	9766.61	9536.90	9272.37	8969.12
- Impuestos 15% PART	1838.00	1856.07	1807.46	1712.35	1695.85	1494.76	1464.99	1430.53	1390.86	1345.37
= Utilidad neta	10415.32	10517.70	10242.25	9703.34	9609.83	8470.31	8301.62	8106.36	7881.51	7623.75

Octubre

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	3092.00	3120.30	3322.11	3489.74	3664.52	4183.86	4390.30	4605.30	4829.12	5062.02
- Costos variables	1242.32	1152.54	1129.52	1186.09	1245.06	1255.16	1316.62	1380.61	1447.20	1516.46
- Costo fijo operacional	7658.50	8047.77	8453.84	8877.25	9318.58	9778.39	10257.25	10755.75	11274.48	11814.05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950.00	4150.77	4360.21	4578.59	4806.21	5043.37	5290.35	5547.46	5815.00	6093.29
- Gasto Depreciación	4633.87	4633.87	4633.87	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76	3906.76
- Gasto Amortización	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	14892.69	15364.66	15755.32	15558.96	16112.09	15799.81	16380.68	16985.28	17614.33	18268.54
- Gastos Financieros	5140.52	4769.02	4362.27	3916.93	3429.32	2899.60	2320.00	1685.83	991.95	232.74

= Utilidad antes de part e impuestos	20033 .21	20133 .68	20117 .60	19475 .89	19541 .41	18699 .41	18700 .68	18671 .11	18606 .28	18501 .28
- Impuestos 25% IR	5008. 30	5033. 42	5029. 40	4868. 97	4885. 35	4674. 85	4675. 17	4667. 78	4651. 57	4625. 32
= Utilidad antes de impuestos	15024 .91	15100 .26	15088 .20	14606 .92	14656 .06	14024 .56	14025 .51	14003 .34	13954 .71	13875 .96
- Impuestos 15% PART	2253. 74	2265. 04	2263. 23	2191. 04	2198. 41	2103. 68	2103. 83	2100. 50	2093. 21	2081. 39
= Utilidad neta	12771 .17	12835 .22	12824 .97	12415 .88	12457 .65	11920 .88	11921 .68	11902 .84	11861 .51	11794 .57

Noviembre

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	8855. 00	8936. 04	9514. 00	9994. 05	10494 .61	11981 .90	12573 .12	13188 .85	13829 .83	14496 .82
- Costos variables	3280. 40	3300. 70	3234. 76	3396. 78	3565. 65	3594. 57	3770. 60	3953. 85	4144. 54	4342. 89
- Costo fijo operacional	7658. 50	8047. 77	8453. 84	8877. 25	9318. 58	9778. 39	10257 .25	10755 .75	11274 .48	11814 .05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950. 00	4150. 77	4360. 21	4578. 59	4806. 21	5043. 37	5290. 35	5547. 46	5815. 00	6093. 29
- Gasto Depreciación	4633. 87	4633. 87	4633. 87	3906. 76						
- Gasto Amortización	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	11167 .77	11697 .07	11668 .67	11265 .33	11602 .59	10341 .18	10651 .83	10974 .97	11310 .96	11660 .17
- Gastos Financieros	5110. 83	4736. 52	4326. 68	3877. 96	3386. 98	2853. 27	2269. 31	1630. 37	931.2 6	166.3 4
= Utilidad antes de part e impuestos	16278 .60	16433 .59	15995 .36	15143 .29	14989 .56	13194 .45	12921 .14	12605 .34	12242 .23	11826 .51
- Impuestos 25% IR	4069. 65	4108. 40	3998. 84	3785. 82	3747. 39	3298. 61	3230. 29	3151. 33	3060. 56	2956. 63
= Utilidad antes de impuestos	12208 .95	12325 .19	11996 .52	11357 .47	11242 .17	9895. 84	9690. 86	9454. 00	9181. 67	8869. 88
- Impuestos 15% PART	1831. 34	1848. 78	1799. 48	1703. 62	1686. 33	1484. 38	1453. 63	1418. 10	1377. 25	1330. 48
= Utilidad neta	10377 .61	10476 .42	10197 .04	9653. 85	9555. 85	8411. 46	8237. 23	8035. 90	7804. 42	7539. 40

Diciembre

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	11260 8.00	11363 8.59	12098 8.49	12709 3.22	13345 8.78	15237 2.46	15989 0.95	16772 1.04	17587 2.28	18435 4.35
- Costos variables	39590 .40	41974 .65	41136 .09	43196 .42	45343 .90	45711 .74	47950 .31	50280 .69	52705 .66	55228 .00
- Costo fijo operacional	7658. 50	8047. 77	8453. 84	8877. 25	9318. 58	9778. 39	10257 .25	10755 .75	11274 .48	11814 .05
- Gastos Administrativos y de Ventas	3950. 00	4150. 77	4360. 21	4578. 59	4806. 21	5043. 37	5290. 35	5547. 46	5815. 00	6093. 29
- Gasto Depreciación	4633. 87	4633. 87	4633. 87	3906. 76						
- Gasto Amortización	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	500.0 0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= Utilidad Operacional	56275 .23	54331 .52	61904 .49	66034 .20	69583 .33	87932 .21	92486 .29	97230 .38	10217 0.38	10731 2.25
- Gastos Financieros	5080. 92	4703. 77	4290. 83	3838. 70	3344. 31	2806. 59	2218. 23	1574. 48	870.1 2	99.43
= Utilidad antes de part e impuestos	51194 .31	49627 .76	57613 .66	62195 .50	66239 .01	85125 .62	90268 .06	95655 .90	10130 0.26	10721 2.82
- Impuestos 25% IR	12798 .58	12406 .94	14403 .42	15548 .88	16559 .75	21281 .41	22567 .01	23913 .98	25325 .07	26803 .20
= Utilidad antes de impuestos	38395 .73	37220 .82	43210 .25	46646 .63	49679 .26	63844 .22	67701 .04	71741 .93	75975 .20	80409 .61
- Impuestos 15% PART	5759. 36	5583. 12	6481. 54	6996. 99	7451. 89	9576. 63	10155 .16	10761 .29	11396 .28	12061 .44
= Utilidad neta	32636 .37	31637 .69	36728 .71	39649 .63	42227 .37	54267 .58	57545 .89	60980 .64	64578 .92	68348 .17