



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TEMA:

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un punto de descanso a
lado del aeropuerto Guayaquil enfocado solamente a pasajeros con
tránsito entre 3 a 10 horas de espera en la ciudad de Guayaquil”**

AUTORA:

Plaza Lucero Vanessa Paola

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA COMERCIAL**

TUTOR:

Econ. Gutiérrez Alarcón Cesar Daniel

Guayaquil, Ecuador

12 de Marzo del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Plaza Lucero Vanessa Paola como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera Comercial.

TUTOR

f. _____
Econ. Gutiérrez Alarcón Cesar Daniel

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs.

Guayaquil, 12 de Marzo del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Plaza Lucero Vanessa Paola.

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, “Proyecto de factibilidad para la creación de un punto de descanso a lado del aeropuerto Guayaquil enfocado solamente a pasajeros con tránsito entre 3 a 10 horas de espera en la ciudad de Guayaquil” previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 12 de Marzo del 2018

LA AUTORA

f. _____
Plaza Lucero Vanessa Paola



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

AUTORIZACIÓN

Yo, Plaza Lucero Vanessa Paola

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “Proyecto de factibilidad para la creación de un punto de descanso a lado del aeropuerto Guayaquil enfocado solamente a pasajeros con tránsito entre 3 a 10 horas de espera en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 12 de Marzo del 2018

LA AUTORA:

f. _____
Plaza Lucero Vanessa Paola

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. The browser address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/35245275-145199-362140#q1bKLVayjibUMTTSMdYxjdVRKs5Mz8tMy0xOzEtOVbIy0DMwMLMwM7Y0NjM0NjayMDcwNTapBQA=>. The document details on the left include:

- Documento:** [Plaza Lucero Gutierrez Alarcon Tesis Final.docx](#) (D35834437)
- Presentado:** 2018-02-22 09:29 (-05:00)
- Presentado por:** DANIEL GUTIERREZ ALARCON (cdga_140476@yahoo.com)
- Recibido:** cesar.gutierrez01.ucsg@analysis.orkund.com
- Mensaje:** [Mostrar el mensaje completo](#)

A summary message states: "1% de estas 31 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes." On the right, the "Lista de fuentes" (List of sources) is displayed with the following entries:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
>	Terán Delgado, Sara Maria. Diseño de plan estratégico de marketing para el posicionamiento de la marca...
	https://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_de_Guayaquil
Fuentes alternativas	
	TERÁN DELGADO, SARA MARÍA - DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA POSICIONAMIENTO...
Fuentes no usadas	

GUTIÉRREZ ALARCÓN CÉSAR DANIEL

CI # 0911108892

PLAZA LUCERO VANESSA PAOLA

CI # 0920027646

AGRADECIMIENTO

Gracias a mis padres que me apoyaron siempre para poder cumplir con la carrera y con todas las aventuras que he tenido en el camino para lograrlo.

A mi hermana que siempre me ayudo en todo y me mantuvo atenta a cumplir con esta meta levantándose para ir a clases cuando el sueño me ganaba (Love you in case I die).

A mi tutor y a los docentes de la facultad por su apoyo y por brindarme el conocimiento requerido para cumplir con este deber.

A mis amigas y compañeros de trabajo que me ayudaron en no distraerme y poder cumplir con las metas trazadas.

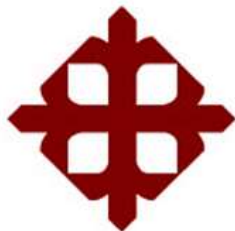
Y a mí por ser perseverante y lograr todo lo que me propongo sola.

DEDICATORIA

A mi familia entera. Empezando por el pilar importante mi querido padre Héctor Plaza que siempre me apoyo en todas las locuras que se me han ocurrido y sé que siempre estará para mí, te amo papito.

En memoria de mi madre Zulema Lucero que siempre me dejo ser quien soy, y a mi hermana Melissa Plaza que siempre tiene la paciencia para soportarme en los momentos difíciles, ser mi consejera y mi mejor amiga (Love you in case I die).

Y al nuevo integrante de la familia mi hijo Bailey el cual amo con todo mi corazón.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

**Ing. ESTHER GEORGINA BALLADARES CALDERÓN, MGS.
DIRECTORA DE CARRERA**

f. _____

**Ing. ERICK PAUL MURILLO DELGADO, MGS.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA**

f. _____

**Econ. LUCIA MAGDALENA PICO VERSOZA Mba
OPONENTE**

ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	ix
INDICE DE TABLA.....	xv
INDICE DE GRAFICOS.....	xvii
RESUMEN.....	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN.	6
CAPITULO 1.....	9
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.1. Tema – Título.	9
1.2. Justificación	9
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objetivo de Estudio	10
1.4. Contextualización de Tema u Objetivo del Estudio.....	10
1.5. Objetivos de la investigación.....	11
1.5.1. Objetivo General.....	11
1.5.2. Objetivos Específicos.	11

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.	12
1.7. Planteamiento del problema.....	17
1.8. Fundamentación teórica del proyecto.	19
1.8.1. Marco Referencial.....	19
1.8.2 Marco Teórico.	22
1.8.3 Marco Conceptual.....	33
1.8.4 Marco Lógico.....	34
1.8.4.1. Formulación de la hipótesis y/o de las preguntas de la investigación de las cuales se establecerán los objetivos.....	34
CAPITULO 2.....	36
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	36
2.1. Análisis de la Oportunidad.....	36
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de Negocio.....	38
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.	38
2.3. Objetivos de la Empresa.....	39
2.3.1. Objetivo General	39
2.3.2. Objetivos Específicos.	39

CAPITULO 3.....	41
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	41
3.1. Aspecto Societario de la Empresa.....	41
3.1.1. Generalidades	41
3.1.2 Capital Social, Acciones y Participaciones	41
3.2. Propiedad Intelectual.....	42
3.2.1 Registro de Marca	42
3.3.2 Derecho de Autor del Proyecto, Patente y Modelo de Utilidad.	42
CAPITULO 4.....	44
4. Auditoria del Mercado.....	44
4.1 PEST.....	44
4.2. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	49
4.3. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones.....	50
4.4. MATRIZ FODA.....	55
4.5. Investigación de Mercado.....	56
4.5.1 Método.....	56
4.5.2 Tamaño de la muestra	57
4.5.2.1. Técnica de recogida y análisis de datos.....	58

4.6 ANÁLISIS DE DATOS.	59
4.6.1 Resumen e interpretación de resultados.	67
CAPÍTULO 5	69
5. PLAN DE MARKETING	69
5.1 Mercado Meta	69
5.1.1. Tipo y Estrategias de penetración.	69
5.2. Posicionamiento	69
5.3 Marketing Mix	70
5.3.1 Estrategias de Servicios y productos	70
5.3.1.1 Producto.	70
5.3.2 Precio.	71
5.3.3. Comunicación.	71
5.3.4 Estrategia de Plaza.	74
5.3.4.1 Ambiente físico.	74
5.4 Identidad e imagen corporativa	76
5.4.1 Nombre.	76
5.4.2 Colores Corporativos	77
5.5 Gestión de promoción electrónica del proyecto	77

5.5.1 Estrategias de E-Commerce.....	77
5.5.2. Análisis de la promoción digital de los competidores: Web y Redes sociales.....	77
CAPÍTULO 6.....	79
6. PLAN OPERATIVO.....	79
6.1 DESARROLLO DEL PRODUCTO.....	79
6.2 Estructura Organizacional.....	79
6.3 Proceso productivo y flujo de entrega de servicio.....	81
6.4 Planos del punto de descanso	82
6.5 Plan financiero.....	84
6.5.1 Inversión inicial del proyecto.	84
6.5.2 Balance Inicial	88
6.5.3 Amortización del préstamo.	88
6.5.4. Proyección de ingresos.....	89
6.5.5 Proyección anual de costos y gastos.....	91
6.5.6 Estado de Resultados proyectado anualmente.	93
6.5.7 Proyección del flujo de caja anual.	94
6.5.8 Proyección anual Balance General.	95
6.5.9 Evaluación final del proyecto.....	96

6.5.10 Punto de Equilibrio.....	97
6.6 Análisis de Escenarios.....	98
6.6.1 Análisis Pesimista.....	98
6.6.2 Análisis optimista.....	99
CAPÍTULO 7.....	100
9. CONCLUSIONES.....	101
CAPÍTULO 8.....	104
10. RECOMENDACIONES.....	104
CAPÍTULO 9.....	106
11. FUENTES.....	106
CAPÍTULO 11.....	115

INDICE DE TABLA

Tabla 1. Alcances de servicios	50
Tabla 2. Hoteles de Guayaquil	52
Tabla 3.....	55
Tabla 4. Demostración de datos.	71
Tabla 5. Inversión inicial	84
Tabla 6. Balance inicial.....	88
Tabla 7. Amortización anual.....	88
Tabla 8. Proyección de temporadas altas, medias y bajas.....	89
Tabla 9. Proyección de ingresos por tipo de habitación.	90
Tabla 10. Proyección anual de ingresos	90
Tabla 11. Sueldos y salarios de personal.....	91
Tabla 12. Costos operacionales	92
Tabla 13. Proyección anual de gastos.....	92
Tabla 14. Proyección de pérdidas y ganancias. Estado de resultado	93
Tabla 15. Flujo neto de caja	94

Tabla 16. Balance General.....	95
Tabla 17. EVALUACIÓN FINANCIERA	96
Tabla 18. Punto de equilibrio.	97
Tabla 19. Evaluación Financiera	98
Tabla 20. EVALUACIÓN FINANCIERA	99

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Logo de la empresa.....	42
Gráfico 2. Índice de precios del consumidor.....	45
Gráfico 3. Tasa de desempleo nivel nacional	46
Gráfico 4. Porcentaje de personas que utilizan computadora.	48
Gráfico 5. Genero de las personas encuestadas.....	59
Gráfico 6. Edad de las personas encuestadas.	60
Gráfico 7. Nacionalidades de personas encuestadas.	61
Gráfico 8. Porcentaje de viajes que realiza en el año.....	62
Gráfico 9. Motivos por el cual usted viaja	62
Gráfico 10. ¿Ha sufrido demoras o cancelaciones de vuelos?	63
Gráfico 11. ¿De cuánto tiempo ha sido el retraso o transito?	63
Gráfico 12. ¿Ha utilizado las instalaciones del aeropuerto para descansar?	64
Gráfico 13. Encuentra cómodas las instalaciones del aeropuerto para descansar.....	65

Gráfico 14. ¿Usaría un punto de descanso mientras esperas tu conexión que quede dentro del aeropuerto?	66
Gráfico 15. ¿Hasta cuándo estarías dispuesto a pagar?	66
Gráfico 16. Organigrama	80
Gráfico 17. Flujo de proceso.....	81
Gráfico 18. Plano del local	82

RESUMEN.

El presente trabajo de titulación tiene como idea la creación y desarrollo de una empresa que ofrece servicio de alojamiento, durante un rango establecido de tiempo, en la ciudad de Guayaquil. Este servicio está dirigido exclusivamente a pasajeros con transiciones relativamente cortas entre vuelos de conexiones.

El potencial de cartera de clientes es alto y rentable debido a la información de las frecuencias de vuelos diarios dentro del aeropuerto Jose Joaquín de Olmedo por lo que da una facilidad de poder realizar una investigación más detallada de pasajeros en tránsito y conexiones.

La investigación dio como resultado la real existencia de una necesidad de cantidad grande de pasajeros que requieren un punto de alojamiento por un costo menor y por un periodo de tiempo relativamente corto. Al igual nos dio conocimiento de la necesidad debido a que el aeropuerto de Guayaquil no cuenta con un sitio de descanso para satisfacer a dicha cartera de clientes.

Palabras Claves: Pasajeros tránsito, Punto de descanso, Hospedaje, Factibilidad, pasajeros, frecuencia de vuelos, siestodromo, siesta.

ABSTRACT.

The present project has like main idea the creation and development of a company that offers service of lodging, during an established period of time, in the city of Guayaquil. This service is aimed exclusively at passengers with relatively short transitions between connection flights.

The potential of the client portfolio is high and profitable due to the information of the frequencies of daily flights within the Jose Joaquin de Olmedo airport, which makes it easier to carry out a more detailed investigation of passengers in transit and connections.

The investigation resulted in the real existence of a need for large numbers of passengers requiring a point of accommodation for a lower cost and for a relatively short period of time. Likewise, it gave a real necessity do to the Airport of Guayaquil nor having a rest station so it can satisfied the demand of that potential client portfolio.

Key Words: Passengers transit, Rest point, Lodging, Feasibility, passengers, frequency of flights, siestodromo, nap.

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo de investigación se basa en la necesidad real de pasajeros que optan por visitar lugares turísticos pero que no deseen invertir mucho dinero durante el transcurso del viaje. Aprovechando esta necesidad se crea la idea de realizar un plan para la creación de un punto de descanso en las afueras del aeropuerto de Guayaquil.

En los últimos años el Aeropuerto de Guayaquil, Jose Joaquín de Olmedo, ha ganado varios premios otorgado por Airports Council International, por ser uno de los mejores aeropuertos dentro de Latinoamérica y el Caribe, así como el mejor aeropuerto del mundo en categoría de 2 a 5 millones de pasajeros y al mejor aeropuerto de Latinoamérica y el Caribe en categoría de 2 a 5 millones de pasajeros. Cabe recalcar que el aeropuerto de Guayaquil es un aeropuerto de conexión para las islas de Galápagos las cuales solo tienen vuelos en el día mas no en la noche.

Esto establece un mayor atractivo para los turistas en visitar nuestra ciudad y nuestro país y de igual manera implanta que haya mayor frecuencia de pasajeros diaria, por lo que entre vuelos de larga conexión se necesita un lugar donde se pueda descansar sin tener que alejarse mucho del perímetro aeroportuario y sin invertir mucho dinero para esto.

Cabe mencionar, que se conoce que dentro del perímetro del aeropuerto existen niveles altos de competencia ya sea por hoteles u hostales, pero de igual manera dicha competencia son manejadas con tarifas relativamente altas.

El nombre del punto de alojamiento “Rest Station” se define como una estación de descanso que da la idea donde pasajeros podrá ir a descansar por un periodo de horas de entre 3 a 12 como máximo y se encontrará en la salida de arribos nacionales. Por lo que

crea un atractivo mayor debido a que se puede llegar caminando si se desea. Será construido en un área cerrada y privada en alquiler la cual cuenta con locales amplios y cerrados por lo que da seguridad para el negocio y será favorable para los pasajeros.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO 1.

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1. Tema – Título.

“Proyecto de factibilidad para la creación de un punto de descanso alado del aeropuerto enfocado solamente a pasajeros con tránsito entre 3 a 10 horas de espera en la ciudad de Guayaquil”,

1.2. Justificación

Se tiene como conocimiento la falta de un punto de descanso con las características mencionadas y la existencia de hoteles cerca del aeropuerto con tarifas relativamente altas. Al no existir dicho lugar las personas optan por quedarse en el aeropuerto durmiendo en sillas incomodas por varias horas o en caso toda la noche de manera muy dificultosa para poder ahorrar dinero.

Muchos pasajeros al momento de crear la ruta de viaje a realizar, no se percatan de las horas de transito que realizaran dentro de diferentes ciudades o países y de igual manera optan por escalas de largo tiempo de espera para poder conseguir un boleto aéreo más económico. Al llegar al aeropuerto eligen por quedarse dentro de las instalaciones por largas horas hasta poder realizar el check-in para su siguiente destino.

Por lo que de ahí nace la idea de crear este espacio propio donde pasajeros puedan tener un lugar donde ducharse, comer, relajarse y dormir de manera cómoda y segura por un periodo de tiempo corto de manera cómoda y sin necesidad de tomar un taxi o de gastar de manera excesiva.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objetivo de Estudio

El siguiente trabajo de investigación se llevara a cabo en el periodo B desde Octubre del 2017 a Marzo del 2018 en la ciudad de Guayaquil. Dentro de este periodo de tiempo se realizaran los estudios necesarios para la obtención de resultados favorables para la creación de este punto. De igual manera a lo largo del proyecto se irán captando las variables independientes y dependientes para tener un mejor conocimiento del tema y de la necesidad de este.

Para el desarrollo de este plan se tomara en cuenta los puntos legales, económicos, administrativos y financieros para el manejo correcto de dicha propuesta de inversión, en el cual se verán las posibles entradas y salidas de dinero y los estados financieros a usar. Se llevara a cabo un cálculo económico el cual indicara el nivel de rentabilidad del negocio. Al igual, factores políticos, externos y sociales que influyan con la propuesta. De igual manera se utilizara estrategias de marketing y publicidad de nivel nacional e internacional, posicionamiento de mercado, entre otros para poder tener reconocimientos de pasajeros extranjeros.

1.4. Contextualización de Tema u Objetivo del Estudio.

Con los conocimientos dados a lo largo de la carrera, tales como administración, financiamiento, toma de decisiones, entre otros, se decide optar por un proyecto de creación de una propia empresa para poder aplicar lo aprendido a satisfacer una necesidad real para extranjeros y ecuatorianos.

Durante este proyecto se tratara de realizar una investigación profunda para poder satisfacer la demanda de pasajeros que requieran descansar en un lapso de horas. Para

poder saber esta información, se ha preferido por investigar las necesidades de los diferentes pasajeros y la competencia real de la cadena de hoteles en el área del aeropuerto Jose Joaquín de Olmedo.

Dentro de la investigación se trata de complementar la manera de administrar el punto de descanso. Debido a que no es un hotel o un hostel se tiene una manera diferente de administrar debido a las características únicas que presenta. Por lo que se tendrá que indagar las frecuencias diarias de vuelos y el pico referencial donde los usuarios tienden a tener más esperas dentro del aeropuerto.

La investigación abarca una gran cantidad de puntos a desarrollar tales como el marco legal y los regímenes de control de calidad y de entrada y salida de clientes. La investigación va de la mano con el Sistema de Investigación y Desarrollo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (SINDE) la cual ayuda al desarrollo de servicios y productos útiles e innovadores para el sector comercial del Ecuador.

1.5. Objetivos de la investigación.

1.5.1. Objetivo General.

Proponer un estudio de factibilidad y viabilidad para la creación del “punto de descanso” “Rest Station” que brinde servicios de hospedaje limitado y exclusivo a pasajeros con conexiones cortas para mejorar el atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Realizar una revisión de la literatura del sector turístico de alojamiento
- Evaluar el entorno general de los pasajeros con vuelos internacionales y nacionales.

- Desarrollar el estudio operativo y financiero para determinar la factibilidad de la creación de “Rest Station”.
- Determinar el nivel de aceptación de la propuesta plantada.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

Para la investigación del tema se opta por recurrir a la investigación descriptiva y explicitarlo cual nos ayudara a tener información real y concreta para realizar el análisis de las encuestas.

Investigación descriptiva.

“Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación.”. (Arias, Fidias; 1999)

El estudio investigativo se realiza en tipo descriptiva la cual ayuda a encontrar las variables importantes de dichos temas de forma directa y concreta, debido a que sacamos información basándonos en preguntas específicas y puntuales las cuales responden a ámbitos como; correlato, propiedades, estructura, lugar, composición, configuración y cantidad. Tiene como objetivo llegar a saber la situación a tratar de manera profunda y las relaciones que existen entre las variables a investigar. Luego de la obtención de los resultados se determina y se analiza para poder establecer si la investigación es válida o no.

“La investigación Descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Dañe, (1989) cfr. por Hernández, et al (2003) p. 117)

Dentro de la investigación descriptiva se encuentran las siguientes etapas;

- Examinamos de manera profunda las características del problema recogido;

A esto nos referimos la cantidad de pasajeros que preguntan por alojamientos cerca del perímetro aeroportuario y el motivo por el cual pasajeros pasan la noche dentro del aeropuerto esperando su siguiente vuelo de conexión.

- Definición y formulación de sus hipótesis: dentro del trabajo de investigación creamos la hipótesis, la cual hablaremos más detalladamente adelante;

La implementación de crear un hostel afuera del aeropuerto mejorara el atractivo turístico del aeropuerto Guayaquil y creara una innovadora línea hotelera.

- Enunciación de los supuestos a tratar y en que se fija la hipótesis tratada;

La hipótesis trazada la concluimos debido a un estudio previamente realizado dentro y fuera del aeropuerto Guayaquil debido a que el punto de descanso no es un hotel o un hostel, por lo que crea un plus único al plan de negocio.

- Elección de temas a tratar y fuentes de investigación apropiadas.

Dentro del proyecto se hablara de temas de administración relacionada a hoteles y a control de calidad y seguridad. Fuentes de investigación como parámetros legales y económicos como fijación de tarifa y cobro por horas.

- Selección miento y recolección de datos.

En este punto se cernirá la información obtenida, tales como información válida para uso dentro de la investigación o información obsoleta que no aportara a la obtención de resultados.

- Clasificación de datos.

Una vez obtenida la información válida se comenzará a clasificarla dependiendo su variable y su descripción, con esto nos referimos a picos donde existe una cantidad grande de pasajeros o puntos muertos donde no se reciben una cantidad grande de pasajeros.

- Verificación de validez de datos obtenidos.

Teniendo recolectada la información se optará por fijar parámetros para verificar que la información recogida sea válida y que sirva para el proceso de investigación, como se mencionó antes en este punto se fija la información real a usar y la información que no se podrá tomar en cuenta.

- Observaciones de datos.

Se examinan los datos y se da opiniones de los resultados finales tales como observaciones y puntos de vista de resultados obtenidos.

- Descripción y análisis final de datos.

La metodología de investigación descriptiva ayudará a saber el motivo por el cual los pasajeros optan por quedarse dentro de las instalaciones del aeropuerto y por qué no optan por ir a un hotel y de igual manera el motivo por el cual realizan viajes con escalas de largas horas. Mediante encuestas y entrevistas previas podremos tener la información válida sobre esto y al igual saber si será rentable y aceptado el plan de negocio del punto de descanso y qué cualidades que el pasajero gustaría tener en dicho punto.

Debido a que el negocio es único y con variables diferentes a un hostel u hotel se tendrá que hacer una investigación clara y concreta sobre las necesidades básicas de pasajeros con tránsito para poder tener un patrón de control de calidad fijado.

Investigación Explícita.

Por otro lado, con la investigación explícita se podrá encontrar el problema al momento de crear el establecimiento ya sea por lugar, sector, seguridad, tamaño y diseño. Para poder determinar las causas de esto se fijara elementos que se usaran como puntos de referencia para la investigación. Tenemos como el “ente”, que se involucra a la investigación y entrevistas personalizadas, el “objeto” que se fija en la hipótesis, tema del proyecto planteado y las actividades a realizar que se llevaran a cabo.

Para la recolección de información se realizara por medio de investigaciones de fuentes directas y primarias tales como encuestas vía web y personales, entrevistas a personal de aerolíneas y puntos de información del aeropuerto, entre otros. Y de manera secundaria se obtendrá información sobre el tema extraído de libros, tesis, investigaciones previas relacionadas al tema, artículos e información de otra índole.

Se utilizara la investigación cuantitativa para poder realizar las encuestas a los pasajeros que se encuentran en el aeropuerto de Guayaquil según las frecuencias de arribos internacionales emitidas en la mañana tarde y noche- madrugada. Con esto tendremos una idea exacta de los gustos y preferencias que tienen los pasajeros al momento de decidir donde desean alojarse y tener una muestra general de pasajeros que arriban en turnos de mañana tarde y noche.

Las encuestas se realizarán de manera aleatorias pero apuntado más a personas que viajen solas, jóvenes y extranjeros debido a que el mercado meta son personas que optan por vuelos económicos con largas horas de tránsito.

Dicho tipo de encuestas se realizarán de forma directa y de manera rápida debido a que no se tratará de molestar al pasajero al momento de salir de la sala de arribos internacionales. Se realizarán alrededor de 300 encuestas repartidas en los horarios antes mencionados. Las edades fijadas para la encuesta irán de entre 18 años hasta los 60 años.

Dentro de las encuestas y/o entrevistas a realizar tenemos los parámetros a fijar más importantes los cuales son:

- No realizar encuestas que sobrepasen los 2 minutos por personas, esto quiere decir que no se vuelvan largas y tediosas.
- Redacción fácil y sencilla de entender, directas y concretas para que el pasajero sepa de qué se trata la encuesta.
- De fácil traducción y de idioma inglés y español.
- Recepción de comentarios o sugerencias de algunos pasajeros.

El propósito ideal de las encuestas es conocer si realmente existirá una cartera de clientes que optaran por alojarse en sus horas de tránsito en el punto de descanso pensado a crear. De igual manera se fijara encuestas y entrevistas con personal de servicio al cliente dentro del aeropuerto para que nos indiquen si pasajeros preguntan por estaciones de descanso por horas y si ellos visualizan en turnos de la noche/madrugada pasajeros que duermen en las sillas de pre-embarques.

Mediante las encuestas también podremos saber información sobre la competencia indirecta la cual son los hoteles y hostales y esperar que los pasajeros se sinceren al momento de preguntarles las características que ellos prefieren al momento de elegir un lugar de alojamiento temporal debido a que con este tipo de información sabremos con exactitud de qué manera diseñar el local para gustos diversos y cumplir con las necesidades básicas del cliente.

Una vez recopilada la información de encuestas y entrevistas realizadas a pasajeros y a personal del aeropuerto optaremos por descartar y cernir la información en categorías, ya sea cuantitativa y cualitativa para generar una base de datos y poder crear cuadros comparativos con los resultados obtenidos y de igual manera poder usar dicha información para realizar el Marketing Mix, es decir si el local será atractivo para los pasajeros o no.

Otro punto significativo al momento de realizar las encuestas y/o entrevistas es fijar rangos de precios y tarifas lo cual se tendrá que estudiar y analizar antes de realizar las encuestas debido a que no se podrá poner una tarifa muy alta debido a que no es hotel o una tarifa muy baja que no cubrirá con lo invertido. Por lo que una de las preguntas será dirigida para saber cuánto el cliente estaría dispuesto a pagar por los servicios que ofreceremos. De igual manera esta información se tendrá realizando el análisis financiero para poder fijar tarifas y precios.

1.7. Planteamiento del problema.

Al ser Guayaquil una de las ciudades más grandes del Ecuador y reconocidas el porcentaje de pasajeros diarios es considerado. Según la entrevista con el gerente general

de TAGSA, Ángel Córdova, manifiesta que existe una ligera subida porcentual de pasajeros del año 2017.

De igual manera el aeropuerto de Guayaquil cuenta con una excelente ubicación dentro de la ciudad debido a que no queda a las afueras y que los sitios turísticos están fácilmente al alcance de los turistas. Sin embargo, la ubicación del aeropuerto hace que los lugares de alojamiento, cerca de este, tiendan a tener un costo mayor y que los hoteles u hostales de ámbito económico queden en el centro de la ciudad.

La gran mayoría de hoteles cerca el perímetro aeroportuario tiene mayor reconocimiento a nivel mundial por lo que ofrecen tarifas altas de hospedaje, tales como; Hilton Colon, Holiday Inn, Howard Johnson, Sheraton, Son esta, Whyndam, entre otros.

Se tiene como conocimiento que los hoteles cerca del área del aeropuerto llegan a tener costos elevados. Por lo que pasajeros prefieren esperar dentro del aeropuerto antes que salir y pagar una cantidad grande de dinero por un par de horas.

Uno de los problemas más grandes es que dichas personas optan por hoteles con tarifas económicas y que queden cerca del aeropuerto. Debido a que si optan por ir a hostales económicos en el centro de la ciudad tendrán que invertir en transporte hasta dicha ubicación por lo que el costo subiría y les convendría quedarse dentro de las instalaciones aeroportuarias hasta su siguiente escala.

Desde la perspectiva de dicha problemática, nace dicha oportunidad de emprendimiento, debido a que este proyecto estará enfocado exclusivamente en atender dicha necesidad de pasajeros en tránsito que busquen un punto de descanso económico y

a minutos del aeropuerto, que al igual tienen necesidades insatisfechas y que su destino final no sea la ciudad de Guayaquil

1.8. Fundamentación teórica del proyecto.

1.8.1. Marco Referencial

Para la propuesta planteada a presentar, se tomara como referencia casos y proyectos similares de puntos de descanso que han sido satisfactorios en los últimos años y que tengan un plus especial que los destaque, ya sean nacionales o internacionales para poder tener una idea de cómo operan y como brindan los servicios.

Air Rooms.

Air Rooms es un punto de descanso dentro del aeropuerto Adolfo Suarez en Madrid, Barajas, situado en el edificio de la terminal aeroportuaria 4. Cuenta con 20 habitaciones exclusivas para pasajeros en tránsito o pasajeros que deseen permanecer una noche completa.

Se creó dicho negocio al tener una capacidad de pasajeros extremadamente grande y cuenta con lujosas habitaciones, duchas, y salas de estar. Ellos se enfocan en la comodidad de los pasajeros en tránsito y de las diversas necesidades que tienen, ya sea que el pasajero desee solo utilizar una ducha, descansar leyendo un libro o viendo televisión, comiendo o la más utilizada, descansar por las horas hasta su siguiente conexión.

Siendo uno de los aeropuertos más grandes y a la igual puerta de conexión a vuelos en Europa deciden tener este pequeño hotel para poder cumplir las necesidades de sus pasajeros. Este se encuentra abierto las 24 horas del día los 365 días del año y cumple con tarifas de 17 dólares la noche dependiendo la habitación elegida. Servicios como kit de

duchas, prensas nacionales e internacionales, mini bar y servicio de restaurantes las 24 horas.

Cabe recalcar que tienen servicios adicionales como servicios personales en Jate de llegada del pasajero, transporte de equipaje, conserje y entre otros. Dando estos servicios crea un plus dentro del aeropuerto de Madrid y creando una atracción única aeroportuaria.

Esta referencia de punto de descanso nos ayuda a tener una idea clara de lo que se quiere ofrecer

Siesta &Jo.

Siesta &Jo es un local innovador y el primer local que se dedica directamente a personas que deseen descansar por lapsos de horas. Está situado en la ciudad de Madrid, España.

El objetivo principal de ellos es atender a personas que busquen un lugar para descansar, leer o tener un momento de tranquilidad en el día. Su cartera de clientes abarca a pasajeros con largas conexiones y a empresarios que deseen descansar en el día o en la hora el almuerzo.

Según el diario El País, la propietaria de dicho local, Maria Estrella Jorro de Inca, indica que la tarifa depende del tipo de habitación que el pasajero escoja, ya sea una litera, una habitación individual, o un sofá. De igual manera cobran por minutos, desde que se registra hasta que sale de la habitación y de igual manera dependiendo del servicio elegido por el cliente.

La local cuenta con diferentes ambientes ya sea para ejecutivos o personas de tránsito, cuenta con 19 camas a disposición y ofrecen servicio de camisetas, pantuflas, internet gratuito, periódicos, entre otros artículos personales indispensables.

Siesta &Jo se encuentra en las afueras del aeropuerto de Madrid pero tiene vías en las cuales se llega directo, atienden las 24 horas del día los 7 días de la semana. Sin embargo, ellos se enfocan más a clientes tipo ejecutivos que deseen descansar entre horas laborales más que pasajeras o turistas

Selfishness.

De igual manera, es un local enfocado en el descanso y relajación de sus clientes. Se encuentra ubicado en la ciudad de Buenos Aires, Argentina, en el centro de la ciudad. Selfishness a diferencia de Siesta &Jo, se enfoca en dar energía al cliente debido a que ellos usan una combinación de aroma terapia, cromoterapia y técnicas de relajación que pretenden ayudar a tener un tipo de descanso diferente.

Cabe recalcar que el local se enfoca en ejecutivos más que pasajeros, debido a que el tiempo máximo de estadía son 45 minutos debido a que si se pasa de este el cliente saldrá con más sueño que energías. Se orientan directamente en ejercicios de relajación y de visualización personalizadas para cada tipo de clientes.

Aparte de ofrecer servicios de siesta dependiendo el humor del cliente, ofrecen programas de bienestar total, los cuales ofrecen un plus al usuario enfocándose directamente a su necesidad completa y si tiene algún punto en el cual quiere centrarse. Al igual de un programa de life balance and Fatigue Managment Soluciones los cuales ayudan con problemas de manejo de vida y de fatiga en el trabajo.

Según el diario Clarín, la estadía en dicho “siestodromo”, no es tan económica para algunos usuarios debido a que cada sesión personalizada tiene una tarifa mínima de 100 pesos (5, 7261 dólares estadounidenses) y van subiendo según las preferencias puntuales de los clientes.

1.8.2 Marco Teórico.

Dentro de nuestra propuesta de innovación se busca crear un punto de descanso para personas de tránsito y que deseen descansar entre viajes, de igual manera ayudamos a que se aumente el nivel turístico de la ciudad de Guayaquil. Por lo que la clasificación de la industria hotelera es diversa se tendrá que destacar los más relevantes.

Clasificación de puntos de hospedaje o tipo de establecimientos.

Hotel (H).

Establecimiento en el cual su función es ofrecer servicios de alojamiento en habitaciones diversas, ofreciendo servicios básicos, sanitarios, de seguridad, privado y complementarios. Dependiendo su ranking y tipo de modalidad. Al igual dicho establecimiento ofrece tarifas por tipo de habitación, cantidad de personas y épocas del año.

De igual manera los Hoteles tienen sub categorías las cuales se diferencian según los servicios plus que ofrecen.

- i) Hoteles con alojamiento de Lujo: Dichos establecimientos brindan a sus huéspedes habitaciones de nivel muy alto de confort, privacidad, sanidad y seguridad, decoradas con lujo único, en dichas habitaciones se encuentran los productos básicos y extras para cualquier necesidad del usuario. De igual manera un servicio personalizado con

personas capacitadas para cualquier tipo de requerimiento más profundo y a cualquier hora.

- ii) Hoteles con alojamiento de primera categoría: Establecimientos que cuentan con habitaciones de gran espacio, decoradas de manera limpia y que cuenten con los servicios básicos más extras. De igual manera con atención al cliente de primera clase.
- iii) Hoteles con alojamiento de segunda categoría: Establecimientos que ofrecen habitaciones sencillas pero con extras, cuentan con baños privados y una seguridad regular, en alguno de estos hoteles ofrecen servicio personalizado, dependiendo el requerimiento.
- iv) Hoteles con alojamiento de tercera categoría: Son hoteles que brindan habitaciones en niveles básicos y necesarios, se puede decir que son habitaciones sencillas que cumplen con parámetros básicos de limpieza y calidad. No cuentan con una atención personalizada.
- v) Hoteles con alojamiento de cuarta categoría: Dichos establecimientos son usados por usuarios que no deseen hospedarse en habitaciones de lujo. Ofrecen habitaciones de nivel básico y que por lo general son compartidas, al igual que los baños son compartidos por uno o más usuarios a la vez.

Hotel Residencia (HR).

Establecimiento en el cual funciona como especie de departamento temporal para huéspedes que deseen hospedarse en el hotel por una cantidad grande de días, ya sea por varias semanas o meses. Este establecimiento puede ser de habitaciones o cabañas según

su ubicación y el tipo de hotel que es. Las tarifas varían según la habitación o cabaña escogida, número de personas y la época del año.

Motel (M).

Establecimiento que ofrece habitaciones sencillas con niveles básicos de sanidad, seguridad, privacidad. Los cuales se ubican en puntos estratégicos dentro y fuera de la ciudad. Dichos establecimientos se usan más como puntos de descanso durante las carreteras y generalmente utilizados por usuarios que tengan recorridos largos. Las habitaciones son de acceso rápido debido a que el usuario puede ingresar de manera directa del parqueadero a la habitación. Las tarifas para dicho establecimiento varían dependen de las horas de alojamiento, cantidad de personas, y época del año.

Hospedaje Rural. (Centros vacacionales).

Establecimientos enfocados en vías turísticas, los cuales aparte de ofrecer habitaciones a usuarios, ofrecen paquetes turísticos concatenados. Dichos establecimientos se encuentran estratégicamente en sitios donde hay una cantidad grande de turistas. Las habitaciones que ofrecen a los huéspedes usualmente son privadas y con niveles generales de limpieza, al igual ofrecen suites, cabañas o departamentos para grupos grandes que se encuentren juntos. De igual manera ofrecen desayunos complementarios y otros extras complementarios por el hotel.

Puntos de descanso.

Establecimientos los cuales funcionan con tarifas por minuto y por horas, están ubicadas usualmente afuera de perímetros de aeropuertos o terminales terrestres donde

usuarios puedan acercarse directamente sin necesidad de vehículo propio. Ofrecen habitaciones sencillas con niveles de limpieza básica y ofrecen productos básicos de higiene para los usuarios.

Hoteles capsulas.

Mini hoteles que usualmente se encuentran dentro de aeropuerto o terminales terrestres los cuales son amplios espacios que cuentan con mini camas en forma de capsulas para una sola persona. Son encontrados en gran cantidad en Japón, cuentan con mini bar y área de duchas.

Clasificación por infraestructura del establecimiento de hospedaje.

Dependiendo el establecimiento de hospedaje seleccionado dependerán las habitaciones disponibles a escoger. Cada establecimiento cuenta con varios tipos de habitaciones dependiendo la preferencia y necesidad del cliente, por lo que se realiza una clasificación de dichas basándose en el espacio, precio, comodidades, servicios, entre otros.

Las habitaciones varían según las características arquitectónicas y el tema general del hotel escogido. Al igual que varía según las instalaciones tecnológicas y de servicio al cliente que ofrezcan dichas habitaciones.

Habitación Sencilla. (Individual)

Espacio donde se encuentra una cama matrimonial o simple, cuenta con mobiliario básico, (silla, mesa de noche) y con baño privado. Cuenta con productos para aseo personal básicos. Habitación dirigida para una persona o una pareja.

Habitación Doble.

Habitación en donde se encuentran dos camas, (matrimoniales o sencillas) las cuales se encuentran separadas por una mesa de noche, esta habitación es dirigida a grupo de personas de 2 a 4 personas dependiendo las preferencias del usuario, de igual manera cuenta con baño propio.

Habitación matrimonial.

Habitación con mismas características que la sencilla pero posee camas más amplias. En dichas habitaciones se pueden encontrar camas dobles, Queen y King. De igual manera cuenta con baño propio.

Suite Junior.

Habitación con un plus, dicha cuenta con dormitorio, baño privado, salón de estar y/o salón de entrada. Puede contar con dos camas individuales o una cama matrimonial King. Cuenta con mini bar y extras.

Suite Doble.

Habitación estilo suite, que posee dos habitaciones separadas, la primera habitación con una cama matrimonial Queen o King y la otra con dos individuales o con una matrimonial. A la igual cuenta con sala de estar estilo oficina, y sala de entrada con mobiliario básico. Cada habitación cuenta con un baño propio.

Suite Presidencial.

Dicha habitación llega a ser una de las más exclusivas del hotel y por lo que cuenta con una tarifa alta. Consta de varios dormitorios cada uno con su baño propio y utilidades para higiene personal, salón de entrada, salón de estar, salón de oficina y algunas veces cuenta con balcón según la infraestructura del hotel.

Habitación Tipo Estudio.

Habitación que presenta las mismas características que la habitación sencilla pero con el adicional de un sofá cama. Ideales para un grupo de personas que no desea invertir mucho en hospedaje y costo de habitación.

Habitaciones comunicantes.

Dichas habitaciones son habitaciones matrimoniales o dobles que se conectan con puertas internas donde se puede pasar de habitación en habitación. Normalmente se ofrecen para grupos familiares o grupos turísticos.

Habitaciones triples.

Habitaciones que tienen un mix, las cuales cuentan con una cama matrimonial, o sencilla y dos camas sencillas. Con mobiliario básico y baño privado. Dirigida para grupos de 3 a 5 personas.

Cabañas.

Dichas habitaciones se encuentran en hoteles con temas turísticos. Se encuentran en áreas fuera de la ciudad y dirigidas a grupos grandes que contraten paquetes turísticos.

Algunas de dichas cabañas cuentan con una o más habitaciones, sala de estar, dos baños y en ocasiones cuenta con una cocina pequeña para uso de los huéspedes. Usualmente son usadas por clientes que deseen tener una estadía de varios días.

Administración de hospedaje.

Se entiende que muy aparte de la infraestructura y de la arquitectura del lugar de alojamiento lo que más influye es en si el manejo del establecimiento como tal. Se puede llegar a tener una infraestructura impecable y que integre todos los servicios y beneficios que el usuario necesite pero si no se tiene una administración correcta el fracaso del hotel será inevitable.

La gran parte del proyecto se centra en entender con qué metodología económica se va a administrar de manera educada y eficaz el punto de descanso, debido a que con dicho estudio podremos determinar si el proyecto de renovación será rentable o no.

La administración de hotel es muy diferente a la administración de una empresa comercial debido a que tiene otro tipo de consumidores y otro tipo de manejo ya sea por temporadas altas o bajas o por aspectos sociales o de competencia.

La administración juega un papel crucial dentro de la empresa debido a que refleja como el gerente general toma las decisiones y como maneja la comunicación con cada

jefe de área. Según esta comunicación entre partes la administración será exitosa o un fracaso.

Dentro de este proyecto se tiene que conocer la definición de la administración y cómo se maneja en el ámbito, por lo que se usara referencias de libros, estudios y entrevistas para tener una idea más centrada y poder explicar exactamente cómo se maneja la administración de un punto de descanso.

Cabe mencionar que la calidad de servicio es uno de los aspectos más importantes en el estudio de cadena de hoteles debido a que se vende un servicio y un trato personalizado al cliente por lo que se opta a tener un estudio del servicio de calidad.

Gestión y funciones de la Calidad Total.

La calidad total es una forma de gestión de las organizaciones que pretende su mejora interna y que busca, como consecuencia la mejora de sus resultados, en su amplio sentido, poniendo siempre al cliente en el punto de mira de sus actuaciones. (Duran, 2006).

La calidad se tiene que evaluar constantemente ya sea por los usuarios o por el personal que labora dentro de la empresa. Por parte de los clientes la calidad se mide desde que se entra al establecimiento hasta que se retira de este, por lo que los parámetros siempre tienen que cumplirse.

Para cumplir los estándares de calidad se fijan parámetros los cuales se tienen que seguir en cada momento. Parámetros como la planeación, organización, direccionamiento y control de calidad.

Mediante la planeación se quiere llegar a anticipar a cualquier hecho o requerimiento posible por el usuario o por algún factor externo. La empresa fija varias planificaciones para dar al público una idea y razón a donde la empresa va enfocada y dirigida trazando objetivos generales y específicos a cumplir.

La retroalimentación dentro de las organizaciones es crucial al momento de la evaluación del control de calidad debido a que mediante la retroalimentación se pueden ver los puntos débiles y de mejora donde la organización puede tomar en cuenta. De esta manera se direcciona al departamento correspondiente sobre dicha falta y poder mejorarla o corregirla en un tiempo mínimo.

Influencia de los factores dentro de la organización.

Factor externo.

Las empresas no son entes aislados, existen en un entorno que las afecta y al que responden. Está formado por la localización física, la competencia, la comunidad local o regional, la facilidad para adquirir los recursos... (Vacas,...)

Cada tipo de negocio depende de dichos conjuntos. Las organizaciones estudian los factores externos al momento de tomar decisiones relacionadas a la empresa debido a con este estudio podrán ver qué movimiento tomar.

Los factores externos son todos los sucesos o sujetos fuera de la empresa y los cuales no se relacionan a este. Indicando esto se aclara un poco más la idea puntual de los factores externos debido a que muchas veces se confunden con factores que la empresa influye.

De igual manera, cabe mencionar que estos factores generales van cambiando continuamente y son difíciles de detectarlos debido a que no se conoce su naturaleza o el momento en el cual estos afecten directamente.

Factores generales como; gubernamentales, económicos, geográficos, ambientales, socios culturales y tecnológicos afectan de manera indirecta o directa a las ventas y proyecciones de las empresas debido a que dan un gran impacto a los consumidores que serían los posibles usuarios.

Entre los factores políticos se refiere a cualquier tipo de regulaciones que el estado cree ya sean cambio de salarios, huelgas, derechos u otras leyes. Dentro del ámbito económico apunta a los cambios de producción y distribución de bienes o servicios, al igual del tamaño de mercado proyectado de la empresa y el nivel de inflación.

Dimensiones socio culturales, se refiere a cualquier pauta cultural ya sea la tasa de crecimiento de la población entre edades y las variables de educación estas van de la mano con los factores geográficos y ambientales que influyen en las empresas dependiendo a los bruscos cambios climáticos, ya sean estaciones del año o los sismos que se han generado en los últimos años en Ecuador.

Factores específicos.

Los factores específicos se refieren a factores que influyen de manera más directa a la empresa, estos perjudican más que los generales debido a que son los competidores de la zona, clientes, proveedores, servicios sustitutos y recursos humanos.

Dependiendo el comportamiento de cada uno de esto se ve una variación en las ventas y el movimiento del negocio. El aumento o disminución de clientes por zona, el cambio o tarifa de los proveedores, los diversos servicios sustitutos que se ofrecen a los usuarios, y el manejo del área de recursos humanos afecta al ambiente laboral de la empresa.

Clientes: cuando se habla de clientes no solo se habla a los usuarios que consumen o utilizan los productos o servicios si no a los potenciales y futuros clientes. Cada usuario es diferente y tiene expectativas y requerimientos diversos por lo que no siempre el establecimiento será de agrado para todos. Se tendrá que cumplir con las necesidades generales y básicas para poder satisfacer las demandas fundamentales de cada cliente.

Competencia: como se mencionó con anterioridad, el punto de descanso llega a tener varios tipos de competidores, ya sean hoteles cerca del aeropuerto, hostales o incluso el mismo aeropuerto. El estudio de las competencias más cerca al perímetro del negocio es crucial debido a que con esto se podrá obtener información de cómo dar un plus que la competencia no ofrezca y poder crear una diferenciación. Cabe recalcar que al momento de fijar tarifas, precios u ofertas la competencia juega un papel sumamente importante debido a que según los movimientos de la competencia se podrán fijar un estimado de alza o baja de precio.

Proveedores: Los proveedores van más enfocados en empresas que venden productos más que empresas que ofrecen servicios pero de igual manera ninguna empresa queda exenta de trabajar con proveedores. Los proveedores van de la mano con la

competencia debido a que si un buen proveedor tiene una fuerte alianza con un competidor fuerte será muy difícil llegar a tener algún tipo negociación con ellos.

De igual manera elegir proveedores de suministros para el punto de descanso toma un tiempo considerable debido a que se tiene que medir la comparación de precio entre mínimo 3 proveedores, puntos de calidad, logística y distribución.

Recursos humanos: los miembros de la organización son el pilar fundamental de la empresa. Estos dan la diferenciación entre los competidores. Es muy importante estudiar a cada candidato y tomarse el tiempo necesario para cada puesto debido a que es imposible saber con exactitud el comportamiento futuro o decisiones de una persona. Si se contrata una persona no apta o no capacitada para un puesto adecuado esto generare un gran problema para la empresa ya sea financieramente o legal.

1.8.3 Marco Conceptual.

Pasajeros en tránsito: pasajeros que no entran formalmente en el país o ciudad a través de control de pasaportes, llegados por vía aérea que permanecen durante un corto espacio de tiempo en un área determinada del aeropuerto (Gómez, 2002)

Punto de descanso: área asignada donde un usuario puede alojarse de manera personal o con vehículo a descansar de manera informal.

Hospedaje: Servicio ofrecido para situaciones turísticas o laborales donde se da alojamiento a personas por una tarifa previamente estipulada.

Frecuencia de Vuelos: Número de veces periódicamente en el cual llegan vuelos en un estimado de tiempo.

Factibilidad: sirve para recopilar datos sobre el desarrollo de un proyecto y en base a esto tomar una decisión, si proceder con su implementación, descubrir cuáles son los objetivos de la creación y luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos. (Vallejo, 2003)

1.8.4 Marco Lógico.

1.8.4.1. Formulación de la hipótesis y/o de las preguntas de la investigación de las cuales se establecerán los objetivos.

¿Cuál será el nivel de aceptación para el para la creación de un punto de descanso alado del aeropuerto enfocado solamente a pasajeros con tránsito entre 3 a 10 horas de espera en la ciudad de Guayaquil?

- ¿Qué tipo de estrategias de marketing serán las más adecuadas para llegar al cliente?
- ¿Cuál sería las tarifas a colocar por cada periodo de tiempo?
- ¿Sera rentable una empresa de punto de descanso dentro del Aeropuerto Jose Joaquín de Olmedo?

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPITULO 2.

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

Es importante indicar que el proyecto es un proyecto innovador y nuevo, se diferencia de los alojamientos de descanso comunes como el hotel y hostales. Y se centra en un grupo de mercado muy específico por lo que será fácil cumplir con las necesidades de cada cliente. De igual manera el punto de descanso, Rest Station implementa las mismas bases de un hotel debido a que ofrece servicios de hospedaje a pasajeros y tendrá que regirse y acatar con los servicios básicos de limpieza.

El ministerio de turismo indico que en los primeros siete meses del 2017 se incrementó la llegada de turistas en un 9.3% en comparación al año anterior. De igual manera los establecimientos de alojamiento aumentaron su tasa de ocupación en 1.1. % llegando a tener el 59.6% de su totalidad de ocupación por alojamiento. Esto indica que Ecuador esta sucesivamente incrementando sus niveles de turismos por lo que más pasajeros vendrán y necesitaran lugares de alojamiento.

El aeropuerto de Guayaquil también funciona como conducto hacia las Islas de Galápagos, punto de turismo reconocido mundialmente, por lo que pasajeros extranjeros viajan con conexión a la ciudad de Guayaquil para poder tomar su vuelo final a las islas Galápagos.

Según el itinerario de viaje de los pasajeros ellos pueden llegar de vuelos internacionales y tomar su conexión a Galápagos de inmediato si es que llegaran a la ciudad de Guayaquil en el día. Para pasajeros que llegan del extranjero en horas nocturnas tendrán que esperar hasta el día para poder tomar vuelos nacionales.

Es muy importante mencionar que vuelos nacionales dentro del aeropuerto Guayaquil solo salen en horarios desde 04H00 hasta alrededor de 22H00 después de esa hora no existen vuelos nacionales a Quito o Galápagos. Inclusive no existen muchas frecuencias de vuelos a Galápagos en horarios de la tarde.

Otro factor que se tiene que indicar es que los pasajeros no pueden ingresar a las salas de pre embarque antes de 2 horas de su vuelo si fueran vuelos nacionales y 3 horas si fueran vuelos internacionales. Por lo que obligan al pasajero esperar en el área pública del aeropuerto.

Mencionado esto los pasajeros que llegan en vuelos de la tarde o noche tienden a esperar de entre 3 a 6 horas dentro del aeropuerto hasta que los puntos de check-in abran y poder entrar a las salas de pre embarque. Con esto, los pasajeros optan por estar en las áreas públicas, las cuales no ofrecen una seguridad exclusiva debido a que personas ajenas también circulan libremente en el aeropuerto y hurtos o robos pueden ocurrir.

Esto crea una ventana de oportunidad de negocio para dichas personas con limitaciones de espacios seguros de espera, por lo que se podrá implementar el negocio y tener un mercado específico de pasajeros.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de Negocio

La presente propuesta consiste en crear una empresa que brinde servicios de alojamiento por un espacio de tiempo corto, exclusivamente para pasajeros dentro del aeropuerto de Guayaquil. Este servicio, estará dirigido para personas que lleguen de vuelos internacionales o nacionales y tengan esperas de conexión relativamente cortas y no deseen invertir en hoteles fuera del perímetro aeroportuario, de esta manera se podrá sustituir la manera incomoda y muy poca segura de viajar esperando en sillas en el aérea publica del aeropuerto.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.

Misión

Crear un lugar seguro, cómodo e innovador a pasajeros extranjeros y nacionales que necesiten descansar por un lapso de horas y a la vez crear una experiencia nueva para pasajeros que visiten por primera vez el Ecuador.

Visión

Ser la empresa reconocida internacionalmente por la innovación de puntos de descanso dentro de un aeropuerto de transito del Ecuador.

Valores

Responsabilidad: Con los pasajeros ofreciendo un espacio de alojamiento seguro donde ellos puedan descansar sin preocupación y sin molestias.

Excelencia: Trabajar con los mejores y mayores estándares de calidad y esfuerzo para brindar confort a cada usuario.

Respeto: Reconocer y valorar la cultura de cada pasajero y poder asistirlo de la mejor manera y siempre respetando su cultura.

Calidad: Siempre cumplir con todos los parámetros de salubridad, seguridad y controles de calidad fuera y dentro del establecimiento.

2.3. Objetivos de la Empresa.

2.3.1. Objetivo General

Liderar el segmento de mercado de la industria turística por la innovación del punto de descanso dentro del Ecuador.

2.3.2. Objetivos Específicos.

- Mantener, conservar y mejorar constantemente las instalaciones del punto de descanso y los bienes inmuebles dentro de este.
- Dar el mejor servicio de hospedaje al pasajero para que tenga una experiencia de hotel de lujo y que este pueda llevarse una buena experiencia
- Innovar constantemente las habitaciones, las promociones y los planes de marketing y publicidad para poder tener niveles de reconocimiento mayor.
- Dentro de 4 años ampliar la cadena en hoteles nacionales.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPITULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades

La empresa se tendrá como razón social el nombre de Rest Station S.A siendo su actividad operativa el brindar servicios de alojamiento por un periodo corto de tiempo. Rest Station S.A se creará como una sociedad anónima según lo decretado en el artículo 143 de ley de compañías.

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Ley de Superintendencia de Compañías, 1999)

3.1.2 Capital Social, Acciones y Participaciones

Rest Station suscribirá un capital de \$1000, el cual será evaluado en acciones iguales el capital será dividido en 1000 acciones a un valor de \$1 por cada una de ellas las cuales serán divididas en 60% y 40% para ambos accionistas y tener un mejor control de compra y venta.

Indicando esto los accionistas y socios que aporten dentro de la empresa tendrán que estar parte en las tomas de decisiones de la empresa debido a que por estar dentro del perímetro aeroportuario la seguridad tendrá que ser mayor.

3.2. Propiedad Intelectual

3.2.1 Registro de Marca

Se registrara la marca Rest Station S.A y logo distintivo de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) el cual será de uso exclusivo de la empresa estipulada.

Gráfico 1. Logo de la empresa.



Elaborado por: **La autora**

Fuente: **La Autora**

3.3.2 Derecho de Autor del Proyecto, Patente y Modelo de Utilidad.

Parte de la creación de la empresa es realizar el Logo del mismo el cual fue creado por la autora, Vanessa Paola Plaza Lucero, la cual es la responsable de los derechos de autor del mismo. Dicha patente se dará a través de la IEPI.

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DEL MERCADO

CAPITULO 4

4. Auditoria del Mercado.

4.1 PEST

La metodología empleada para revisar el entorno general es el análisis PEST, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro. En el análisis Pest se definen cuatro factores claves que pueden tener una influencia directa sobre la evolución del negocio los cuales son factores económicos, factores tecnológicos, factores políticos y factores sociales. (Martínez Pedros, Milla Gutiérrez, 2012)

Dentro del trabajo se tendrá que realizar un análisis de los 4 factores mencionados para visualizar de qué manera directa e indirecta afectaría el plan de negocio. Los 4 puntos darán pie a como tener una idea mejor de cómo poder encontrar los puntos fuertes y débiles que se tendrán que enfrentar y con ello poder tener un plan de contingencia para poder solucionarlo.

Análisis del Factor Económico.

Dentro de los cambios y evoluciones de los indicadores macroeconómicos, se podrá visualizar como se encuentra la situación económica del país y cuales indicadores son los que afectarían directo a la propuesta.

El primer aspecto por el cual se analizara será el PIB (Producto Interno Bruto), el cual según los informes del Banco Central del Ecuador, indican que durante los últimos años ha existido un decline, desde el periodo de diciembre del 2015 con un 3.48%, hasta enero del 2017 con un decrecimiento de 0.90%. Uno de los causantes de dicha variación

son los gastos públicos que se han realizado, crisis de las empresas y en especial del petróleo. Indicando esto en un segundo trimestre del 2017 la economía registro un aumento de 3.3% a comparación del año anterior lo cual indica que tiende a una recuperación debido a un mejor desempeño del sector no petrolero.

Según el reporte por parte del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), la inflación acumulada del mes de octubre del 2017 se ubicó en -0,10% a comparación del mes de septiembre que fue de 0,04% y la del mes de octubre año 2016 de 1.11%. De igual manera la inflación anual en el mes de octubre del 2017 fue de -0,09% en el mes de septiembre de -0,03% y en el mes de octubre del año 2016 en 1,31%. Lo cual representa que la inflación anual es una de las más bajas desde el año 2007 superada por la de los siguientes 10 años anteriores (INEC, 2017).

Gráfico 2. Índice de precios del consumidor



Elaborado por: INEC.
Fuente: índice de precios del consumidor

Las variaciones de precios de tres de las doce divisiones explican el comportamiento del IPC en octubre de 2017: Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,47%); Transporte (-0,23%); y, Prendas de vestir y calzado (-0,22%). (INEC, 2017)

Los resultados de la encuesta de septiembre 2017 reflejan una reducción estadísticamente significativa² de 1,1 puntos porcentuales en la tasa de desempleo, con respecto a septiembre 2016. Así, en septiembre 2017 la tasa de desempleo fue de 4,1% a nivel nacional, mientras que en septiembre 2016 fue de 5,2%. Desagregado por área, a nivel urbano existió una reducción estadísticamente significativa de 1,3 puntos porcentuales; en septiembre de 2017 la tasa de desempleo urbano se ubicó en 5,4%, respecto al 6,7% de septiembre del año anterior. En el área rural, el desempleo alcanzó el 1,7% en septiembre 2017, frente a 2,3% en septiembre 2016, una variación que no fue estadísticamente significativa, (INEC, 2017).

Gráfico 3. Tasa de desempleo nivel nacional



Elaborado por: INEC.
Fuente: índice de precios del consumidor

Análisis del Factor Político.

Los procesos políticos y la legislación influyen las regulaciones del entorno a las que los sectores deben someterse. Las legislaciones gubernamentales pueden beneficiar o perjudicar de forma evidente los intereses de una compañía. (Martínez Pedros, Milla Gutiérrez, 2012)

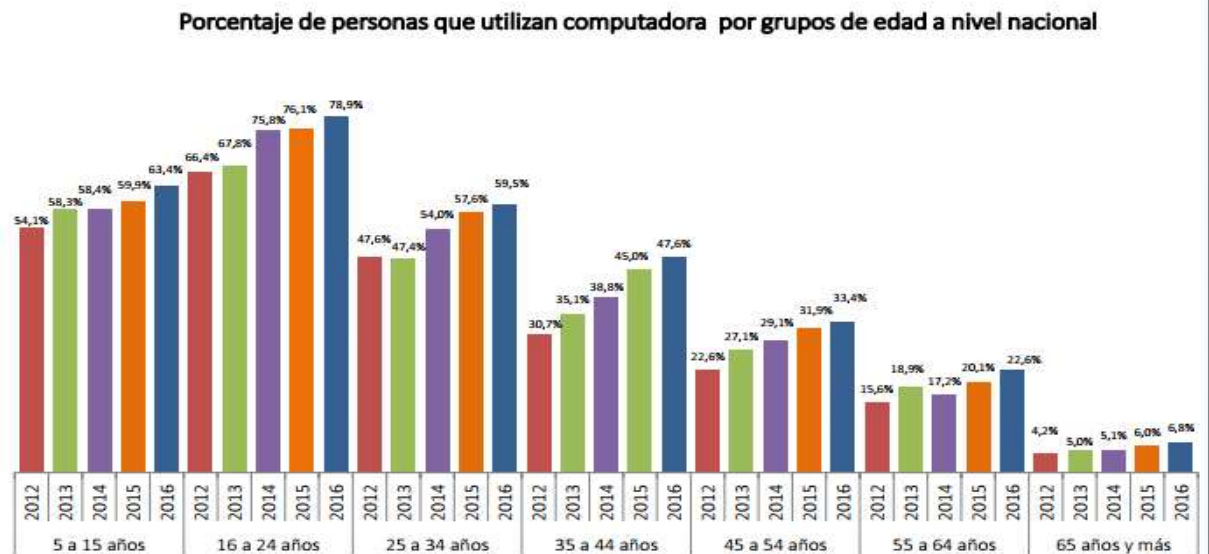
El Ecuador ha mantenido un sistema político constante debido a que el movimiento del ex presidente Rafael Correa, Alianza País, ha logrado quedar en el poder y al mando durante más de 10 años por lo que durante este tiempo se estableció una ideología económica. De igual manera en los últimos meses se han presentado muchas disputas y cambios dentro del ámbito político por lo que ha afectado a empresas de grandes utilidades y pequeñas.

El Programa Progresar generará más ecuatorianos emprendedores, más crédito y más desarrollo. Esto, pues proporciona la confianza necesaria a los empresarios y el sistema financiero que de esta forma democratizará el crédito e incentivarán el cambio de la matriz productiva. El cual brinda varias herramientas, una de ellas, es la de activos fijos la cual está destinada al financiamiento para la adquisición de bienes mueble e inmuebles u otros insumos para proyectos, el monto de financiamiento va desde \$50.000.00 hasta \$25 millones por sujeto de crédito, o hasta los \$50 millones por grupo económico a 15 años, beneficiando al empresario con una tasa preferencial desde el 6,9% hasta el 8%. (CFN, 2017).

Análisis de Factor Tecnológico.

Los factores tecnológicos generan nuevos productos y servicios y mejoran la forma en la que se producen y se entregan al usuario final. Las innovaciones pueden crear nuevos sectores y alterar los límites en los sectores existentes. (Martínez Pedros, Milla Gutiérrez, 2012)

Gráfico 4. Porcentaje de personas que utilizan computadora.



Elaborado por: INEC.

Fuente: índice de precios del consumidor

El Instituto Nacional de Estadística y Censos, (INEC) en el informe del año 2016 de tecnologías de la información y comunicaciones (TIC'S El 78,9% de los jóvenes entre 16 a 24 años afirmaron que utilizaron la computadora en el último año, le siguen los menores entre 5 a 15 años con el 63,4% de su población.

Análisis del Factor Social.

Dentro del análisis del entorno social, podemos iniciar con uno de los entornos más sencillos de comprender y de cuantificar, la demografía siendo esta la raíz de muchos cambios en la sociedad. (Martínez Pedros, Milla Gutiérrez, 2012)

Al 2010 el Ecuador cuenta con 14'483.499 de habitantes y en la provincia del Guayas existen 3.645.483. Tomando como referencia la última encuesta de estratificación a nivel socioeconómico realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), los hogares del Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% se encuentran en el estrato A, seguido por el nivel B con el 11,2%, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y en nivel D, el 14,9%. (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo, 2011).

Por otra parte, de acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), dentro de las seis tendencias mundiales de América Latina, existirá un aumento en la población mundial por lo que se proyecta un aumento de la demanda de productos y la creación de nuevos hábitos de consumo debido a la rápida urbanización. (Bitar, 2014)

4.2. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

La industria de turismo y hotelería es considerada altamente atractiva con 6.8 % de transporte aéreo y 18.8% construcción y servicios. De participación dentro de las actividades económicas del país, según el informe “Doing Deals Ecuador 2016” realizado por Price Waterhouse Coopers (PWC).

Analizando esto, se tendrá como idea generar etapas donde se explicara la evolución de estas. Rest Station se encuentra en la etapa inicial debido a que es una empresa que

ofrece servicios innovadores y poco comunes dentro de la ciudad de Guayaquil. El mismo que no ha sido introducido en el mercado local. Mencionando esto se crea una ventana de oportunidad de mercado dirigido para un grupo de pasajeros específicos.

Dentro de esta etapa, se entiende claramente que no generara ventas tan representativas, por lo que se tendrá como meta la publicidad y promoción para que dicha marca se haga reconocida por pasajeros que llegan al aeropuerto. Realizando dichas propuestas el establecimiento podrá seguir a la siguiente fase, etapa de crecimiento, etapa de madurez, etapa de declive y finalmente ventas proyectadas y cumplidas.

4.3. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

Tabla 1. Alcances de servicios

Alcance Vertical	Comodidad y satisfacción.
Alcance Horizontal	Brindar servicios de hospedaje por horas a pasajeros.
Alcance Geográfico	Ciudad de Guayaquil
Empresa creada para brindar comodidad y satisfacción a pasajeros en el aeropuerto Guayaquil.	

Elaborado por: **La Autora**

Fuente: **La Autora**

Poder de negociación por parte de proveedores

Dentro de la empresa los proveedores llegan a tener un nivel medio de influencia debido a que dentro de la industria hotelera existe un volumen alto de proveedores que podrían brindar productos como, sofás, cómodas, literas, entre otros. Lo que permite obtener de una manera fácil los insumos para la elaboración del punto de descanso.

En la lista también se sumaría, personal de limpieza, mobiliario, diseño de interiores, informática, lavandería, vending.

Poder de negociación de los clientes.

El poder de negociación para los clientes es sumamente relevante, debido a que brindaremos un servicio personalizado a cada pasajero y se atenderán sus necesidades en tiempo real. Por otro lado, se entiende que existen niveles de competencia relativamente altos por lo que la atención brindada al pasajero es crucial. Siempre se tendrá que manejar al cliente de una manera especial para que no desee optar por pagar el mismo precio en otro establecimiento.

Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre los competidores es sumamente relevante, debido a que se encuentran varios hoteles y hostales en el perímetro aeroportuario pero de igual manera ofrecen una tarifa de hospedaje alta y algunas veces sin incluir el traslado del aeropuerto hacia el hotel y viceversa. De igual manera los hoteles ofrecen un lugar más amplio y servicios más extensos para los pasajeros.

Para conocimiento en la siguiente tabla se encuentran la mayoría de hoteles y hostales dentro de la ciudad de Guayaquil los cuales están separados por rangos de precio. Hay que mencionar que a eso hay que adicionar el transporte desde el aeropuerto la tarifa mínima que cobran los taxis dentro del aeropuerto es de 3 dólares siendo las afueras del aeropuerto y máximo de 15 dólares en las afueras y el cobro del impuesto.

Tabla 2. Hoteles de Guayaquil

(+ US\$100 por noche)	
Holiday Inn (*)	Av. de las Américas junto al Ato J. J Olmedo
Son esta Hotel (*)	Av. Joaquín Orantica y Av. Leopoldo Benítez
Sheraton (*)	Av. Constitución, Plaza del Sol.
Wyndham Garden Guayaquil(*)	Av. Juan Tanca Marengo y Abel Romero Castillo
Hilton Colón (*)	Av. Francisco de Orellana Mz. 111 Cdla. Kennedy Norte
Courtyard by Marriott (*)	Av. Francisco de Orellana 236
Wyndham	Numa Pompilio Llona S-N, Ciudad del Río
Orilla del Río	Av. 7ma, Mz K1, villa 89 (cdla Entrerios)
Oro Verde	9 de Octubre 432 y Av. Del Ejército
Galería Man Ging	Av. 9 de Octubre #1608 y García Moreno
Unipark Hotel	Clemente Ballén 406 y Chile
(+ US\$50 hasta US\$100 por noche)	
Garzota Inn (*)	Garzota Mz. 86 Solar 2, frente a transportes Loja
Airport Hotel (*)	Av. De las Américas y Calle A, Cdla. Simón Bolívar.
Plaza Montecarlo (*)	Garzota 3ra Etp Mz 84 SI 07-08
Macaw (*)	Cdla. Guayaquil Av. Victor Hugo Sicouret Mz. 11 Villa. 8
HM International (*)	Alberto Borges y 1er Pasaje, Kennedy Norte
Castell (*)	Cdla. Kennedy Norte, Av. Miguel H. Alcívar y Ulloa esq.
Kennedy Apart Hotel (*)	Cdla. Kennedy Norte, Nahim Isaías y Vicente Norero
Mc Suites (*)	Cdla. Kennedy Norte Mz. 705 # 14
Marcelius (*)	Cdla. Kennedy Norte, Jose Falconi Mz 102, villa 12
Corona Real	Enrique de Grau Ruiz, Sauces IX, Mz L11 Solar 12
Mansión del Río	Numa Pompilio Llona 120, Cerro las Peñas. Puerto Santa Ana
Radisson	Cdla. Kennedy, Av. Francisco Boloña 503A
Cedros Inn	Urdesa Central. Cedros 107 y Victor Emilio Estrada
Urdesa Suites	Urdesa Central. Bálsamos 421 y Ébanos.
Palace	Chile 214 y Luque
Ramada	Malecón 606 y Manuel Antonio Luzurraga
City Plaza	Boyacá 922 y Victor Manuel Rendón esquina
Continental	Chile y 10 de Agosto (esquina)
Grand Hotel Guayaquil	Boyaca 1615e/C Ballen y 10 de Agosto
Sol De Oriente	Aguirre 603 y Escobedo (esquina)

Gold Center	Av. Rodolfo Nazur y José María Egas. Cdla La Alborada 5ª etapa
Nazú House	Cdla. La Cogra Mz. 1 Villa 2 / Km. 3,5 Av. C. J. Arosemena

(+ US\$30 hasta US\$50 por noche)

Air Suites (*)	Cdla. Simón Bolívar Mz. 5 Solar 33
Suites Guayaquil (*)	Ciudadela Simón Bolívar Mz 2 Villa 9
Perla Real Inn (*)	La Garzota Mz 29 V13. Av Guillermo Pareja
Hostal Villa 97 (*)	Cdla. Simón Bolívar Mz -1 Villa 97
Suites La Rosa (*)	Cdla. Vernaza Norte Av. Hermano Miguel Mz 17 Solar 22
Hostal Quil	Cdla Naval Norte, mz 06, v 10
La Fontana	Córdova 918 y P. Icaza esquina
Malecón Inn	Sucre 203 y Pichincha
Hostal Villa 64	Hurtado 808 entre Tulcán y Carchi
Doral	Chile 402 y Aguirre
Rizzo	C. Ballén 319 y Chile
Casa de Romero	Velez 501 y Boyaca, 7mo piso

The Park Hotel	Chile 414 y C. Ballén
HOTELES ECONÓMICOS	
Murali Hostal (*)	Garzota 2 La Salle y 3er callejón esq. Mz. 135
Funky Monkey (*)	Cdla Vernaza Norte Mz5 Villa 11
North Star Hostal (*)	Av. Isidro Ayora Saucos 1 Mz F36 Solar 14
Tangara Guest House	Cdla. Bolivariana, Manuela Sáenz y O'Leary. Bloque F villa 1
9 de Octubre	9 de Octubre 736 y García Avilés
Suites Madrid	Quísquis 305 y Rumichaca
La Torre	Chile 303 y Luque (piso 13)
RE - Bed & Breakfast	Junin 428 y Córdova - Piso 3 Departamento "D"
Manso	Malecón 1406 y Aguirre
Tomo Hostal	Victor Manuel Rendon 212, entre Panama y Pedro Carbo
Dreamkapture	Alborada 12ª etapa, Mz. 2 Villa 21
Nuca Pacha	Balsamos Sur 308, urdesa central

Amenaza de productos sustitutos

Cuando se implementa el servicio de alojamiento por horas se mejora la atracción del aeropuerto Guayaquil. Pero de igual manera existen muchos sustitutos que afectan

directa e indirectamente al consumidor. Estos tratan de posesionarse dentro del mercado de alojamiento tales como hostales, pensiones, alquiler de habitaciones (por aplicaciones web).

Uno de los sustitutos más directos serían las personas que optan por quedarse dentro de las instalaciones del aeropuerto y esperar en las sillas fuera del embarque hasta la hora de su vuelo.

Amenaza de la entrada de nuevos competidores.

Debido a que el mercado hotelero es de alta competencia, se puede considerar una amenaza de poder alto debido a que la innovación dentro del aeropuerto es constante. Se puede indicar que el área VIP del aeropuerto podría implementar algún tipo de lugar en la parte pública para que las personas descansen. Dicha entrada afectaría directamente a la empresa debido a que ofrecería los mismos servicios de Rest Station y tendría más reconocimiento por pasajeros.

Con respecto al análisis de las fuerzas, la empresa se considera medianamente atractiva debido al lugar donde será colocado y de igual manera a la innovación que se implementara. Uno de los factores en común de las fuerzas es el nivel y la amenaza de competidores y sustitutos debido a que es un mercado que no necesita restricciones legales muy grandes y que muchas personas podrían alquilar una habitación a un precio muy bajo con pocas comodidades.

4.4. MATRIZ FODA.

Tabla 3

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación muy accesible y segura para cualquier pasajero. • Innovación en los servicios a ofrecer. • Servicio personalizado para cada usuario. • Servicio 24 horas 7 días a la semana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa nueva en el mercado. • Capacidad financiera limitada para mobiliario <ul style="list-style-type: none"> • Restricciones aeroportuarias. • Altos costos fijos (alquiler)
OPORTUNIDADES	F-O	D-O
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo nicho de mercado. • Incremento de innovación turística del aeropuerto Guayaquil. • Crecimiento de la industria de puntos de descanso en los aeropuertos del Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer al usuario un servicio seguro y práctico. • Involucrar al usuario con el negocio a través de páginas de información y puntos de información dentro del aeropuerto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar activaciones de marca a través de anuncios en redes sociales y agencias de viajes. • Ofrecer alianzas estratégicas con la administración del aeropuerto de Guayaquil. (TAGSA) • Incrementar nuevos canales de reconocimiento.
AMENAZAS	F-A	D-A
<ul style="list-style-type: none"> • Cambio de regulaciones y normativas aplicables al sector hotelero y normas de seguridad dentro del aeropuerto. • Alza de precios en temporadas altas. • Competidores y sustitutos nuevos en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar estrategias de diferenciación, las cuales permitan atraer más pasajeros. • Considerar un plan de marketing, como medida de contingencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información constante acerca de normativas para el sector alimenticio. • Diseñar estrategias de mercadeo para fidelizar a los pasajeros que viajen constantemente a la ciudad de Guayaquil.

4.5. Investigación de Mercado.

Como se mencionó con anterioridad, Ecuador ha sido uno de los puntos más atractivos en los últimos años. Actualmente los ingresos por factores de turismo han sido de buena acogida. Una de las preguntas más importantes es el precio a fijar debido a que esto crea un atractivo al consumidor y opta por elegir el punto de descanso, la competencia o el sustituto. Por lo que en la investigación de mercado se tratara de encontrar las preferencias de cada consumidor y poder encontrar una media que sea atractiva al consumidor.

4.5.1 Método.

La propuesta de investigación planteada llega hacer de tipo exploratoria y de investigación directa con usuarios, por lo que se utilizaran las siguientes técnicas de investigación de mercado.

Técnica cualitativa: entrevistas a personal de aerolínea, puntos de información del aeropuerto, migración entre otros. De igual manera observaciones de grupo focal.

Técnica cuantitativa: encuestas con cuestionarios previamente realizados y estudiados, con el propósito de conocer los ideales de cada usuario ya sea preferencias, tipo de viaje, precios y aceptación del negocio marcado.

Debido a que el proyecto es de grandes y específicas características las encuestas en nuestro proyecto son cruciales. Se llegara a realizar una encuesta con una muestra interna de las personas que arriban al aeropuerto Guayaquil a diferentes horas del día, en vuelos nacionales como internacionales, con la finalidad de conocer lo que realmente necesitan los pasajeros.

4.5.2 Tamaño de la muestra

Como se mencionó en varias ocasiones, la presente propuesta se centra exclusivamente en pasajeros que arriban a la ciudad de Guayaquil por lo que se delimita a esta población. Mediante el proyecto se realizó una entrevista con el Jefe de Base de Operaciones del Aeropuerto de Guayaquil el cual brindo mucha información pertinente al número de pasajeros que arriban a la ciudad de Guayaquil.

En promedio diario de personas que arriban en vuelos nacionales es de 1877 y de vuelos internacionales 1706. Y de vuelos de partida naciones 2280, internacionales 1995. Tomando como un total de 7858 pasajeros diarios. Hay que tomar en cuenta que este es un promedio y que existen variables tales como temporada del año. Siendo estos valores promedios reales diarios podemos sacar una muestra con el total combinado de vuelos nacionales e internacionales.

A continuación se detalla la fórmula que se usara para calcular el tamaño de la muestra de la población finita de 7858 de pasajeros diarios nacionales como internacionales. La fórmula para calcular la muestra es.

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

n: tamaño de la muestra

N: población total

z: nivel de confianza (1,95%)

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia

e: margen de error (5%)

$$n: \frac{(1.95)^2 (7858) (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (7858-1) + (1.95)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n: \frac{7470.0111}{20.5931}$$

$$n: 362.7430$$

El resultado final de la formula detallada anteriormente indica que el tamaño de la muestra será de 360 personas.

4.5.2.1. Técnica de recogida y análisis de datos.

Mencionado anteriormente las técnicas a usar para el estudio de mercado propuesto serán cualitativas y cuantitativas.

Cualitativa.

Se desarrollaron grupos focales a pasajeros de vuelos internaciones en horarios de madrugada y horarios de la noche. Por otro lado, las entrevistas serán llevadas a cabo con jefes del aeropuerto, personal de aerolíneas y personal de información del aeropuerto Guayaquil.

Cuantitativa.

Se realizaran encuestas a los posibles usuarios de las instalaciones, en el cual se llevaran preguntas que demuestren las necesidades e intereses de cada usuario.

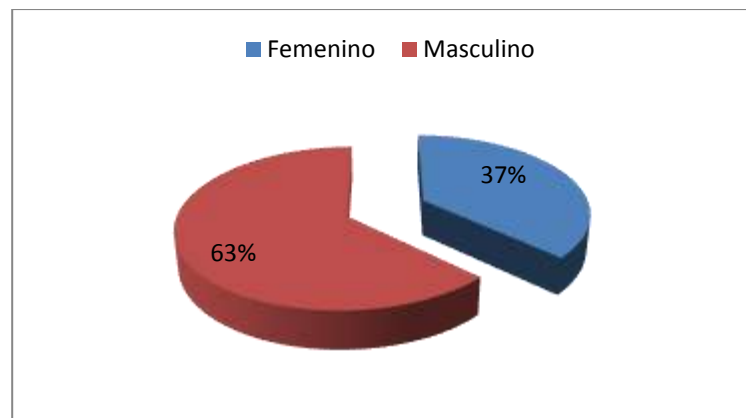
A continuación se detallaran un resumen de las actividades propuestas, antes de analizar las encuestas. El formato de preguntas de dichas se encontrara en el anexo 1.

Entrevistas (Ver anexo 1)

4.6 ANÁLISIS DE DATOS.

A continuación se detallaran de manera gráfica los resultados obtenidos de las preguntas realizadas en las encuestas (anexo 2). Las encuestas fueron repartidas en las 5 aéreas. Partidas nacionales, partidas internacionales, arribos naciones, partidas nacionales y el sector de transito público. En total se realizaron 360 encuestas.

Gráfico 5. Genero de las personas encuestadas.

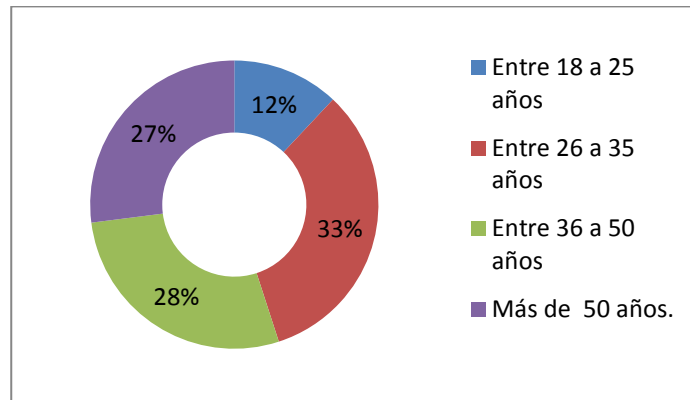


Elaborado por: **La Autora**

Como se puede observar el porcentaje mayor de las personas encuestadas llegó a ser de sexo masculino con un 63% mientras que del sexo femenino de 37%. Del siguiente cuadro comparativo el porcentaje mayor de edades está entre los 26 a 35 años con 33% y después personas de entre 36 a 50 años con un porcentaje de 28%.

Hay que tomar en cuenta que el mercado meta que Rest Station tiene como objetivo se encuentra para las personas en este rango de edad debido a que son personas que pueden costear este tipo de servicios y no tendrían problema en quedarse en un lugar cómodo para esperar horas de escala. En cambio personas con una edad más joven optarían por quedarse en las instalaciones del aeropuerto y para las personas con edades pasadas los 50 optarían por un alojamiento con más servicios sin importarles mucho el precio.

Gráfico 6. Edad de las personas encuestadas.

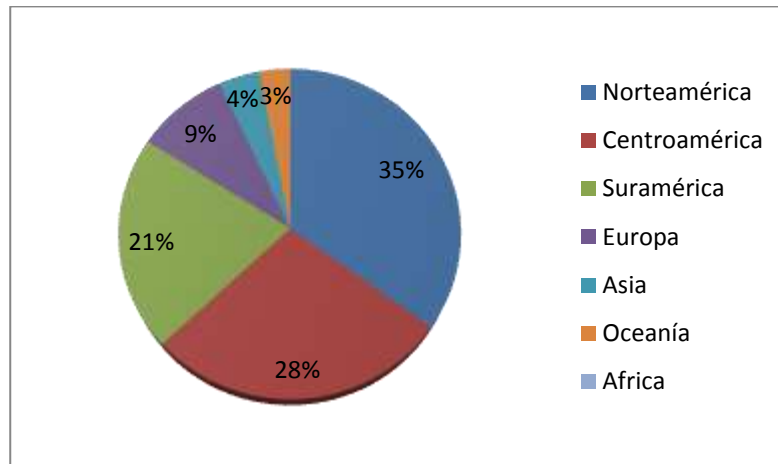


Elaborado por: **La Autora**

Uno de los aspectos más relevantes que se tomó en cuenta al momento de generar la propuesta de Rest Station es la cultura de las personas. Este servicio está dirigido a personas que tienen conocimiento de este tipo de hospedaje. Ya sea que han estado en uno de ellos o han escuchado.

De igual manera los pasajeros que usualmente se quedan esperando conexiones largas son pasajeros que viajan a Galápagos por lo que estos serían extranjeros. Dentro del gráfico de nacionalidad, se encontró que los porcentajes mayores están entre el 35% de pasajeros es de Norteamérica y 28% de Europa teniendo cerca de pasajeros de Suramérica con un 21%, 9% Centroamérica, 4% Asia y 3% Oceanía.

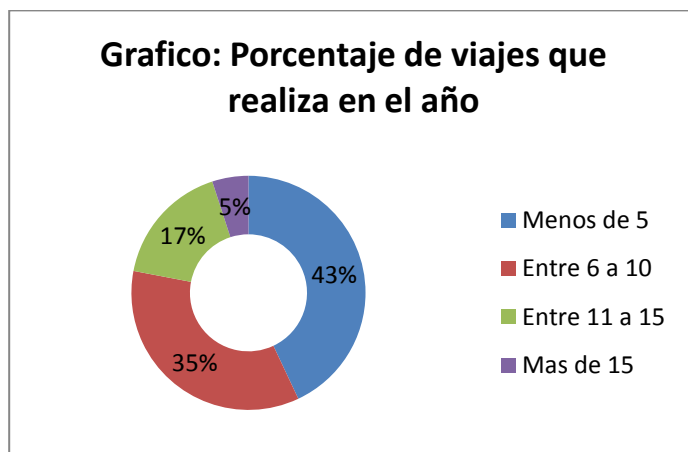
Gráfico 7. Nacionalidades de personas encuestadas.



Elaborado por: **La Autora**

Dos de las preguntas que van de la mano son el porcentaje de viajes que los pasajeros realizan en el año y el motivo de los viajes. Rest Station ofrecería servicios para pasajeros que viajan por placer y por trabajo por lo que estas estadísticas ayudarían al momento de planificar los ambientes de descanso para pasajeros. Cumpliendo con necesidades para pasajeros que viajan por trabajo y por placer.

Gráfico 8. Porcentaje de viajes que realiza en el año



Elaborado por: **La Autora**

Gráfico 9. Motivos por el cual usted viaja



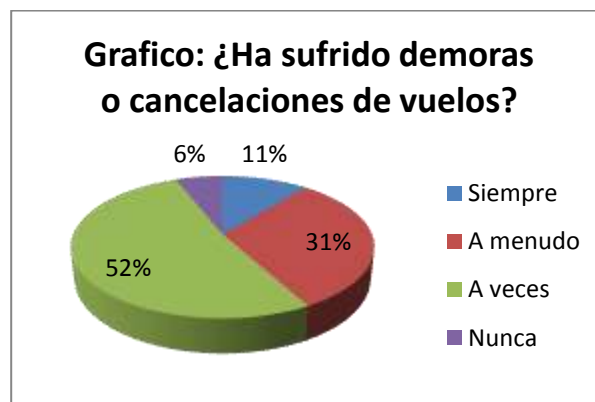
Elaborado por: **La Autora**

Se puede observar que el porcentaje más alto llega a ser de personas que viajan menos de 5 veces al año y de la mano se encuentran las personas que viajan entre 6 a 10 veces en el año. Se podría inferir que las personas que viajan con más frecuencias lo hacen por motivos de trabajo. El porcentaje de personas que viajan por trabajo es del 30% y las personas que viajan por placer del 65%.

Cabe mencionar que dentro de las encuestas se incluyeron personas que toman vuelos nacionales por lo que personas ecuatorianas que viajan de Guayaquil a Quito con frecuencia lo realizan por motivos de trabajo.

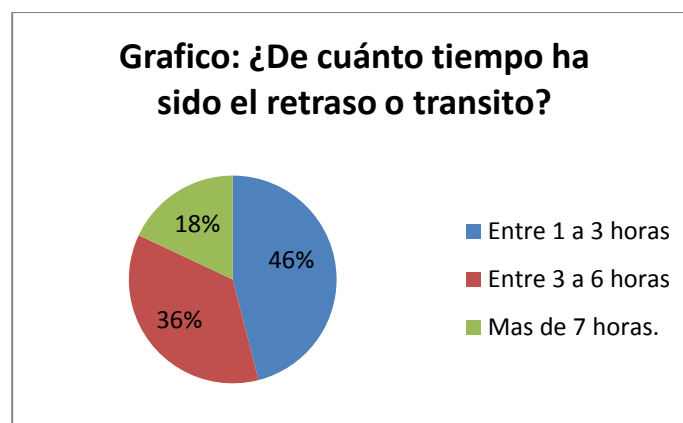
Una de las preguntas más cruciales fueron el porcentaje de personas que han tenido retraso o cancelaciones de vuelo y de igual manera que tan larga la espera entre vuelos es. Con esto se podría tener una idea de las personas que esperan en las salas del aeropuerto hasta su siguiente conexión.

Gráfico 10. ¿Ha sufrido demoras o cancelaciones de vuelos?



Elaborado por: **La Autora**

Gráfico 11. ¿De cuánto tiempo ha sido el retraso o transito?



Elaborado por: **La Autora**

Dentro de las veces en las cuales los pasajeros encuestados han sufrido cancelaciones o demoras de vuelos el porcentaje mayor llega a ser de a veces con un 52% más de la mitad. Y del tiempo estimado de espera entre vuelos o conexiones el porcentaje mayor es de entre 1 a 3 horas con un 46%. De igual manera los pasajeros que esperan más 3 horas tienen un porcentaje de 36% algo muy representativo.

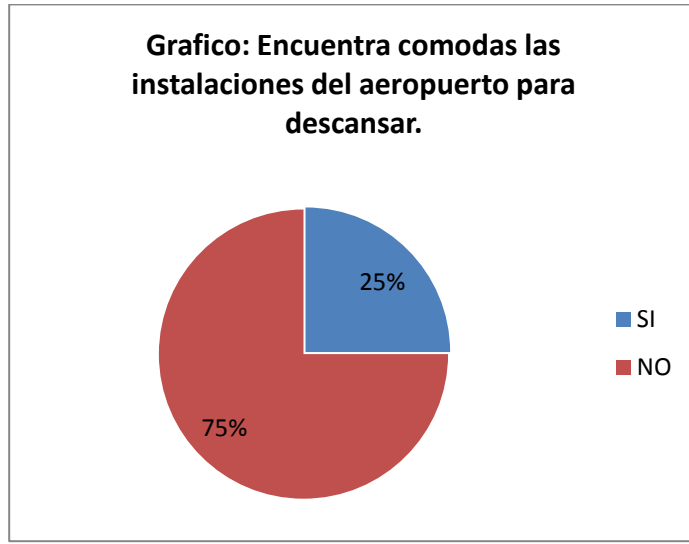
Estos pasajeros con largas horas de espera para sus destinos finales, son pasajeros que llegan en vuelos internacionales o nacionales en horas de la noche y que tienen sus vuelos el día siguiente en horarios a matutinos. Por lo que tienen que esperar más de 3 horas dentro de las instalaciones y serian potenciales clientes de Rest Station

Gráfico 12. ¿Ha utilizado las instalaciones del aeropuerto para descansar?



Elaborado por: **La Autora**

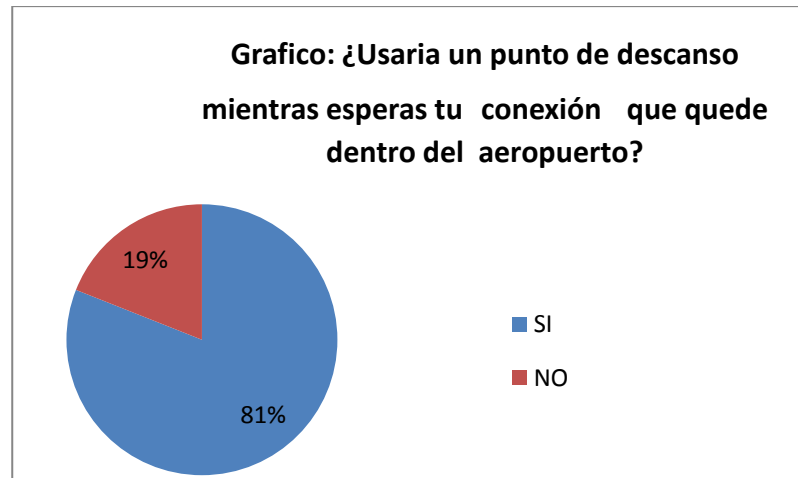
Gráfico 13. Encuentra cómodas las instalaciones del aeropuerto para descansar.



Elaborado por: **La Autora**

Un 62% de pasajeros encuestados respondió que en algún momento ha utilizado las instalaciones del aeropuerto para descansar. Y un 75% de pasajeros respondió que no encontraba las instalaciones del aeropuerto lo suficientemente cómodas. Esto da un plus al proyecto de implementación debido a que se conoce que los pasajeros no descansarían correctamente en los asientos del aeropuerto.

Gráfico 14. ¿Usaría un punto de descanso mientras esperas tu conexión que quede dentro del aeropuerto?



Elaborado por: **La Autora**

Gráfico 15. ¿Hasta cuánto estarías dispuesto a pagar?



Elaborado por: **La Autora**

Se pudo comprobar que un 81% de pasajeros encuestados estarían dispuestos de utilizar los servicios que brindaría Rest Station, un punto de descanso que quede dentro del aeropuerto. Lo cual es muy favorable y da una aprobación en cuestión del proyecto propuesto. Y de las personas que estarían dispuestas a usar esta instalación el 39% estaría dispuesto a pagar 25 dólares por un periodo de tiempo de descanso. Lo cual da una idea del posible rango a fijar.

4.6.1 Resumen e interpretación de resultados.

Considerando cada respuesta de las 360 encuestas realizadas a pasajeros dentro de la terminal de aeropuerto Guayaquil. Se puede concluir que 63% de las personas encuestadas fueron hombres y el 37% mujeres. Uno de los factores relevantes fue que los pasajeros sufren de demoras de vuelos y/o cancelaciones a veces por lo que da una buena pauta que hasta que sus vuelos se reprogramen estos pueden optar por esperar en las salas de descanso de Rest Station de entre 3 a 6 horas.

De igual manera una de las preguntas dentro de las encuestas la cual puede ayudar a responder la hipótesis, es que un 81% de las personas encuestadas estarían dispuestas a utilizar el punto de descanso como medio de espera entre conexiones de vuelo lo que nos ayuda a tener una mejor vista del proyecto de factibilidad.

El rango de precio por el cual los pasajeros optaron fue de 25 dólares por un rango de horas, el precio a establecer será fijado más adelante para poder ver si el proyecto será rentable o no.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Mercado Meta.

Gracias a las encuestas realizadas se puede tener una idea más clara del mercado meta. Este estaría inclinado a personas entre las edades de 25 a 50 años (el 65% de las personas encuestadas) las cuales tengan un tiempo de espera de entre 3 a 6 horas (el 82% de personas encuestadas).

5.1.1. Tipo y Estrategias de penetración.

Conociendo que es un proyecto que ofrece servicios específicos y con ideales nuevos es necesario realizar las siguientes estrategias:

Generar un conocimiento de marca en un grupo objetivo de un lapso de alrededor de 4 meses.

Implementar promociones y descuentos a corto plazo en el periodo de inicialización de la empresa.

5.2. Posicionamiento

La propuesta quiere hacer entender al cliente que Rest Station ofrece un lapso de tiempo cómodo dentro del aeropuerto. Que ayude al pasajero salir del flujo y ruidoso terminal y poder tener un tiempo de tranquilidad para el mismo.

Una de las ventajas competitivas que se podrán implementar es tener ambientes específicos para los pasajeros. Ya sea que un pasajero quiera tomar una ducha y cambiarse de atuendo a pasajeros que deseen descansar y dormir por un par de horas de manera cómodo y lo más importante segura con su equipaje.

Para poder introducirnos dentro del mercado establecido previamente se tiene planeado crear alianzas estratégicas con las aerolíneas y con la administración del aeropuerto, TAGSA. Lo cual nos ayudara en el futuro a ganar un mayor reconocimiento y mejorar los niveles de competitividad.

5.3 Marketing Mix.

5.3.1 Estrategias de Servicios y productos .

5.3.1.1 Producto.

Para poder tener un mejor concepto del "producto" que se estará ofreciendo a los pasajeros se tendrá que entender las siguientes variables.

Punto simple o básico: un espacio de descanso conjunto al aeropuerto Jose Joaquín de Olmedo.

Producto Genérico: Poder brindar una mezcla de servicios similares a los que un hotel o hostal y áreas VIP ofrecen a sus clientes. Ya sea un espacio donde el pasajero descanse o trabaje y brindar duchas o un área con acomodaciones.

Producto esperado: manejar un diseño interior moderno y cálido con ambientes agradables a la vista y que haga que el pasajero se sienta conforme. De igual manera tener personal informado de las diferentes necesidades del cliente y poder cumplir con las normas de sanidad y seguridad.

Producto aumentado: habitaciones especiales para personas que tengan tiempo de conexiones más largas y opten por una cama o un espacio un poco más privado. El cual se ofrecerá pero que será con un precio más elevado.

Producto potencial: habitaciones compartidas con literas pero con separadores las cuales personas que deseen descansar por un corto periodo lo hagan compartiendo con otros pasajeros.

5.3.2 Precio.

Al momento de elegir el precio estimado de mercado se tendrá que ver un estudio de los valores que ofrecen los hoteles dentro del perímetro aeroportuario. De igual manera el precio que ofrece las salas de VIP dentro del aeropuerto.

Otros factores que influyen al momento de fijar un precio es el servicio que se va a ofrecer al usuario. Se usara la estrategia de alto valor, debido a que se ofrece un servicio único dentro del aeropuerto.

Teniendo en cuenta estos factores y los valores postulados dentro de las encuestas se acordaron los siguientes precios.

Tabla 4. Demostración de datos.

TIEMPO	PRECIO
HASTA 6 HORAS	\$ 35

- **Valor por hora: \$ 7**
- **Valor por fracción (DEPENDIENDO): \$4**
- **Los precios se muestran con IVA incluido.**
- **Uso único de duchas: \$ 12 dólares.**
- **Habitaciones privadas : 50 dólares**

5.3.3. Comunicación.

Es de vital importancia tener estrategias de comunicación constantes para que el usuario se mantenga informado de las ofertas que se realizan dentro del aeropuerto. De

igual manera comunicarse con el usuario que utilizara las instalaciones y poder tener un mejor entendimiento de sus necesidades y crear una fidelización.

Para poder lograr esto se tendrá que tomar en cuenta diferentes factores de canales de comunicación:

Publicidad.

Para poder atraer e informar a nuestro mercado meta, la publicidad es un punto clave al comienzo de cada negocio. El mercado meta va dirigido a pasajeros que tengan escalas de varias horas y no deseen salir de las instalaciones del aeropuerto. Uno de los puntos en los cuales se dará publicidad es en los counters de información del aeropuerto Guayaquil.

Este es un punto clave, debido a que todos los pasajeros se acercan directamente con dicho personal a crear preguntas, el personal podrá dar la opción a pasajeros de quedarse dentro del punto de descanso Rest Station, y de igual manera brindar información de las instalaciones.

Otro punto a favor, sería la página web del aeropuerto Guayaquil. En el aeropuerto de Quito se promociona el punto de descanso que está en el edificio conjunto a ellos, esto ayuda a que más pasajeros tengan una gran información sobre los servicios que se ofrecerán.

De igual manera se entregarían boletas de información sobre Rest Station, en los locales del aeropuerto. Tales como las 2 agencias de viajes y las aerolíneas que brinden información a los pasajeros.

El objetivo de invertir en dicha publicidad será de crear un vínculo directo con los pasajeros que vayan a regresar al aeropuerto Guayaquil y sepan que tendrán una alternativa de descanso entre conexiones de igual manera ayudara a que se crea una atracción por el local y personas pregunten por el servicio que se ofrecerá.

Señaléticas.

Dentro del aeropuerto Guayaquil se encuentran varias señaléticas indicando la ubicación de los servicios, salidas, llegadas e información que el pasajero realmente necesite saber. Si se ubica una señalita indicando de este punto de descanso dentro de las instalaciones esto creara una información y duda directa al pasajero, por lo que lo llevara al punto de información del aeropuerto a preguntar por Rest Station, o de igual manera seguir las señaléticas que llevaran al pasajero directamente al local. Esto ayuda a crear una expectativa para el pasajero y una tranquilidad de saber que el aeropuerto si cuenta con un “hotel” dentro del aeropuerto.

Merchandasing.

Uno de los factores más importantes al crear una industria es posicionarse en la mente del consumidor, por lo que se tratara de dar información y recuerdos a los huéspedes que hayan optado por usar las instalaciones de Rest Station. Uno de los objetos más populares que ofrecen las empresas son plumas con el logo de la empresa, pero la idea sería ir un poco más allá y obsequiar algo que tenga un vínculo con el local. Por lo que se optó por un objeto anti estrés para que el pasajero lleve consigo y de igual manera tener presente la buena estadía que tuvo.

5.3.4 Estrategia de Plaza.

5.3.4.1 Ambiente físico.

Varias variables juegan un papel importante al momento de crear un local, mucho más cuando se trata de servicios directos a personas. Uno de los puntos clave es de crear Rest Station como un escape del aeropuerto estando dentro de este. Los pasajeros llegan cansados de diferentes escalas y aunque no puedan salir del perímetro aeroportuario no significa que no se podrá dar la idea de ese escape comentario. Para esto, el physical enviorenemtn juega un papel importante para el establecimiento de igual manera el diseño de interiores.

El frente del local se tratara de la arquitectura y contexto del local en sí, de cómo estará ubicado y de qué manera se distribuirá de igual manera que entorno tendrá, tamaño y dimensión. Como el punto de descanso se localizará en un edificio ya construido las remodelaciones tendrán que ir de la mano con este.

La empresa contara con paredes de vidrios que den una claridad dentro del lobby, pero las habitaciones tendrán colores cálidos para que el pasajero pueda descansar de manera positiva. Se brindara al pasajero como complemento, orejeras para bloquear el sonido de igual manera mascararas para los ojos y que con esto puedan descansar.

El local se ubicara en los edificios de Aero plaza que se encuentran al frente de la terminal de pasajeros dentro del aeropuerto Guayaquil, contara con dos pisos los cuales se adecuaran a las necesidades del aeropuerto.

En la distribución del espacio se contara con el área de recepción de clientes lo cual cobra atención al servicio que el usuario desee. La recepción será cómoda y cercana al aeropuerto se mantendrá un ambiente con luz cómoda y con colores cálidos la decoración

mantendrá un tema de naturaleza para que el pasajero se sienta fuera de la infraestructura aeroportuaria, se maneja un estilo simple y elegante.

Dentro del primer set la planta baja se encontrara la recepción y de igual manera una área de espera o de descanso para los pasajeros que están esperando ser atendidos o pasajeros que deseen trabajar, la misma ofrecerá periódicos al día e información que pasajeros necesiten saber de Guayaquil o de ciudades del Ecuador incluidas las islas Galápagos. De igual manera al otro extremo mesas cómodas para que los usuarios puedan disfrutar de alimentos que serán ofrecidos tales como frutas, sandwiches, café, jugos, agua aromáticas entre otros.

En la segunda planta se encontraran las habitaciones como tal. Las cuales 2 de ellas serán habitaciones matrimoniales privadas y las demás serán habitaciones con camas individuales compartidas. Las habitaciones compartidas tendrán literas en forma de capsulas las cuales se podrán cerrar una vez ingresadas para dar una mejor privacidad.

Un servicio que se ofrecerá a todos los usuarios, será que se obsequiara bloqueador de sonido y máscaras para dormir de igual manera existirá un área de lockers donde los pasajeros podrán dejar sus pertenencias hasta el momento del chequeo. Cabe recalcar que solo se aceptaran equipajes de mano dentro del local por normas de seguridad, pero si el cliente desea llevar más equipaje podrá tenerlo bajo su responsabilidad.

En relación de la decoración de las habitaciones se optaran por colores cálidos pero que den un poco de luz baja, no muy alumbradas para que los pasajeros puedan descansar sin luz molestándolos.

Cada habitación tendrá una limpieza constante cumpliendo con varios puntos de sanidad. Las sábanas se cambiarán después de que cada usuario termine de usarlo. Dentro de cada habitación habrá capacidad de 4 literas las cuales dan un total de 8 camas individuales por habitación.

Dichas camas tendrán una cortina que brinde privacidad a los usuarios al momento de usarla. Colchones de calidad para descanso pleno de pasajero, dos almohadas por cama y una cobija suave hipoalérgica para todo tipo de pasajero.

Dentro de cada espacio de literas se colocará una lámparilla la cual podrá ser regulada según la preferencia del pasajero. También cabe recalcar que la climatización de cada habitación podrá ser ajustada a preferencia de los pasajeros que se encuentren en las habitaciones.

Para las habitaciones privadas, incluirán baños sencillos privados con todos los atenciones de limpieza básica, almohadas y cobijas hipoalérgicas.

Existirán duchas las cuales podrán ser utilizadas por los pasajeros de manera privada, se brindarán toallas para pasajeros que opten por esta opción.

5.4 Identidad e imagen corporativa

5.4.1 Nombre.

El nombre otorgado será Rest Station se eligió este nombre debido a que da una explicación sencilla de los servicios que se brindan y que extranjeros podrán entender fácilmente.

5.4.2 Colores Corporativos

Los colores corporativos que se eligieron serán gris cálido, café cálido y rojo concho de vino. Dichos colores representaran a la empresa, se eligieron dichos colores debido a que al mezclarlos dan un ambiente cálido y no tan alumbrado para que los pasajeros puedan descansar cómodamente. De igual manera dan un impacto de elegancia y sencillez.

5.5 Gestión de promoción electrónica del proyecto.

5.5.1 Estrategias de E-Commerce.

La empresa de servicios Rest Station no optara por ofrecer sus servicios o productos a través del sitio web, por lo tanto, no aplicara este tipo de estrategia. Cabe recalcar que si se utilizaran herramientas de E- marketing a través de redes sociales.

5.5.2. Análisis de la promoción digital de los competidores: Web y Redes sociales.

Se conoce que existe mucha competencia directa, uno de los competidores más directos son las salas vip del aeropuerto las cuales están promocionadas dentro de las páginas de información del aeropuerto. Y que de igual manera tiene una cartera de clientes fijados y aliados extremadamente grandes.

Por lo que se ha optado a que una vez el local este estipulado dar información masiva dentro de las páginas de información del aeropuerto canales de televisión, redes sociales y agencias de viajes para crear expectativas a los consumidores y a potenciales clientes. Con esta estrategia se podrán crear alianzas estrategias con bancos y con aerolíneas para poder ofrecer mejores tarifas a pasajeros.

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 6

6. PLAN OPERATIVO

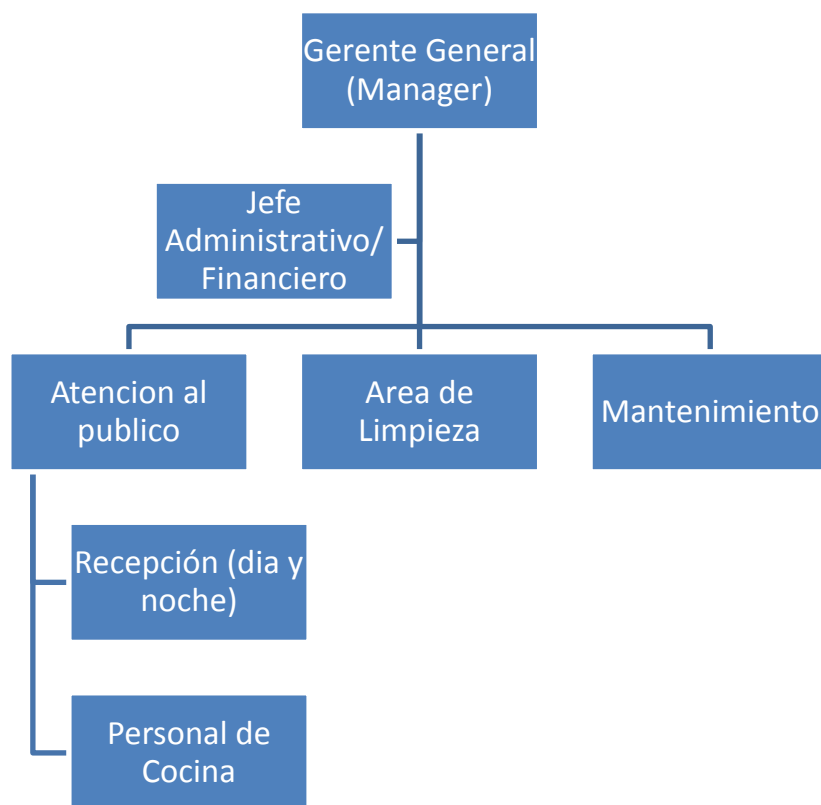
6.1 DESARROLLO DEL PRODUCTO.

Dentro del proyecto estipulado es necesario tener los parámetros de negociación fijados con la plaza y dueños de Aeroplaza, de igual manera tener los permisos y acuerdos con agentes aeroportuarios los cuales brindaran las medidas de restricción necesarias para poder operar en el perímetro aeroportuario.

6.2 Estructura Organizacional.

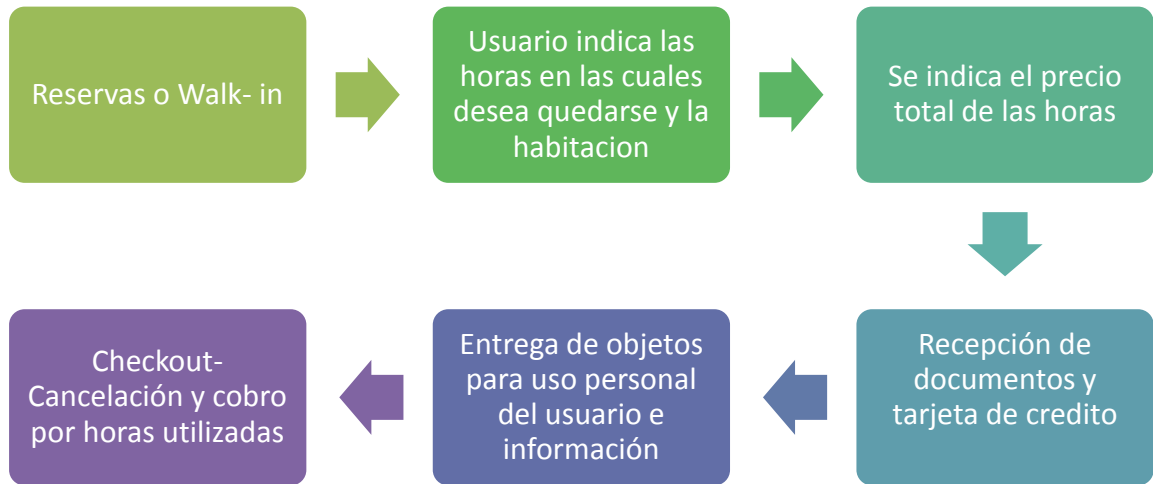
El siguiente organigrama explica la jerarquía en la cual la empresa se basara.

Gráfico 16. Organigrama



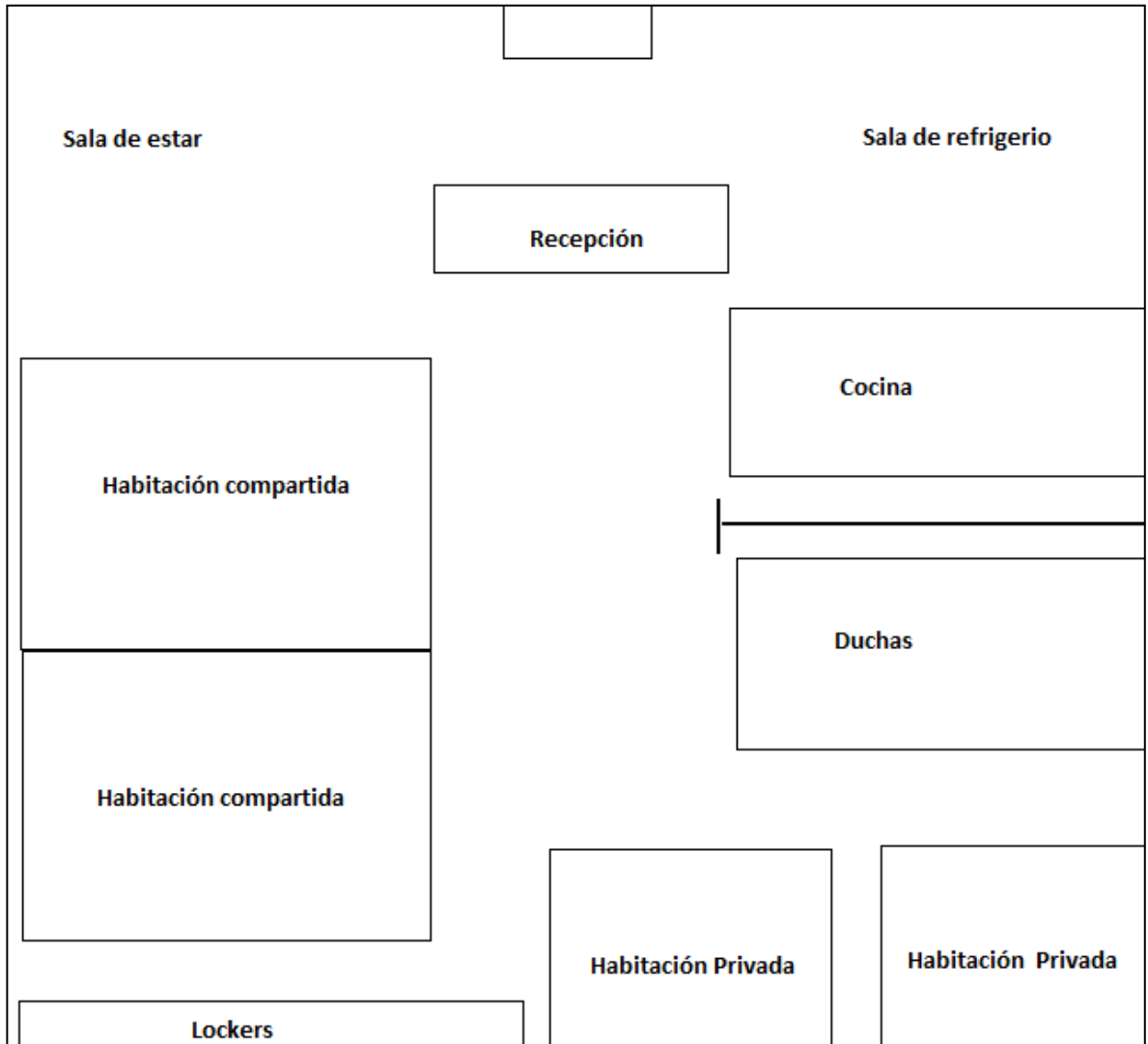
6.3 Proceso productivo y flujo de entrega de servicio.

Gráfico 17. Flujo de proceso.



6.4 Planos del punto de descanso

Gráfico 18. Plano del local



Debido a que los clientes son pasajeros, no necesitan de habitaciones con comodidades de gran amplitud debido a que solo son de tránsito. Por lo que se dará prioridad a mantener las habitaciones con una limpieza constante para que el usuario, aunque no esté en un hotel con todas las comodidades, se sienta en un lugar de calidad de primera.

Por lo que se tendrán dos habitaciones privadas y dos habitaciones compartidas. Las habitaciones privadas tendrán una cama matrimonial. Y las habitaciones compartidas, como se mencionó anteriormente, tendrán literas de en forma de capsula para dar privacidad a los pasajeros y que sientan que están en su propio entorno.

Afuera de las habitaciones, se encontrara una sala pequeña donde si desean los pasajeros pueden ver televisión o conversar con sus acompañantes. De igual manera cuenta con una pequeña sala de espera de pasajeros que estén por realizar check in o check out y del otro extremo mesas y sillas donde los pasajeros pueden tomar cualquier refrigerio.

En la planta también se encontraran los baños para pasajeros que deseen tomar una ducha entre sus escalas. Por igual, se ofrecen lockers para que los pasajeros dejen sus pertenencias guardadas de manera segura. Rest Station no ofrecerá servicio de guarde equipaje aparte del carrie on del pasajero, debido a que dentro del aeropuerto si existen departamento de guarde equipaje lo suficientemente grande para que los pasajeros dejen el equipaje de mayor peso.

Rest Station ofrecerá las necesidades básicas a los usuarios tratando de que se brinde un servicio sencillo pero completo que cubra las necesidades principales de los usuarios.

Adicionalmente los servicios sin costo que se brindaran al cliente son:

- Despertador personalizado
- Entrega de toallas para la ducha
- Protector de oídos para el ruido
- Mascara para los ojos

- Pantuflas
- Wifi
- Dispensador de jabón y shampoo

6.5 Plan financiero.

Dentro de este apartado se detallara todo el financiamiento del proyecto y poder medir la rentabilidad del proyecto para de esta forma visualizar correctamente los gastos, costos y otros puntos a realizar.

6.5.1 Inversión inicial del proyecto.

Tabla 5. Inversión inicial

INVERSION INICIAL			
CAJA - BANCOS			
	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Caja - Bancos	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
TOTAL			\$ 10.000,00
TERRENOS			
	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Terreno mas construccion y arreglos	100	\$ 600,00	\$ 60.000,00
TOTAL			\$ 60.000,00
VEHICULOS			
	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Chevrolet D max	1	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00
TOTAL			\$ 36.000,00
SUMINISTROS DE OFICINA			
	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Suministros	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 500,00
EQUIPOS DE OFICINA			
	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Front Desk			
Telefono	5	\$ 70,00	\$ 350,00
DataFast	2	\$ 170,00	\$ 340,00
TOTAL			\$ 690,00

EQUIPOS DE COMPUTACION	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Front Desk			
Impresoras	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Computadoras	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
TOTAL			\$ 1.750,00
EQUIPOS Y MAQUINARIA	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Sartenes antiadherentes de 40cm	2	\$ 27,00	\$ 54,00
Sartenes antiadherentes de 30cm	2	\$ 24,00	\$ 48,00
Vitrina	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Cafetera	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Horno microondas	1	\$ 430,00	\$ 430,00
Lavadora / secadora	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Dispensador de agua	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 4.782,00

MENAJES VARIOS	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Front Desk			
Caja Fuerte	1	\$ 121,50	\$ 121,50
Caja Registradora	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Dispensador de jabon	6	\$ 9,00	\$ 54,00
Dispensador de papel	8	\$ 15,00	\$ 120,00
Tachos de basura	13	\$ 11,00	\$ 143,00
Espejos	7	\$ 30,00	\$ 210,00
Escoba	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Vendin Machine	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Maseteros	5	\$ 55,00	\$ 275,00
Cuadros	8	\$ 120,00	\$ 960,00
Comodas	16	\$ 120,00	\$ 1.920,00
Trapeador	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Liquido de limpieza	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Carro para limpieza	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Colchas	20	\$ 45,00	\$ 900,00
Marco de cama	12	\$ 120,00	\$ 1.440,00
A/C	3	\$ 350,00	\$ 1.050,00
Secador de mano	4	\$ 75,00	\$ 300,00
Equipo primeros auxilio	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00
Lockers	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Taejetas de seguridad	4	\$ 750,00	\$ 3.000,00
Toallas	50	\$ 15,00	\$ 750,00
Habitaciones			\$ -
Juego de Sabanas Queen	25	\$ 60,00	\$ 1.500,00
Juegode Sabanas literas	35	\$ 50,00	\$ 1.750,00
Lamparas	14	\$ 35,00	\$ 490,00
Orejas paquete de 50	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Alfombras	13	\$ 55,00	\$ 715,00
Cortinas	20	\$ 22,00	\$ 440,00
Colchon Queen	4	\$ 350,00	\$ 1.400,00
Colchon Twin	6	\$ 180,00	\$ 1.080,00
Almohadas	25	\$ 30,00	\$ 750,00
TOTAL			\$ 23.876,50

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
<u>Depreciables a 5 años</u>			
Mesas	6	\$ 85,00	\$ 510,00
Sillas	16	\$ 60,00	\$ 960,00
Refrigerador	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Anaqueles	5	\$ 365,00	\$ 1.825,00
Archivadores	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Escritorios	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Sofá	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
Aparadores	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Total depreciables 5 años			\$ 5.905,00
<u>Depreciables a 3 años</u>			
TV LG LCDs 52"	4	\$ 550,00	\$ 2.200,00
Total depreciables 3 años			\$ 2.200,00
TOTAL			\$ 8.105,00
GASTOS DE CONSTITUCION			
	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL
Tasas y permisos		\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
TOTAL			\$ 7.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 152.703,50

Elaborado por la autora.

6.5.2 Balance Inicial

Tabla 6. Balance inicial.

		BALANCE INICIAL REST STATION mar-18			
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
\$ 34.071,50			\$ 106.678,95		
CAJA - BANCOS	\$ 10.000,00		DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 106.678,95	
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 500,00		TOTAL PASIVOS	\$ 106.678,95	
MENAJES VARIOS	\$ 23.571,50		PATRIMONIO		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			CAPITAL PROPIO		
\$ 111.327,00			\$ 45.719,55		
TERRENOS	\$ 60.000,00		TOTAL PATRIMONIO	\$ 45.719,55	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 8.105,00				
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 690,00				
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.750,00				
VEHICULOS	\$ 36.000,00				
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	\$ 4.782,00				
OTROS ACTIVOS					
\$ 7.000,00					
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 7.000,00				
TOTAL DE ACTIVOS			TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO		
\$ 152.398,50			\$ 152.398,50		

El balance propuesto indica que la inversión es financiada con un 70% por la IFI y otro 30% restante es por cuenta de capital propio obtenido por aportaciones de los inversionistas.

6.5.3 Amortización del préstamo.

Como se indica en el siguiente cuadro el monto a financiar es de \$ \$ 106.678,95. Según la Corporación Financiera Nacional (CFN). Con una tasa anual de 7,79% a 5 años de plazo.

Tabla 7. Amortización anual.

PERÍODO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL
1	\$ 18.157,22	\$ 7.671,09	\$ 25.828,31
2	\$ 19.623,27	\$ 7.553,22	\$ 25.828,31
3	\$ 21.207,70	\$ 7.434,58	\$ 25.828,31
4	\$ 22.920,07	\$ 7.315,18	\$ 25.828,31
5	\$ 24.770,69	\$ 7.195,00	\$ 25.828,31

6.5.4. Proyección de ingresos

Para poder expresar los ingresos del punto de descanso se separó en 3 situaciones. Debido a que el aeropuerto se maneja por temporadas altas y bajas de pasajeros se colocó porcentajes en los meses donde hay más afluencia de pasajeros. y se realizó un cuadro de precios a cobrar en respectivos meses.

Tabla 8. Proyección de temporadas altas, medias y bajas.

HABITACIÓN PRIVADA		40%
T. Alta	70%- 100%	\$50,00
T. Regular	50%-70%	\$45,00
T. Bajas	30%-50%	\$35,00
		10%
HAB. COMPARTIDAS		40%
T. Alta	70%- 100%	\$37,00
T. Regular	50%-70%	\$35,00
T. Bajas	30%-50%	\$30,00
<i>DUCHAS</i>		40%
T. Alta	70%- 100%	\$13,00
T. Regular	50%-70%	\$11,00
T. Bajas	30%-50%	\$10,00

Tabla 9. Proyección de ingresos por tipo de habitación.

Habitaciones Privadas													
Rubros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	Total
% Ocupación promedio	65%	60%	65%	60%	63%	50%	55%	65%	65%	75%	85%	90%	67%
Cantidad (personas)*	73	67	73	67	71	56	62	73	73	84	95	101	884
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 35,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 45,42
Total	\$ 3.276,00	\$ 3.024,00	\$ 3.276,00	\$ 3.024,00	\$ 3.175,20	\$ 1.960,00	\$ 2.772,00	\$ 3.276,00	\$ 3.276,00	\$ 4.200,00	\$ 4.760,00	\$ 5.040,00	\$ 40.591,60
Ocupación máxima	112												
Habitaciones compartidas													
Rubros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	Total
% Ocupación promedio	65%	60%	65%	60%	63%	50%	55%	65%	65%	75%	85%	90%	67%
Cantidad (personas)*	219,7	202,8	219,7	202,8	212,94	169	185,9	219,7	219,7	253,5	287,3	304,2	2697
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 30,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 37,00	\$ 35,08
Total	\$ 7.689,50	\$ 7.098,00	\$ 7.689,50	\$ 7.098,00	\$ 7.452,90	\$ 5.070,00	\$ 6.506,50	\$ 7.689,50	\$ 7.689,50	\$ 9.379,50	\$ 10.630,10	\$ 11.255,40	\$ 94.628,17
Ocupación máxima	338												
Duchas													
Rubros	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	Total
% Ocupación promedio	65%	60%	65%	60%	63%	50%	55%	65%	65%	75%	85%	90%	67%
Cantidad (personas)*	74,75	69	74,75	69	72,45	57,5	63,25	74,75	74,75	86,25	97,75	103,5	918
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 10,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 11,42
Total	\$ 822,25	\$ 759,00	\$ 822,25	\$ 759,00	\$ 796,95	\$ 575,00	\$ 695,75	\$ 822,25	\$ 822,25	\$ 1.121,25	\$ 1.270,75	\$ 1.345,50	\$ 10.477,08
Ocupación máxima	115												

Tabla 10. Proyección anual de ingresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Habitaciones Privadas					
Cantidad (personas)*	894	983	1081	1190	1309
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 45,42	\$ 47,17	\$ 48,99	\$ 50,88	\$ 52,85
Total	\$ 40.591,60	\$ 46.374,28	\$ 52.980,76	\$ 60.528,40	\$ 69.151,27
Compartidas					
Cantidad (personas)*	\$ 2.697,24	2967	3264	3590	3949
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 35,08	\$ 36,44	\$ 37,84	\$ 39,30	\$ 40,82
Total	\$ 94.628,17	\$ 108.108,90	\$ 123.510,09	\$ 141.105,34	\$ 161.207,21
Duchas					
Cantidad (personas)*	\$ 917,70	1009	1110	1221	1344
Precio Unitario (Consumo pp)	\$ 11,42	\$ 11,86	\$ 12,32	\$ 12,79	\$ 13,28
Total	\$ 10.477,08	\$ 11.969,64	\$ 13.674,83	\$ 15.622,95	\$ 17.848,60
TOTAL	\$ 145.696,85	\$ 166.452,82	\$ 190.165,69	\$ 217.256,69	\$ 248.207,08

Dentro del parámetro de ingresos solamente se tomó en cuenta los ingresos de las habitaciones compartidas, privadas y el alquiler de las duchas. Cabe recalcar que existirán otros ingresos extras, ya sea por la comida que se consuma dentro del local o las horas extras que el pasajero desee permanecer.

6.5.5 Proyección anual de costos y gastos.

Dentro de del cuadro de costos y gastos se proyectaran considerando la inflación del año 2017. La mano de obra indicando como este al personal que atenderá a los usuarios. Cabe recalcar que el punto de descanso será operado 24 horas por lo que siempre deberá existir personal para cubrir las necesidades del personal.

Tabla 11. Sueldos y salarios de personal.

		SUELDO BASICO		SUELDO BASICO						
Inflacion 2017		-0,20%	dic-31-2017	\$ 386,00	\$ 385,23					
Año 2018	Cant	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Gerente General	1	\$ 998,00	\$ 11.976,00	\$ 998,00	\$ 385,23	\$ 499,00	\$ 998,00	\$ 1.335,32	\$ 16.191,55	\$ 1.349,30
Limpieza	4	\$ 449,10	\$ 21.556,80	\$ 1.796,40	\$ 1.540,91	\$ 898,20	\$ 1.796,40	\$ 2.403,58	\$ 29.992,30	\$ 2.499,36
Jefe Front Desk	1	\$ 798,40	\$ 9.580,80	\$ 798,40	\$ 385,23	\$ 399,20	\$ 798,40	\$ 1.068,26	\$ 13.030,29	\$ 1.085,86
Cocinero	2	\$ 399,20	\$ 9.580,80	\$ 798,40	\$ 770,46	\$ 399,20	\$ 798,40	\$ 1.068,26	\$ 13.415,52	\$ 1.117,96
Camarera	4	\$ 399,20	\$ 19.161,60	\$ 1.596,80	\$ 1.540,91	\$ 798,40	\$ 1.596,80	\$ 2.136,52	\$ 26.831,08	\$ 2.235,92
Recepcionista	4	\$ 499,00	\$ 23.952,00	\$ 1.996,00	\$ 1.540,91	\$ 998,00	\$ 1.996,00	\$ 2.670,65	\$ 33.153,56	\$ 2.762,80
Total de empleados	16	\$ 3.542,90	\$ 95.808,00	\$ 7.984,00	\$ 6.163,65	\$ 3.992,00	\$ 7.984,00	\$ 10.682,59	\$ 132.614,24	\$ 11.051,19

		PORCENTAJE INFLACION				
		-0,20%	-0,20%	-0,20%	-0,20%	-0,20%
Cargo		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	\$	15.224,00	16.191,55	16.159,17	16.126,85	16.094,60
Limpieza	\$	28.252,40	29.992,30	29.932,31	29.872,45	29.812,70
Jefe Front Desk	\$	12.256,40	13.030,29	13.004,23	12.978,22	12.952,26
Cocinero	\$	12.642,40	13.415,52	13.388,68	13.361,91	13.335,18
Camarera	\$	25.284,80	26.831,08	26.777,37	26.723,81	26.670,37
Recepcionista	\$	31.220,00	33.153,56	33.087,25	33.021,08	32.955,04
TOTAL POR AÑO	\$	124.880,00	132.614,24	132.349,01	132.084,31	131.820,14

Tabla 12. Costos operacionales

INCREMENTO ANUAL		3,86%				
RUBRO	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima						
Servicio de Agua Potable	\$500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.231,60	\$ 6.472,14	\$ 6.721,96	\$ 6.981,43
Internet	\$300,00	\$ 3.600,00	\$ 3.738,96	\$ 3.883,28	\$ 4.033,18	\$ 4.188,86
Tv Cable	\$200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.492,64	\$ 2.588,86	\$ 2.688,79	\$ 2.792,57
Amenities	\$300,00	\$ 3.600,00	\$ 3.738,96	\$ 3.883,28	\$ 4.033,18	\$ 4.188,86
Sueldos Mano de obra Directa	\$1.300,00	\$ 15.600,00	\$ 73.400,11	\$ 73.253,31	\$ 73.106,80	\$ 72.960,59
Total		\$ 31.200,00	\$ 89.602,27	\$ 90.080,87	\$ 90.583,91	\$ 91.112,31

Tabla 13. Proyección anual de gastos.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 79.055,25	\$ 105.631,96	\$ 106.928,71	\$ 105.660,72	\$ 107.069,30
Sueldos personal administrativo	\$ 27.000,00	\$ 59.214,13	\$ 59.095,71	\$ 58.977,51	\$ 58.859,56
Servicios Básicos	\$ 6.000,00	\$ 6.231,60	\$ 6.472,14	\$ 6.721,96	\$ 6.981,43
Seguridad	\$ 6.500,00	\$ 6.750,90	\$ 7.011,48	\$ 7.282,13	\$ 7.563,22
Gastos de capacitación personal	\$ 7.200,00	\$ 7.477,92	\$ 7.766,57	\$ 8.066,36	\$ 8.377,72
Uniformes	\$ 1.200,00	\$ 1.246,32	\$ 1.294,43	\$ 1.344,39	\$ 1.396,29
Mantenimiento	\$ 6.000,00	\$ 6.231,60	\$ 6.472,14	\$ 6.721,96	\$ 6.981,43
Materiales de limpieza	\$ 5.400,00	\$ 5.608,44	\$ 5.824,93	\$ 6.049,77	\$ 6.283,29
Suministros de Oficina	\$ 3.000,00	\$ 3.115,80	\$ 3.236,07	\$ 3.360,98	\$ 3.490,72
Depreciacion Muebles y Enseres	\$ 1.191,45	\$ 1.191,45	\$ 1.191,45	\$ 531,45	\$ 531,45
Depreciacion Equipos de Oficina	\$ 124,20	\$ 124,20	\$ 124,20	\$ 124,20	\$ 124,20
Depreciacion Equipos de Computación	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ 525,00	\$ -	\$ -
Depreciacion Equipos y Maquinaria	\$ 1.434,60	\$ 1.434,60	\$ 1.434,60	\$ -	\$ -
Depreciación de Vehículos	\$ 6.480,00	\$ 6.480,00	\$ 6.480,00	\$ 6.480,00	\$ 6.480,00
Amortización	\$ 7.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Ventas	\$ 34.339,39	\$ 9.311,81	\$ 10.042,93	\$ 10.855,23	\$ 11.759,37
Publicidad	\$ 32.760,00	\$ 5.733,07	\$ 5.954,37	\$ 6.184,21	\$ 6.422,92
Comisiones Tarjetas 2,15%	\$ 1.579,39	\$ 3.578,74	\$ 4.088,56	\$ 4.671,02	\$ 5.336,45
Gastos Financieros	\$ 7.686,44	\$ 6.217,45	\$ 4.629,85	\$ 2.914,06	\$ 1.059,73
Intereses	\$ 7.686,44	\$ 6.217,45	\$ 4.629,85	\$ 2.914,06	\$ 1.059,73
TOTAL	\$ 121.081,08	\$ 121.161,22	\$ 121.601,49	\$ 119.430,01	\$ 119.888,41

6.5.6 Estado de Resultados proyectado anualmente.

Dentro del siguiente parámetro se podrá reflejar las utilidades netas de cada año.

Tabla 14. Proyección de pérdidas y ganancias. Estado de resultado

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas Totales	\$145.696,85	\$166.452,82	\$190.165,69	\$217.256,69	\$248.207,08
(-) Costos de Operación	\$31.200,00	\$89.602,27	\$90.080,87	\$90.583,91	\$91.112,31
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$114.496,85	\$76.850,55	\$100.084,82	\$126.672,78	\$157.094,77
(-) Gastos de Administración	\$79.055,25	\$105.631,96	\$106.928,71	\$105.660,72	\$107.069,30
(-) Gastos de Ventas	\$34.339,39	\$9.311,81	\$10.042,93	\$10.855,23	\$11.759,37
(=) Utilidad antes de impuestos	\$1.102,21	-\$38.093,22	-\$16.886,83	\$10.156,84	\$38.266,10
(-) Gastos Financieros	\$7.686,44	\$6.217,45	\$4.629,85	\$2.914,06	\$1.059,73
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	-\$6.584,24	-\$44.310,67	-\$21.516,67	\$7.242,78	\$37.206,36
(-) 15% Participación a trabajadores	-\$ 987,64	-\$ 6.646,60	-\$ 3.227,50	\$ 1.086,42	\$ 5.580,95
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	-\$5.596,60	-\$37.664,07	-\$18.289,17	\$6.156,36	\$31.625,41
(-) 22% Impuesto a la renta	-\$ 1.231,25	-\$ 8.286,10	-\$ 4.023,62	\$ 1.354,40	\$ 6.957,59
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	-\$4.365,35	-\$29.377,97	-\$14.265,55	\$4.801,96	\$24.667,82

6.5.7 Proyección del flujo de caja anual.

Mediante el siguiente parámetro se representa la diferencia de los ingresos contra los egresos dentro de los 5 años de operación planteada

Tabla 15. Flujo neto de caja

RUBROS	AÑO 0 (INVERSION INICIAL)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 145.696,85	\$ 166.452,82	\$ 190.165,69	\$ 217.256,69	\$ 248.207,08
(-) Egresos de efectivo		\$ 96.639,39	\$ 102.969,63	\$ 92.283,70	\$ 102.129,18	\$ 114.133,84
Gastos de administración		\$ 62.300,00	\$ 95.876,71	\$ 97.173,46	\$ 98.525,07	\$ 99.933,65
Gastos de ventas		\$ 34.339,39	\$ 9.311,81	\$ 10.042,93	\$ 10.855,23	\$ 11.759,37
Impuesto a la renta		0	\$ (1.231,25)	\$ (8.286,10)	\$ (4.023,62)	\$ 1.354,40
Participación de trabajadores		0	\$ (987,64)	\$ (6.646,60)	\$ (3.227,50)	\$ 1.086,42
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 49.057,46	\$ 63.483,18	\$ 97.881,99	\$ 115.127,51	\$ 134.073,24
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo		\$ -				
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -				
(-) Egresos de efectivo		\$ -				
Pagos de préstamos o principal		\$ 18.193,55	\$ 19.662,55	\$ 21.250,15	\$ 22.965,94	\$ 24.820,26
Pago de intereses		\$ 7.686,44	\$ 6.217,45	\$ 4.629,85	\$ 2.914,06	\$ 1.059,73
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (152.703,50)	\$ (25.880,00)	\$ (25.880,00)	\$ (25.880,00)	\$ (25.880,00)	\$ (25.880,00)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (152.703,50)	\$ 23.177,46	\$ 37.603,19	\$ 72.001,99	\$ 89.247,51	\$ 108.193,24

6.5.8 Proyección anual Balance General.

Tabla 16. Balance General.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
Balance General						
Rest Station						
mar-18						
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Activos Corrientes						
CAJA - BANCOS	\$ 33.177,46	\$ 70.780,65	\$ 142.782,64	\$ 232.030,15	\$ 340.223,39	
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	
MENAJES VARIOS	\$ 23.876,50	\$ 23.876,50	\$ 23.876,50	\$ 23.876,50	\$ 23.876,50	
Total Activos Corrientes	\$ 57.553,96	\$ 95.157,15	\$ 167.159,14	\$ 256.406,65	\$ 364.599,89	
Propiedad Planta y equipo						
TERRENOS	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 8.105,00	\$ 8.105,00	\$ 8.105,00	\$ 8.105,00	\$ 8.105,00	
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	
VEHICULOS	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	\$ 4.782,00	\$ 4.782,00	\$ 4.782,00	\$ 4.782,00	\$ 4.782,00	
(-) Depreciación Acumulada	(\$ 9.755,25)	(\$ 19.510,50)	(\$ 29.265,75)	(\$ 36.401,40)	(\$ 43.537,05)	
Total PPE	\$ 101.571,75	\$ 91.816,50	\$ 82.061,25	\$ 74.925,60	\$ 67.789,95	
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 159.125,71	\$ 186.973,65	\$ 249.220,39	\$ 331.332,25	\$ 432.389,84	
PASIVOS						
Pasivos Corrientes						
Participación a Trabajadores por P.	\$ (987,64)	\$ (6.646,60)	\$ (3.227,50)	\$ 1.086,42	\$ 5.580,95	
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ (1.231,25)	\$ (8.286,10)	\$ (4.023,62)	\$ 1.354,40	\$ 6.957,59	
Total Pasivos Corrientes	\$ (2.218,89)	\$ (14.932,70)	\$ (7.251,12)	\$ 2.440,82	\$ 12.538,54	
Pasivo de Largo Plazo						
Préstamo Bancario	\$ 88.698,90	\$ 69.036,35	\$ 47.786,20	\$ 24.820,26	\$ (0,00)	
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 88.698,90	\$ 69.036,35	\$ 47.786,20	\$ 24.820,26	\$ (0,00)	
TOTAL PASIVOS	\$ 86.480,01	\$ 54.103,65	\$ 40.535,08	\$ 27.261,08	\$ 12.538,54	
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 45.811,05	\$ 45.811,05	\$ 45.811,05	\$ 45.811,05	\$ 45.811,05	
Utilidad del Ejercicio	\$ (4.365,35)	\$ (29.377,97)	\$ (14.265,55)	\$ 4.801,96	\$ 24.667,82	
Utilidades Retenidas (utilidades acumuladas)	\$ 0	\$ (4.365,35)	\$ (33.743,32)	\$ (48.008,88)	\$ (43.206,92)	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 41.445,70	\$ 12.067,73	\$ (2.197,83)	\$ 2.604,13	\$ 27.271,95	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 127.925,71	\$ 66.171,38	\$ 38.337,25	\$ 29.865,21	\$ 39.810,49	

6.5.9 Evaluación final del proyecto.

Para poder dar una evaluación financiera se fijan los siguientes parámetros.

Tabla 17. EVALUACIÓN FINANCIERA

INVERSIÓN INICIAL	\$ 152.703,50
TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 67.327,45
TIR	25%
B/C	\$ 1,16
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	2 años 7 meses

Para la tasa de descuento se plantea como el costo de oportunidad de dejar de invertir en otras opciones de proyectos. Se encuentra que el valor actual neto es mayor a 0 por lo que se decide aprobar el proyecto de Rest Station debido a que demuestra que efectivamente es factible financieramente.

La TIR refleja un 25% mayor a la tasa de descuento para poder finalizar el préstamo del banco lo cual es un buen porcentaje para trabajar. El beneficio indica que se obtendrá \$1.16 por cada dólar invertido en el proyecto, teniendo un periodo de recuperación total de 2 años con 7 meses aproximadamente.

6.5.10 Punto de Equilibrio.

Tabla 18. Punto de equilibrio.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES	\$ 121.081,08	\$ 121.161,22	\$ 121.601,49	\$ 119.430,01	\$ 119.888,41
COSTOS VARIABLES	\$ 31.200,00	\$ 89.602,27	\$ 90.080,87	\$ 90.583,91	\$ 91.112,31
INGRESOS TOTALES	\$ 145.696,85	\$ 166.452,82	\$ 190.165,69	\$ 217.256,69	\$ 248.207,08
% COSTOS VARIABLES	21%	54%	47%	42%	37%
Punto de Equilibrio	\$ 154.075,26	\$ 262.426,57	\$ 231.048,34	\$ 204.834,59	\$ 189.421,65

Se refleja los valores mínimos de ventas poder tener un punto de igualdad entre los egresos e ingresos. De tal manera que en el primer año el porcentaje de costos variables es del 21% y el último año de 37% incrementando un poco el porcentaje de costos.

6.6 Análisis de Escenarios.

6.6.1 Análisis Pesimista.

Los parámetros a fijar para el escenario pesimista, es que exista una reducción de ocupación del 10% proyectada mensualmente. El análisis muestra que la TIR llega a ser extremadamente baja casi llegando a la tasa de descuento.

El VAN es mayor a 0 por lo que aun en el escenario pesimista se proyectarían una factibilidad del proyecto y el beneficio-coste tiende a tener \$1.07 por cada dólar invertido. Finalmente se estimaría un periodo más largo de recuperación de 3 años 4 meses. Con esto se proyectó una baja de todos los ingresos ya sean los dos tipos de habitaciones y de igual manera el alquiler de duchas.

Tabla 19. Evaluación Financiera

INVERSIÓN INICIAL	\$ 152.703,50
TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 15.696,80
TIR	15%
B/C	\$ 1,07
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	3 años 4 meses

6.6.2 Análisis optimista.

Los parámetros a fijar en el análisis optimista es el aumento del 10% de la ocupación de Rest Station. Como se puede observar el TIR se llega a elevar representativamente en un 43% y muy por encima de la tasa de descuento por lo cual da una factibilidad grande del proyecto de implementación. Además de eso el valor del VAN aumento superando la inversión inicial. Beneficio-costos se demuestra que por cada dólar se tendrá \$1.32. y finalmente un tiempo de recuperación de 2 años 2 meses para el proyecto.

Para fijar ese escenario se tomó el mismo porcentaje que en el análisis pesimista. Este caso se daría si las ventas aumentarían en un 10%.

Tabla 20. EVALUACIÓN FINANCIERA

INVERSIÓN INICIAL	\$ 152.703,50
TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 170.585,09
TIR	43%
B/C	\$ 1,32
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	2 años 2meses

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 7

9. CONCLUSIONES

Una vez terminado el análisis de viabilidad de la propuesta planteada para la creación de un punto de descanso llamado Rest Station, el cual brindara servicios de alojamiento temporal a pasajeros con conexión, se puede concluir lo siguiente.

Mediante el estudio de mercado realizado a pasajeros de arribos y partidas de vuelos internacionales y nacionales en el aeropuerto Guayaquil, se determinó que el 81% estaría dispuesto a utilizar las instalaciones de Rest Station cuando tengan conexiones largas entre vuelos.

La presente propuesta se considera rentable, demostrando tener un valor neto actual de \$ 67.327,45, el cual retoma en un periodo de 2 años con 7 meses con un porcentaje de tasa interna de retorno del 25%, lo cual lo hace atractivo y efectivamente demuestra factibilidad financiera para conocimiento de los futuros inversionistas.

Atraves de las diferentes estrategias de mercadeo que se realizara para el punto de descanso, se dará mayor fuerza de reconocimiento a nivel mundial y ser reconocido como un proyecto innovador y factible de recrear.

La atracción turística del Ecuador, la cual ha crecido en los últimos años, hace que se obtenga una mayor afluencia de pasajeros. Según lo investigado cada año se incrementan las frecuencias de vuelos y de igual manera la aglomeración de pasajeros.

Implementar es punto de descanso no solo permitirá satisfacer una necesidad real de los pasajeros sino un reconocimiento más que se añada al aeropuerto Guayaquil el cual ha ganado numerosos premios por el servicio que brinda.

Este proyecto incentivara la inversión turística y las inversiones innovadoras las cuales se podrán plasmar en otras terminales dentro y fuera del país y de igual manera tomar como ejemplo para puntos de descanso manejados de diferentes formas.

CAPÍTULO 8

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 8

10. RECOMENDACIONES

Adicionalmente al desarrollo de la propuesta planteada, para la mejora y crecimiento de Rest Station se recomienda.

Ampliar el espacio del local mediante los siguientes 5 años, de tal manera que de una apertura a más clientes y una amplitud de local.

Expandir la empresa con puntos de descanso en las diversas terminales, ya sea terrestre o área dentro del Ecuador.

Considerar nuevos implementos dentro del local ya sea áreas de trabajos o área donde los pasajeros puedan tener un menú más amplio de alimentación

Fortalecer alianzas con los proveedores, haciendo énfasis en que se necesita materiales de primera a mano a un precio razonable

Realizar estudios de mercados constante para poder conocer las necesidades de los consumidores, ya sean secundarias o personas con requerimientos especiales ya sea por la edad, género o sexo.

CAPÍTULO 9

FUENTES

CAPÍTULO 9

11. FUENTES

ARCSA. (2015). *Funcion Ejecutiva* . Quito. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/Registro-Oficial-Res-042-BPM-Alimentos.pdf>

BCE. (08 de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador:

https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Bertand & Prabhakar. (1989). Control de Calidad. En B. L. Hansen, *Control de Calidad: Teoria y Aplicaciones* (pág. 2). Díaz de Santos.

Bloomberg. (05 de 2005). *Indicadores Económicos* . Obtenido de Indicadores Económicos : <http://indicadoreseconomicos.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Cuadros/frmVerCattCuadro.aspx?idioma=1&CodCuadro=%20677>

Carro, R., & González Gómez, D. A. (2012). *Administración de la calidad total*.

CFN. (2017). CFN. Obtenido de CFN: <http://www.cfn.fin.ec/financiamiento-para-emprendedores/>

CONACER. (JUNIO de 2017).

Drucker, P., & Ford, M. (1986). *La innovacion y el empresariado innovador - La practica* y los principios. Sudamericana..

Ducker, P. (enero de 2006). *Redalyc* . Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf>

Ekos. (2014). *Ekos Negocios*. Obtenido de Ekos Negocios : <http://www.ekosnegocios.com/negocios/>

ESANUT . (2012). *Ecuador en Cifras* . Obtenido de Ecuador en Cifras : http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf

ESANUT. (2011-2013). *Encuesta Nacional de Salud y Nutricion* . Quito, Ecuador: INEC.

FACE. (2006). *Celiacos Org*. Obtenido de Celiacos Org. : <http://www.celiacos.org/enfermedad-celiaca.html>

Fresco, J. P. D. (2006). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Ediciones Díaz de Santos

Foulkes, D. M., & Real, G. C. (2001). La brecha salarial y la teoría de igualdad de oportunidades: un estudio de género para el caso mexicano. *El Trimestre Económico*, 71-107.

Índice de Precios al Consumidor (IPC). (2017). *Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. Obtenido de Índice de Precios al Consumidor (IPC): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor/>

INEC . (2014). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ecuador en Cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012-2014_PRESENTACION_TIC.pdf

INEC. (2010). *Causas de mortalidad general*. Quito, Ecuador: INEC.

INEC. (2016). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

INEC. (18 de 04 de 2017). *INEC* . Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/desempleo-muestra-la-reduccion-mas-significativa-de-los-ultimos-cinco-anos/>

INEC. (Abril de 2017). *Inflacion Mensual Abril* . Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Abril-2017/Reporte_inflacion_201704.pdf

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico* . Quito: INEC.

Islas, A. C., Velázquez, J. G. F., & Islas, H. C. (2015). Planeación prospectiva. Una estrategia para el diseño del futuro. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 4(7).

Ley de Superintendencia de Compañías . (5 de 11 de 1999). *Ley de Compañías*. Obtenido de Ley de Compañías:

<https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>

Martinez Pedros, Milla Gutiérrez. (2012). *Análisis del Entorno*. Madrid: Díaz de Santos.

RAE. (10 de 2016). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=LUdK633>

Revista Lideres. (23 de Enero de 2017). *Revista Lideres*. Obtenido de Revista Lideres: <http://www.revistalideres.ec/lideres/elaboran-bocaditos-ninos-alergias-leche.html>

Ruiz-Mercader, J., MeroñO-Cerdan, A. L., & Sabater-SáNchez, R. (2006). Information technology and learning: Their relationship and impact on organisational performance in small businesses. *International journal of information management*, 26(1), 16-29.

University of Cambridge. (09 de 2010). *Ncbi*. Obtenido de Ncbi: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20609967>

CAPÍTULO 10

ANEXOS

Anexo 1.

Entrevista.

Jefe Aeropuerto Guayaquil – Ing. Christian Gencon.

Dentro de la entrevista se trató de obtener información sobre las horas picos de vuelos y las afluencias de pasajeros de igual manera los meses en los cuales existe más pasajeros.

Estimado, ¿alrededor de cuantos vuelos nacionales hay en el día?

Bueno, en un promedio, durante el día existen alrededor de 30 vuelos que van hacia las islas Galápagos y hacia Quito, muy pocos van a cuenca quizás de entre 2 a 4 vuelos diarios. Y de igual manera de llegada otros 25 vuelos en el día.

¿Aproximadamente desde que hora hasta que hora salen los vuelos a Galápagos?

Por ser uno de los sitios turísticos más visitados y con varias restricciones, los vuelos a Galápagos se manejan con un horario estipulado, comienzan alrededor de las 7 am hasta las 14h00. Debido a que el transcurso de Galápagos tiene varias modalidades.

¿Y vuelos a Quito? ¿Existen vuelos a Quito de llegada o partida en la madrugada?

No, el último vuelo de salida hacia Quito podría ser hasta las 23h00 y por atraso no programado de igual manera de llegada pero dicha hora es por atrasos climáticos o por otras razones pasadas esas horas se cierra toda el área nacional y se vuelve a apertura a las 4 am para los vuelos de las 6 am

¿Desde qué hora los pasajeros pueden ingresar a las áreas restringidas, áreas de pre embarque?

Si es nacional, 2 horas antes de su vuelo y si es internacional 3 horas antes las aerolíneas abren los puntos de chequeo para los pasajeros. Esto se realiza para poder tener más control y seguridad de las áreas críticas del aeropuerto.

¿En qué horario llegan más vuelos internacionales?

Durante el día existen alrededor de 6 vuelos internacionales, mientras que en la noche puede haber hasta 13 vuelos que llegan internacionalmente.

¿Por su experiencia que hacen los pasajeros que llegan a altas horas de madrugadas y esperan vuelos a Galápagos?

Dependen los pasajeros, existen pasajeros que ya tienen reservado hoteles o lugares donde quedarse, los más jóvenes optan por pasar la noche en las áreas públicas del aeropuerto hasta el momento del check in.

¿Según su criterio cuales serían los meses con mayor afluencia de pasajeros?

Definitivamente desde el mes de octubre hasta finales del mes de enero, debido a las festividades los meses de pico mayor son noviembre y crítico diciembre. Dichos meses se duplican los pasajeros y los protocolos de seguridad se maximizan debido a que el aeropuerto se llena en su totalidad y existen mucha inseguridad con el equipaje de pasajeros.

Anexo 2.

ENCUESTAS



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

- Sexo / Sex.

Femenino/ Female

Masculino/ Male

- Edad/ Age

18-24 años / years

25-35 años / years

36-50 años / years

+50 años / years

- Nacionalidad / Nationality

Norteamérica

Centroamérica

Suramérica

Europa

Asia

África

Oceanía

- ¿Cuántas viajes realizó durante el último año? / ¿How many trips have you taken in the last year?

1 - 5	<input type="checkbox"/>	6 - 10	<input type="checkbox"/>
11 - 15	<input type="checkbox"/>	+ 15	<input type="checkbox"/>

- **Motivos por el viaje / Reasons why you travel**

Profesionales / Professional	<input type="checkbox"/>
Vacaciones / Vacations	<input type="checkbox"/>
Otros / Others	<input type="checkbox"/>

- ¿Cuándo viaja, ha sufrido de demoras o cancelaciones de vuelos? /
When you travel, have you suffered delays or cancelations on flights?

Siempre / Always	<input type="checkbox"/>	A menudo / Often	<input type="checkbox"/>
A veces / Sometimes	<input type="checkbox"/>	Nunca / Never	<input type="checkbox"/>

- ¿De cuánto tiempo ha sido el retraso o transito? / ¿How much time has been the delays or transit?

Entre / Between 0 - 3 Hrs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Entre / Between 3 – 6 Hrs
Más de / More than 6 Hrs	<input type="checkbox"/>		

- ¿Encuentras cómodas las instalaciones de los aeropuertos? / Do you consider comfortable the airport infrastructure?

SI / YES NO / NO

- ¿Has utilizado algún hotel en los alrededores del aeropuerto? / Have you stayed in a hotel at the airport area?

SI / YES

NO

- ¿Utilizarías un hotel en la terminal mientras sufres un retraso o esperas a la conexión del próximo vuelo? / Would you stay in a hotel inside the airport terminal if you suffered a delay or wait for the next connection of your flight?

SI / YES

NO

¿En caso afirmativo, cuánto estarías dispuesto a pagar por hora? / If your answer is yes, how much would you pay per hour?

Hasta / Until \$20

Hasta / Until \$25

Hasta / Until

\$35

¿Utilizaría un sitio en el aeropuerto que disponga de duchas y sala vip? **In** case you have a period of time that you have to wait, would you use showers or a VIP area?

SI / YES

NO

¿En caso afirmativo, cuánto estaría dispuesto a pagar por hora? / If your answer is yes, how much would you pay per hour?

Hasta / Until \$10

Hasta / Until \$15

Hasta / Until +

\$15

CAPÍTULO 11

MATERIAL COMPLEMENTARIO



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN AUTORIZACIÓN

Yo, Plaza Lucero Vanessa Paola, con C.C: # 0920027646 autora del trabajo de titulación: **Proyecto de factibilidad para la creación de un punto de descanso a lado del aeropuerto Guayaquil enfocado solamente a pasajeros con tránsito entre 3 a 10 horas de espera en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniera Civil**, en la **Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 12 de marzo de 2018

f. _____

Plaza Lucero Vanessa Paola

C.C. # 0920027646

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Proyecto de factibilidad para la creación de un punto de descanso a lado del aeropuerto Guayaquil enfocado solamente a pasajeros con tránsito entre 3 a 10 horas de espera en la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES):	Plaza Lucero Vanessa Paola		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES):	Econ. Gutiérrez Alarcón César Daniel, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de marzo del 2018	No. DE PÁGINAS:	127 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Finanzas, Inversiones, Marketing		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Sector Turístico, Servicio de Calidad, Proyecto de Factibilidad, Ecuador, Guayaquil		
RESUMEN:	<p>El presente trabajo de titulación, tiene como idea la creación y desarrollo de una empresa que ofrece servicio de alojamiento durante un rango establecido de tiempo en la ciudad de Guayaquil. Este servicio está dirigido exclusivamente a pasajeros con transiciones relativamente cortas entre vuelos de conexiones.</p> <p>El potencial de cartera de clientes es alto y rentable debido a la información de las frecuencias de vuelos diarios dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo por lo que da una facilidad de poder realizar una investigación más detallada de pasajeros en tránsito y conexiones.</p> <p>La investigación dio como resultado la real existencia de una necesidad de cantidad grande de pasajeros, que requieren un punto de alojamiento por un costo menor y por un periodo de tiempo relativamente corto. Al igual nos dio conocimiento de la necesidad debido a que el aeropuerto de Guayaquil, no cuenta con un sitio de descanso para satisfacer a dicha cartera de clientes.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2627968	E-mail: vplazalucero@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Paola Alexandra Traverso Holguín		
COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	Teléfono: +593-9-999406190		
	E-mail: paola.traverso@cu.ucsg-edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			