

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA  
UPOLI  
ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**



**ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
EMPRESARIALES**

***HOTEL ECOLÓGICO VISTAS DEL ÁNGEL***

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO DE CONTADURIA PÚBLICA  
Y FINANZAS Y LICENCIADO EN BANCA Y FINANZAS**

**AUTORES:**

*	Br. Elba de los Ángeles Laínez.	0812932
*	Br. Lluvia Beryl Jiménez.	1210672
*	Br. Jorge Luis Urbina Alemán.	1313021
*	Br. Guillermo Céspedes Castellón.	1413292

**TUTORES:**

MBA. María Mercedes Pérez Calero

MSC. Leonel García

Diciembre, 2018

## 1 INDICE

DEDICATORIA.....	7
AGRADECIMIENTOS .....	8
RESUMEN EJECUTIVO. ....	9
1. OBJETIVOS. ....	11
1.1 Objetivo General. ....	11
1.2 Objetivo Específico. ....	11
2. APOORTE DEL PLAN DE NEGOCIOS A LA ECONOMIA LOCAL/NACIONAL. .	12
3. PERFIL ESTRATÉGICO. ....	13
3.1 Misión.....	13
3.2 Visión. ....	13
3.3 Estrategia del Negocio. ....	13
4. PLAN DE MARKETING.....	16
4.1 Análisis del Entorno y Sector. ....	16
4.1.1 Análisis Externo. ....	16
4.1.1.1 Entorno Económico. ....	17
4.1.1.2 Entorno socio cultural. ....	25
4.1.1.3 Entorno Político y Legal.....	27
4.1.1.4 Entorno Político: .....	30
4.1.1.5 Entorno Tecnológico:.....	33
4.1.1.6 Entorno Ambiental. ....	34
4.1.2 Análisis del Sector .....	35
4.1.2.1 Poder de Negociación de los Compradores .....	35
4.1.2.2 Poder de Negociación de los Proveedores.....	36
4.1.2.3 Amenaza de ingreso de nuevos competidores .....	38
4.1.2.4 Producto Sustituto. ....	39
4.1.2.5 Rivalidad Competitiva. ....	39
4.1.3 Matriz de Oportunidades y Amenazas. ....	40
4.2 Investigación de Mercado .....	41
4.2.1 Antecedentes y Definición del Problema .....	41

4.2.2 Problema de Investigación.....	42
4.2.3 Sistematización.....	42
4.2.4 Justificación. ....	43
4.2.5 Necesidades de la Información.....	44
4.2.6 Objetivo de Investigación.....	45
4.2.6.1 Objetivo General.....	45
4.2.6.2 Objetivos Específicos .....	45
4.2.7 Método de la Investigación. ....	45
4.2.7.1 Tipo de Investigación.....	45
4.2.7.2 Fuente de Datos .....	46
4.2.7.3 Población y Muestra .....	46
4.2.7.4 Selección de la Muestra.....	46
4.2.8 Validación, Evaluación y Trabajo de Campo. ....	47
4.2.9 Procesamiento de la Información y Análisis de Datos. ....	49
4.2.10 Análisis de Resultados.....	52
4.3 Descripción del Producto/Servicio.....	52
4.3.1 Descripción del Servicio.....	53
4.3.2 Flor de Servicio .....	55
4.3.3 Especificaciones del Hotel Ecológico Vistas del Ángel.....	57
4.3.4 Presentación del Hotel Ecológico Vistas del Ángel.....	59
4.3.5 Ciclo de vida .....	60
4.3.6 Marca del Hotel.....	60
4.4 Análisis de la Competencia .....	61
4.5 Objetivos de Marketing .....	68
4.5.1 Objetivo General.....	69
4.5.2 Objetivos Específicos.....	69
4.6. Descripción del Mercado Meta.....	69
4.7. Demanda y Participación de Mercado. ....	74
4.7.1 Demanda. ....	74
4.7.1.1 Demanda Actual en unidades físicas.....	74

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



4.7.1.2 Demanda Actual en unidades monetarias .....	75
4.7.1.3 Demanda Potencial .....	75
4.7.2 Participación de Mercado. ....	76
4.7.3 Precio de Venta. ....	76
4.7.4 Proyecciones de Venta. ....	77
4.8. Estrategias de Marketing.....	77
4.8.1 Estrategia de Posicionamiento.....	78
4.8.2 Estrategia de Segmentación de Mercado. ....	79
4.9. Plan de Acción. ....	80
4.9.1 Acciones de Producto.....	80
4.9.2 Acciones de Precio. ....	82
4.9.3 Acciones de Promoción/Publicidad.....	83
4.9.4 Acciones de Distribución.....	86
5. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	88
5.1 Cursograma del Servicio .....	88
5.2 Activos Fijos .....	90
5.2.1 Equipo de Producción y Servicio .....	91
5.2.2 Equipos de Oficina.....	91
5.2.3 Vehículo.....	92
5.2.4 Costos de los Activos Fijos .....	92
5.2.5 Vida Útil de los Activos Fijos .....	92
5.2.6 Términos y Condiciones de Compra.....	93
5.2.7 Gastos de Mantenimiento .....	94
5.3 Capacidad Planificada y Futura .....	94
5.3.1 Capacidad Planificada .....	94
5.3.2 Capacidad Futura .....	95
5.4 Costo del Servicio .....	96
5.5 Mano de Obra Directa e Indirecta .....	98
5.5.1 Mano de Obra Directa.....	98
5.5.2 Mano de Obra Indirecta .....	98

5.6 Gastos Generales de la Empresa .....	99
6. PLAN DE ORGANIZACIÓN. ....	102
6.1 Forma de la Empresa.....	102
6.1.1 Forma de Constitución Legal de la Empresa .....	102
6.1.2 Tamaño de la Empresa.....	104
6.2 Estructura Organizacional. ....	105
6.3 Actividades y Gastos pre operativos. ....	107
6.3.1 Actividades Pre Operativas.....	107
6.3.2 Gastos Pre Operativos.....	108
7. PLAN DE FINANZAS .....	110
7.1 Plan de Inversión Inicial .....	110
7.2 Estado de Pérdida y Ganancia.....	111
7.3 Balance General .....	112
7.4 Estado de Flujo de Caja .....	114
7.5 Programa de Devolución del Préstamo.....	114
7.6 Punto de Equilibrio .....	115
7.7 Razones Financieras .....	115
7.8 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	116
7.9 Relación Beneficio Costo .....	117
7.10 Periodo de Recuperación.....	117
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. ....	118
9. ANEXOS. ....	119
Anexo 1. Formato de Encuesta.....	119
Anexo 2. Genero del Encuestado .....	121
Anexo 3. Tipo de Turista. ....	121
Anexo 4. Frecuencia de Visita.....	122
Anexo 5. Valoración de la Experiencia.....	122
Anexo 6. Temporada del año.....	123
Anexo 7. Estadía.....	123
Anexo 8. Acompañante.....	124

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



Anexo 9. Edad del Encuestado.....	124
Anexo 10. Preferencia de Hospedaje.....	125
Anexo 11. Aspectos considerados en la elección del hospedaje.....	125
Anexo 12. Disposición para gastos.....	126
Anexo 13. Acta de ajuste al Salario Mínimo del periodo 2018.....	127
Anexo 14. Ficha Ocupacional.....	131
Anexo 15. Tabla de amortización del préstamo.....	135
10. GLOSARIO.....	136

## DEDICATORIA

Dedico el esfuerzo empleado en este proyecto en primer lugar a Dios por darme la sabiduría y fortaleza.  
A mis padres Douglas y Xiomara y en especial a mi esposo e hija que son el motor que me impulsa a continuar para lograr mis metas.  
**Elba de los Ángeles Laínez Sánchez**

A Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo merecen reconocimiento especial.

Agradezco a los todos docentes que con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Politécnica de Nicaragua.  
**Lluvia Beryl Jiménez Guerrero.**

Dedico este trabajo a Dios que me ha dado las fuerzas necesarias para poder continuar y lograr cada meta que me propongo, a mis padres que son un pilar fundamental en mi vida y a cada una de las personas que forman parte de mi vida y han estado en momentos difíciles apoyando.  
**Jorge Luis Urbina Alemán.**

En primer lugar a Dios, por darme la sabiduría y fortaleza.  
A mi familia, por apoyarme en cada paso de mi vida.  
A mis compañeras de curso, por su empeño y dedicación con este proyecto.  
**Guillermo Céspedes Castellón Céspedes**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por darme la sabiduría para culminar mi carrera profesional.

A mi esposo por brindarme ese apoyo emocional llenando de optimismo para seguir y estar ahí siempre que lo he necesitado.

Y a mis compañeros por su esfuerzo en la culminación de este proyecto.

**Elba de los Ángeles Laínez Sánchez**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre María Estela López, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi padre, a pesar de nuestra distancia, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento ha sido tan especial para ti como lo es para mí.

A mi tía Francis, a quien quiero como a una madre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A Ulises, porque te amo infinitamente. A mis compañeros, Elba, Jorge, Guillermo porque sin el equipo que formamos, no habiéramos logrado esta meta.

**Lluvia Beryl Jiménez Guerrero.**

Primeramente doy gracias a Dios por darme la bendición de terminar mi carrera, a mis padres que me han apoyado en todo momento y a mis maestros por transmitirme sus valiosos conocimientos.

**Jorge Luis Urbina Alemán.**

Gracias a todos los maestros que durante toda mi carrera me prestaron de su conocimiento y atención para poder llegar al final de una de las metas más grandes en mi vida.

**Guillermo Céspedes Castellón Céspedes**

## **RESUMEN EJECUTIVO.**

El Hotel Vistas del Ángel, es un proyecto que nace de la necesidad de crear un espacio totalmente respetuoso a la naturaleza cerca de la ciudad, donde los clientes puedan disfrutar del ambiente ecológico y avistar la fauna y flora de la zona, generando el menor daño posible al medio ambiente. La idea es ubicar el hotel cerca de la playa, para que los turistas puedan disfrutar de la mezcla entre los atractivos de la ciudad y un espacio de tranquilidad pero sin poner en riesgo ninguna reserva natural o de conservación.

Los clientes principales del Hotel, teniendo en cuenta los resultados arrojados por la herramienta de investigación de mercado serán los visitantes extranjeros entre 24y 47 años que lleguen a la ciudad de Rivas. En la actualidad, no existe un espacio ecológico situado cerca de la ciudad que le permita a los extranjeros, no solo conocerla y deleitarse con sus beneficios, sino que también tenga la oportunidad de estar en un ambiente más natural, tranquilo y relajado. En los últimos años se ha presentado un incremento constante en el número de turistas que visitan la ciudad que requieren mayores y mejores servicios turísticos.

Los principales clientes que la empresa ha definido como segmentos meta, son extranjeros norteamericanos y europeos, que visitan la zona por diferentes motivos, entre los principales turismo, voluntariado social, estudios o trabajo.

Es importante aclarar, que aunque la investigación de mercado se encuentra orientada únicamente a turistas extranjeros, el hotel establecerá políticas internas que permitan la inclusión de la atención a turistas nacionales que deseen hacer uso de los servicios ofertados. Sin embargo, los esfuerzos de mercadeo estarán enfocados únicamente en captar a turistas extranjeros.

A nivel de segmentos de mercado, se lograron extraer dos perfiles que difieren en pocos aspectos.

En el plan de producción se presenta todos los procesos a seguir para la correcta prestación del servicio de alojamiento. De igual manera, se establece la adquisición de activos y materia prima necesaria para que la empresa opere, y se plantean los términos y condiciones de compra de los mismos.

## PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



Los resultados financieros en los primeros cinco años de proyecciones indican un VAN de U\$26,920.65 con una tasa de descuento del 24.2% y una TIR de 39%, una relación beneficio costo de U\$ 1.78. Estos indicadores financieros indican que el plan de negocio es viable financieramente.

Para que el desarrollo sea sostenible requiere la definición de límites entre los recursos del medio ambiente, el estado de la tecnología y de la organización social y la capacidad de la biosfera de absorber los efectos de las actividades humanas; este tipo de desarrollo implica el desarrollo de manera interdependiente e integrada de la dinámica económica, social y ambiental.

En el caso específico del turismo, la sostenibilidad de su desarrollo supone que las actividades que se realicen consideren los efectos causados sobre el entorno, de manera que se neutralicen o compensen los efectos nocivos, de manera que en el mediano y largo plazo el efecto neto sea nulo o positivo.

## **1. OBJETIVOS.**

### **1.1 Objetivo General.**

- Formular un plan de negocio para la creación de un Hotel Ecológico que brinde confort en a la creciente demanda turística en la Isla de Ometepe.

### **1.2 Objetivo Específico.**

- Analizar el entorno externo e interno del sector turístico que se desarrolla en la Isla de Ometepe, para identificar, amenazas y oportunidades que se presenten para la puesta en marcha del Hotel Ecológico Vistas del Ángel.
- Definir un Plan de Marketing que contemple las estrategias de que se aplicarán en el Hotel Ecológico Vistas del Ángel con el fin de atraer a la mayor cantidad de los clientes potenciales.
- Diseñar el plan de operaciones con el cual deberá operar el Hotel Ecológico Vistas del Ángel, así como la determinación del número de habitaciones óptimas, que permitan definir el monto de los costos y gastos a incurrir, para cubrir la demanda del mercado.
- Estructurar el plan organizacional con la que contará el Hotel para su funcionamiento y optimización de sus recursos humanos, económicos y tecnológicos.
- Analizar el monto de la inversión que se requiere para la puesta en marcha del Hotel, además evaluar la viabilidad del plan de negocios a través del flujo de caja, la rentabilidad, razón beneficio y costo del hotel.

## **2. APOORTE DEL PLAN DE NEGOCIOS A LA ECONOMIA LOCAL/NACIONAL.**

El Hotel Ecológico Vistas del Ángel como principal aporte a la economía local será impulsar el crecimiento del turismo ofreciendo las condiciones de habita a los turistas que lleguen a la ciudad de Rivas para que opten por visitar la Isla y no que prefieran otros destinos turísticos, las Isla de Ometepe es la única en el mundo que se encuentra dentro de un lago de agua dulce por lo que la hace atractiva para el visitante extranjero y nacional.

La isla carece de hoteles y hostales de gran capacidad y con infraestructura lujosa, ya que en este zona se practica el turismo comunitario, que consiste en que los propietarios de viviendas y haciendas acondicionan sus instalaciones para hospedar al turista y generar ingresos, esta práctica facilita a que las habitaciones se ofrezcan a un precio relativamente bajo, sin embargo esta no cumple con altos estándares de calidad así como una gastronomía sofisticada, ya que se consume comida local de bajo costo.

El Hotel Ecológico Vistas del Ángel ofertará como elemento diferenciador el transporte a los turistas que deseen hospedarse con nosotros, ya que el transporte en la Isla de Ometepe es poco desarrollado y movilizarse a los diferentes lugares atractivos es difícil, por lo que se tiene que alquilar un medio de transporte incurriendo en gastos adicionales que disminuyen el presupuesto del turista.

Además del aumento de las visitas de los turistas extranjeros, está la de dinamizar la economía de la isla incentivando que el turista prolongue su visita y que decida gastar más dinero a través del consumo y de las compras de suvenires que ofrecen los artesanos de la zona, así como la demanda de transporte que supone un mayor ingreso para los dueños de los ferris, de igual forma la entrada que se paga a los distintos destinos que ofrece la isla.

Hoy en día, Ometepe se afana por sacar partido a su belleza natural y paulatinamente se van mejorando las infraestructuras turísticas. En la Isla de Ometepe el rubro de producción número uno es el plátano y de segundo ingreso por el turismo.

Es importante destacar que en Ometepe se encuentran dos grandes Museos el Numismático, que cuenta en billetes y monedas la historia de Nicaragua, y el Precolombino con más de 1500 piezas antiguas en exhibición y encontradas en la Propia Isla. En el 2008 esta bella isla es nominada como una de las 7 nuevas maravillas de la naturaleza.

En promedio el Hotel generara 15 empleos directos además de los indirectos ya que el hotel requerirá de mano de obra para su construcción la cual puede generar otros 15 empleos temporales lo que permitirá dar empleo a 30 personas desde su construcción hasta la puesta en operación del Hotel, de igual forma se beneficiaran los proveedores locales a los que se les efectuara las compras de los materiales, equipamiento del hotel, así como los misceláneos para la alimentación de nuestros huéspedes y de otros servicios que se describen en el plan de marketing, los cuales serán cuantificables en el plan de Finanzas de este proyecto.

### **3. PERFIL ESTRATÉGICO.**

#### **3.1 Misión.**

Somos un hotel ecológico que ofrece a los turistas extranjeros y nacionales más que hospedaje, generar la experiencia de hacer contacto con la naturaleza, así como, explorar uno de los mejores lugares más bellos de Nicaragua, garantizando un excelente servicio y productos amigables con el medio ambiente, actividades de ocio y gastronomía que satisfagan a los clientes del Hotel.

#### **3.2 Visión.**

Llegar a ser reconocidos como unos de los Hoteles Ecológicos pioneros en el área de San José en la Isla de Ometepe, en respetar y convivir con la naturaleza, preservando el ecosistema de la Isla, de igual manera, ser un punto de referencia nacional en materia hotelera en la Isla del mismo modo ser la alternativa número uno de los turistas nacionales y extranjeros así como expandir nuestras ofertas bajo la estrategia de la competitividad y la diferenciación ante nuestros principales competidores para llegar cubrir un mercado exigente.

#### **3.3 Estrategia del Negocio.**

El hotel Ecológico Vistas del Ángel pretende colocarse en el mercado hotelero como un hotel innovador en cuanto al diseño y su construcción que se hará implementando materiales reciclables, ecológicos y de calidad, para que se note la presencia de un hotel diferente, bonito, y que reúna una serie de requisitos que lo haga único en la zona de la isla de Ometepe.

Para lanzarse al mercado hotelero como se mencionó anteriormente utilizaremos la Estrategia Genérica de la diferenciación que consistirá primero en el diseño de la construcción del hotel al usar materiales reciclables o materiales reutilizables, como por ejemplo el uso de madera que se obtendrá de las empresas que se dedican hacer muebles y nos puedan proporcionar madera que ya no le puedan dar uso, las cuales utilizaremos para hacer una estructura diferente, no abandonando el concepto de la elegancia, comodidad, y calidad.

Dicha construcción representaría una edificación diferente a las ya instaladas en la isla, pero también ofreceremos un servicio diferenciado que incluya los servicios de internet en las habitaciones por medio wifi, de esta manera habilitaremos a los clientes condiciones en las que se pueda sentir cómodo y en contacto con el mundo, ofreceremos un tiempo de comida, transporte o alquiler de medios, así como tours a los sitios turísticos más atractivos de la Isla, esto a través de paquetes integrales que incluyan todos los servicios facilitando a nuestros huéspedes una estadía gratificante.

Para alcanzar nuestra estrategia de diferenciación aplicaremos las mejores prácticas que estén en armonía con la preservación de la flora y fauna de la localidad entre ellas:

- Minimización de residuos, reutilización y reciclaje.
- Eficiencia, ahorro y gestión energética.
- Gestión de recursos acuáticos.
- Gestión de aguas residuales.
- Sustancias tóxicas.
- Transporte eficiente y de bajo consumo.
- Implicación de empleados, clientes, comunidades locales, etc.
- Colaboraciones con otros sectores para un desarrollo sostenible.

Por las particulares de la zona donde estará ubicado el Hotel Ecológico Vistas del Ángel aprovecharemos la belleza exuberante que nos ofrece la Isla por lo cual decidimos construir un hotel que no afecte su ecosistema natural ya que en este lugar abundan los manantiales de aguas y una vegetación extensa por lo cual lo utilizaremos como un valor adicional.

La construcción de un hotel ecológico trae los siguientes beneficios:

- Un hotel ecológico minimiza el uso de recursos materiales que no son de fácil degradación y el uso de energía térmica ya que al producirse desde paneles solares fotovoltaicos se evita la contaminación del aire.

## PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



- Las habitaciones ecológicas suelen estar amuebladas con materiales de la región donde se encuentra el hotel. Además, utilizan jabones y champús orgánicos.
- Experiencias únicas un hotel ecológico respeta el ecosistema, costumbres y tradiciones de las comunidades aledañas. Además, está acorde con la arquitectura del entorno.
- Fortalece relaciones con el personal, al cumplir con las buenas prácticas ambientales, se compromete con los principios de la empresa. Trabajadores comprometidos.
- La gerencia debe incentivar a sus trabajadores y clientes a cuidar el medio ambiente.
- Los productos ecológicos reducen costos y mejoran la imagen que su hotel ofrece a clientes, proveedores y trabajadores.
- Ahorro en costos utilizando productos que tengan eco etiqueta, garantiza que los productos cumplan con una serie de criterios ecológicos que evitan ser nocivos para el medio ambiente.
- Buena gestión de residuos, los empleados estarán capacitados para manejar cualquier tipo de residuos. La recolección selectiva de todo tipo de residuos generados por el hotel conlleva a una buena aplicación de la estrategia 4R: reducción, recuperación, reutilización y reciclaje.
- Revisar periódicamente todas las instalaciones del hotel permitirá identificar las fallencias como fugas de agua y equipos deficientes.
- Evita el despilfarro de energía, el tipo de plantas que se siembre en las áreas verdes del hotel condicionará la cantidad de agua consumida.
- El uso de alimentos y productos locales de temporada reduce el impacto ambiental derivado del transporte de productos procedentes de otras regiones.
- Cocina eco-amigable suelen tener una mayor eficiencia energética que las eléctricas. Su aceite se recicla y puede destinarse a la fabricación de biodiesel.
- Los hoteles sostenibles y ecológicos tienen beneficios económicos y ambientales que son respaldados por estándares, clasificaciones y certificaciones

La nueva apuesta por el ecoturismo ha llevado a los hoteles a adaptarse o cambiar totalmente sus procesos, convirtiendo la protección del medio ambiente en su mejor valor agregado. Innovación y marketing.

#### 4. PLAN DE MARKETING.

Para realizar el plan de marketing primero procederemos a analizar los diferentes entornos donde está inmerso nuestro plan de negocio poniendo énfasis en las variables que nos afectan y en las que nos favorecen como empresa, a continuación, se plantea el análisis del macro entorno.

##### 4.1 Análisis del Entorno y Sector.

La Industria de la construcción desempeña un papel fundamental en los procesos de crecimiento y desarrollo del país, a la producción nacional y a la generación inmediata de empleo, sino que además incentiva la actividad y el empleo de muchos sectores productivos.

**Por el sector privado** la construcción de nuevas edificaciones depende de la viabilidad y rentabilidad del objetivo, así como del acceso al crédito y tasa de interés, entre otros.

**Por el sector público**, depende tanto del nivel de ingresos del estado, como de la decisión de invertir en nuevas infraestructuras que cubran alguna necesidad.

En esta sección se examina el comportamiento del sector, detallando la evolución de variables económicas estrechamente ligadas con la misma, analizando indicadores relacionados con el nivel de actividad económica, producción, precios, empleo, tasas de interés, crédito y metros cuadrados construidos por destino económico, entre otros datos de interés.

##### 4.1.1 Análisis Externo.

El crecimiento sostenido de la economía del país, el turismo interno y la creciente demanda de mejores servicios turísticos, genera nuevas oportunidades para propuestas de negocio en el sector. Las nuevas tendencias internacionales toman mayor importancia para los sectores socioeconómicos más altos, que buscan estar en contacto con la naturaleza sin sacrificar su comodidad, razón por la que estarían dispuestos a pagar más por propuestas diferenciadas que los beneficien con nuevas experiencias y conceptos, como el creciente interés por el medio ambiente y la responsabilidad social.

#### **4.1.1.1 Entorno Económico.**

Es una coyuntura que determina el desarrollo económico o la recesión económica. El estado de Nicaragua se encuentra en una coyuntura desfavorable que impacta negativamente en la prosperidad y el bienestar general de nuestro país. Dado que de la prosperidad depende que la empresa obtenga buenos resultados para los accionistas.

La economía de Nicaragua es la vigésima economía de América Latina, con un Producto Interno Bruto (nominal) de 14.532 millones de dólares. A nivel regional, la nicaragüense es la sexta economía de Centroamérica. En términos relativos o de paridad de poder adquisitivo (PPA), se encuentra también en el sexto lugar de Centroamérica y décimo noveno a nivel Latinoamericano.

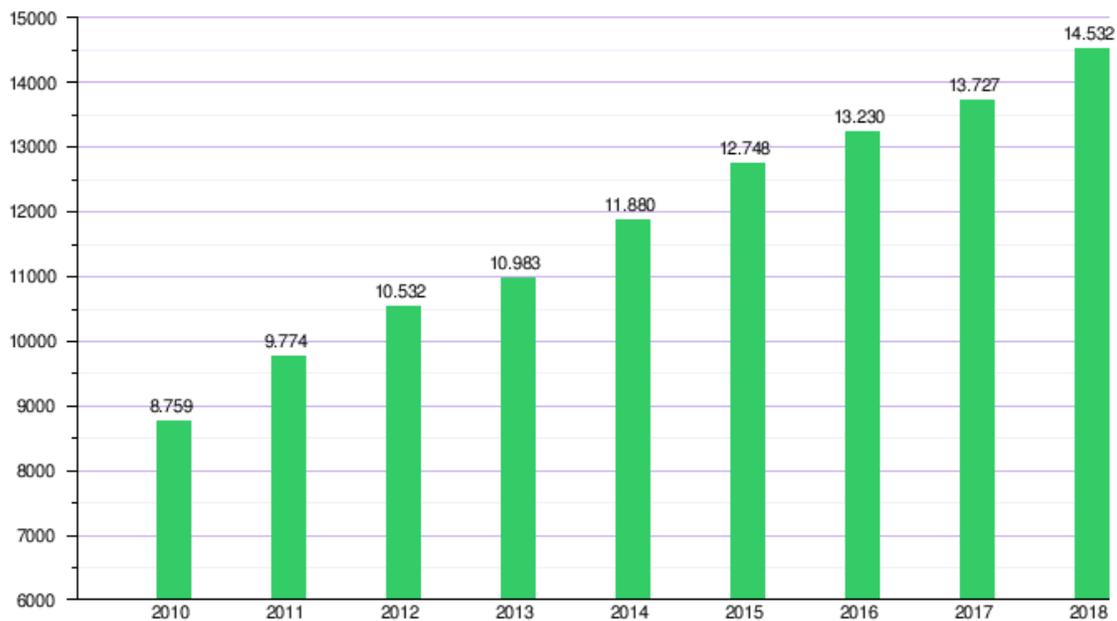
Los datos publicados anualmente por el Fondo Monetario Internacional, muestran que hasta el año 2017, la economía total de Nicaragua ascenderá, llegando a situarse en los 14.532 millones de dólares (producto interno bruto). En la cuestión sobre la división de este PIB por la cantidad de población con más de 6 millones de habitantes, muestran que Nicaragua posee una PIB per cápita de 2.229 dólares (en nominal).

Nicaragua es un país con un nivel de desarrollo en crecimiento. Dejó de ser el segundo país que menos produce en América. El acuerdo de libre comercio entre los Estados Unidos y a América Central está en vigor desde 2006 y ha ampliado las posibilidades de exportación para muchos productos agrícolas y manufacturados. Según estimaciones de la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (Funides) se proyecta una disminución en el crecimiento económico reflejado en una reducción del PIB hasta en 1.7% de crecimiento anual para el año 2018, lo que afectaría el panorama económico y el crecimiento de visitantes en la isla donde se establecería el Hotel Vistas del Ángel.

#### **Nicaragua en la Década de 2010**

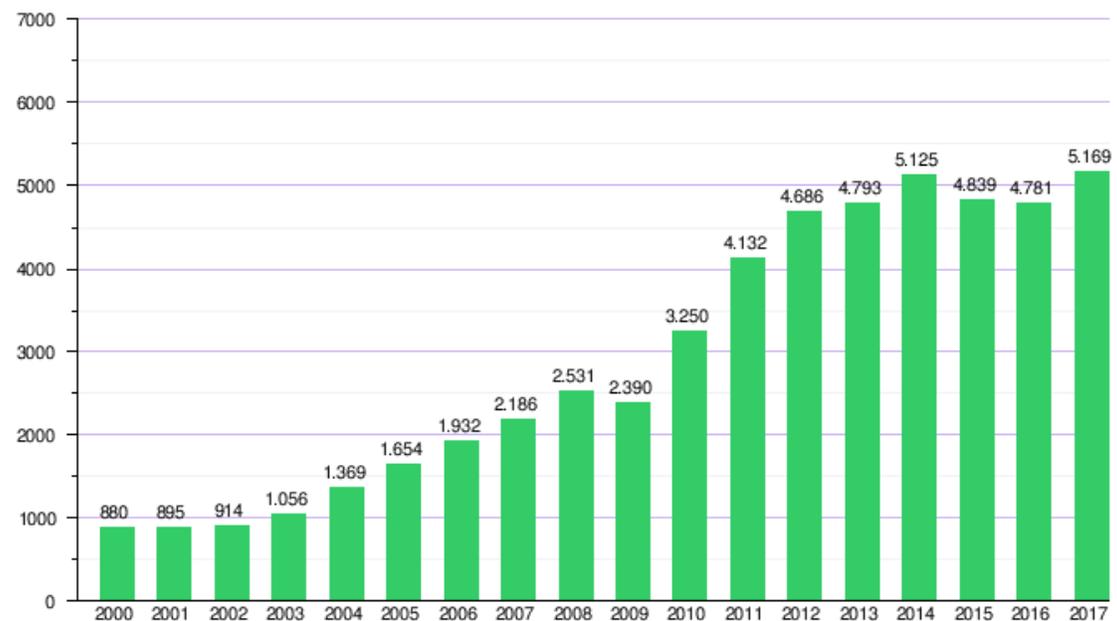
A comienzos de la década de 2010, Nicaragua poseía un Producto Interno Bruto (nominal) de USD 8.741 millones. Para el año 2017, el PIB del país llegó a los USD 14.532 millones. Hasta la actualidad (2017) la economía nicaragüense tuvo un crecimiento del 63,5 % durante esta década con respecto al PIB del año 2010.

1 Gráfica 1. El crecimiento del Producto Interno Bruto de Nicaragua 2010-2016



Fuente: BCN

Grafico 2. Exportaciones de Nicaragua en el periodo 2000-2017



Fuente: BCN

La Empresa “Hotelito Ecológico Vista del Ángel” debe de estar atenta a los cinco pilares sobre los cuales se cimienta la economía y a sus implicancias en el desempeño de la economía nacional:

1º.- La tasa de crecimiento de la economía: Antes de que Nicaragua presentara una coyuntura desfavorable había una economía estable y era el país más seguro en Latinoamérica, lo que había generado un aumento a la Inversión Extranjera y aumento en el porcentaje de empleo y en el gasto de los consumidores se vio incrementado. El aumento de la demanda de clientela tiende a disminuir la rivalidad en las otras competencias y a permitir la expansión de las operaciones.

2º.- Las tasas de interés: tienen un doble efecto en la economía. Por un lado, representan el costo, en que “Hotelito Ecológico Vista del Ángel” incurre para adquirir recursos para sus operaciones e inversiones. Por otra parte, son el precio que debe pagar el consumidor por tener acceso al crédito. Mientras más altas sean las tasas, habrá menos consumidores que puedan acceder a los bienes o servicios.

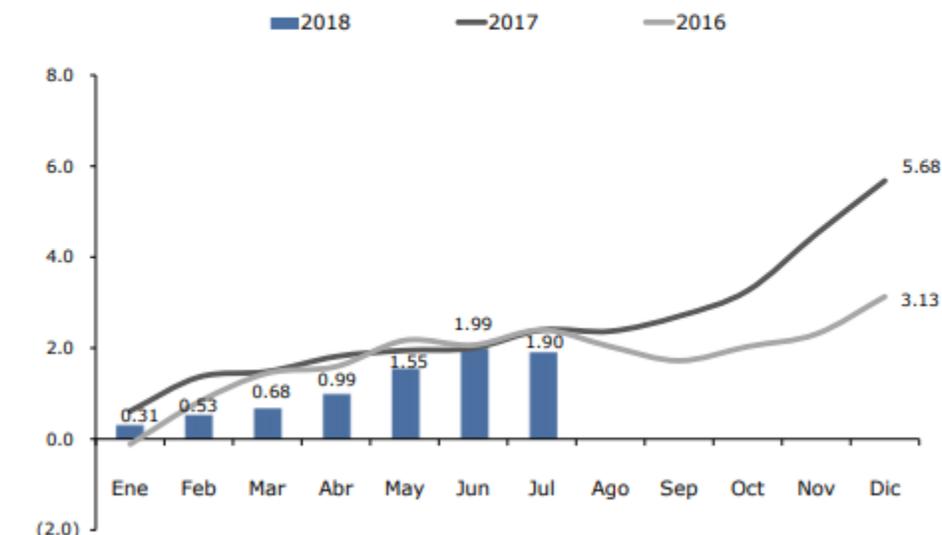
3º.- El tipo de cambio: indica el valor adquisitivo relativo de nuestra moneda nacional frente a otras. Las opiniones están divididas en cuanto al tipo de cambio. “Hotelito Ecológico Vista del Ángel” realiza actividades deseando un tipo de cambio alto, ya que ellos mejoran sus márgenes de utilidad.

4º.- La inflación: Si se distorsiona los precios relativos, desestabilizaría los recursos del “Hotelito Ecológico Vista del Ángel” Un país con tasas altas de inflación debe enfrentar un bajo crecimiento económico, altas tasas de interés y una disminución en la inversión como consecuencia de la incertidumbre que se genera. Dicha disminución de nuestras clientelas en “Hotelito Ecológico Vista del Ángel”, provocaría una caída en la producción y a la misma vez, la tasa de crecimiento de la economía.

Para el primer trimestre del año 2018 la tasa de inflación acumulada ha sido inferior con respecto al mismo periodo de los años 2016 y 2017. La proyección de inflación para 2018 apunta entre 5.5 y 6.5 por ciento, la cual estará determinada principalmente por la evolución de precios de la división de alimentos y del petróleo.

Grafico 3. Inflación acumulada 2016-2018 (variación porcentual)

**Inflación nacional acumulada 2016- 2018**  
(variación porcentual)



Fuente: BCN

5º.- La inversión extranjera: debido a la estabilidad económica en Nicaragua, la inversión extranjera y nacional, sería relativamente aumento de invertir más capitales extranjeros. Los sectores más dinámicos de nuestra economía, son aquellos en que existen inversión e intereses extranjeros.

Tabla 1.

**Principales variables del sector externo**  
(millones de dólares)

Concepto	Observado					Proyectado	
	2012	2013	2014	2015	2016 P/	2017	2018
Turismo	421.5	417.3	445.6	528.0	642.1	746.0	811.1
Inversión Extranjera Directa	767.7	815.5	884.1	949.9	887.8	918.0	920.0
Desembolsos externos al SPNF	245.4	287.3	347.4	383.3	371.9	485.2	610.6
Servicio de deuda externa del SPNF	71.4	80.3	97.3	114.0	138.1	178.4	239.7

P/: Preliminar.  
Fuente: MPMP (MHCP) y BCN.

Las condiciones económicas son de fundamental importancia para el planeamiento estratégico del negocio dado que inciden no sólo en el tamaño y

atractivo de los mercados que la empresa atiende, sino en la capacidad de ésta para atenderlos rentablemente; es posible que éstas limiten el nivel de recursos que las empresas pueden usar para intentar satisfacer la demanda.

La escasez de materias primas, los costos de la energía y los del crédito pueden imponer importantes limitaciones en la capacidad de una empresa para desarrollar nuevos productos, para mantener inventarios o para invertir en instalaciones para nueva producción.

Las personas no constituyen por sí mismas un mercado; es preciso que dispongan de dinero para gastarlo y estén dispuestas a hacerlo. Por lo tanto, es esencial que las empresas observen el ambiente económico y traten de identificar las probables direcciones de la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico, los costos y la disponibilidad de las materias primas; los patrones cambiantes en la forma de gastar del consumidor entre la gran variedad de factores que afectan el poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de gastos, debido a que los consumidores en diferentes niveles de ingresos tienen también patrones de gasto y preferencias diversas.

Para analizar las posibilidades competitivas de la industria turística de Nicaragua, en el plano internacional, debe contemplarse el posicionamiento del país y de la región. En este sentido, existe un alto grado de consenso sobre una propuesta de posicionamiento para Centroamérica.

En el año 2017, el Valor Agregado Turístico, VAT, generado por las industrias características y conexas al turismo determinó una participación de 4.2 por ciento en la economía nacional, es decir 15,701.4 millones de córdobas. Así lo dio a conocer el Banco Central de Nicaragua el 25 de abril de 2018 en la **“Cuenta Satélite de Turismo de Nicaragua 2017”**.

Grafico 4. Evolución del flujo de visitantes 2013 – 2017

Gráfico I - 1  
**Evolución del flujo de visitantes 2013 - 2017**  
(variación porcentual)



Fuente: INTUR.

Los ingresos por turismo generaron **840.5 millones de dólares (30.9 por ciento más que en 2016)** y el gasto por turismo emisor fue de **364.4 millones de dólares**, por lo que el balance turístico fue positivo, ya que los ingresos por turismo receptor fueron mayores a los egresos del turismo emisor.

Vacaciones, visitas familiares y trabajo o negocios fueron los principales motivos de viaje a Nicaragua. Los visitantes continúan utilizando como principal forma de ingreso al país la vía terrestre.

Los indicadores de estadía promedio y gasto promedio diario muestran que el tiempo de permanencia fue de 10.5 días, con un gasto promedio diario por persona de 44.9 dólares.

Se atendieron **88 cruceros con 94,003 excursionistas desembarcados**, eso se traduce a un crecimiento de **50.4 por ciento** en la afluencia de cruceristas en la tierra de lagos y volcanes.

56 por ciento de los mismos utilizó los servicios de tour operadoras, el restante 44 por ciento realizó visitas por su cuenta.

Los cruceristas invierten su dinero en el país principalmente en compra de

artesanía, servicios de restaurantes, transporte y otros bienes y servicios.

La interrelación que se genera a partir de la producción de bienes y servicios que realizan las industrias destinadas a satisfacer la demanda turística y el aporte que representa para la economía de un país es posible cuantificarla mediante indicadores macroeconómicos que se obtienen a partir de la Cuenta Satélite de Turismo.

#### Valor agregado turístico (VAT).

El aporte al VAT se concentra en las denominadas actividades características (69.7%), distribuido en las actividades de restaurantes (25.8%), servicios de alojamiento (23%), servicios de recreación (10.4%) y servicios de transporte de pasajeros y conexos en sus diferentes modalidades (10.5%); Por su parte las industrias conexas y no específicas participaron con el (30.3%).

Para el dirigente de Canatur, la creación de infraestructura vial y de servicios fuera de Managua es clave para garantizar la llegada de más visitantes. Además, afirma que el Estado junto con el sector privado son los responsables de garantizarla.

También estima que la creación de las obras de infraestructura, indistintamente de que cada una requiere un tiempo de maduración, vaya acompañada de la promoción necesaria para garantizar su uso.

Eso evitaría lo que ocurrió con el aeropuerto de la Isla de Ometepe, que al inicio no contó con la demanda esperada, por lo que incluso corrió el riesgo de que se cerrara esa ruta por la falta de viajeros. También considera que no debería invertirse en obras en destinos que ya están consolidados, sino en los que aún no se están explotando.

Para Amanda Luna, representante de la Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua (Canatur), en la Isla de Ometepe, para garantizar un mayor crecimiento del turismo también es necesaria una mayor regulación de los nuevos negocios que han surgido.

209,000 empleos generaron el sector de servicios y comercio formal en 2017, según la Cámara de Comercio y Servicios de Nicaragua (CCSN).

Estos son los nuevos salarios mínimos vigentes en Nicaragua a partir del 1 de septiembre de 2018:

- Agropecuario: 4,176.49 córdobas mensuales

## PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



- Pesca: 6,350.48 córdobas mensuales
- Minas y canteras: 7,500.80 córdobas mensuales
- Industrias manufactureras: 5,615.75 córdobas mensuales
- Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional: 4,487.41 córdobas mensuales
- Electricidad, gas y agua. Comercio, restaurantes, hoteles, transporte y comunicaciones: 7,660.52 córdobas mensuales
- Construcción, establecimientos financieros y seguros: 9,346.59 córdobas mensuales
- Servicios comunales, sociales y personales: 5,854.99 córdobas mensuales
- Gobierno central y municipal: 5,208.27 córdobas mensuales para este año el Banco Central de Nicaragua (BCN) prevé la desaceleración del crecimiento en el gasto individual con el 4.5 por ciento, inferior al 5 por ciento estimado para el cierre 2017.

Esa misma tendencia se prevé en el gasto de consumo colectivo, que en 2017 se estimó el crecimiento del 3 por ciento y para este año se proyecta sea de 0.9 por ciento.

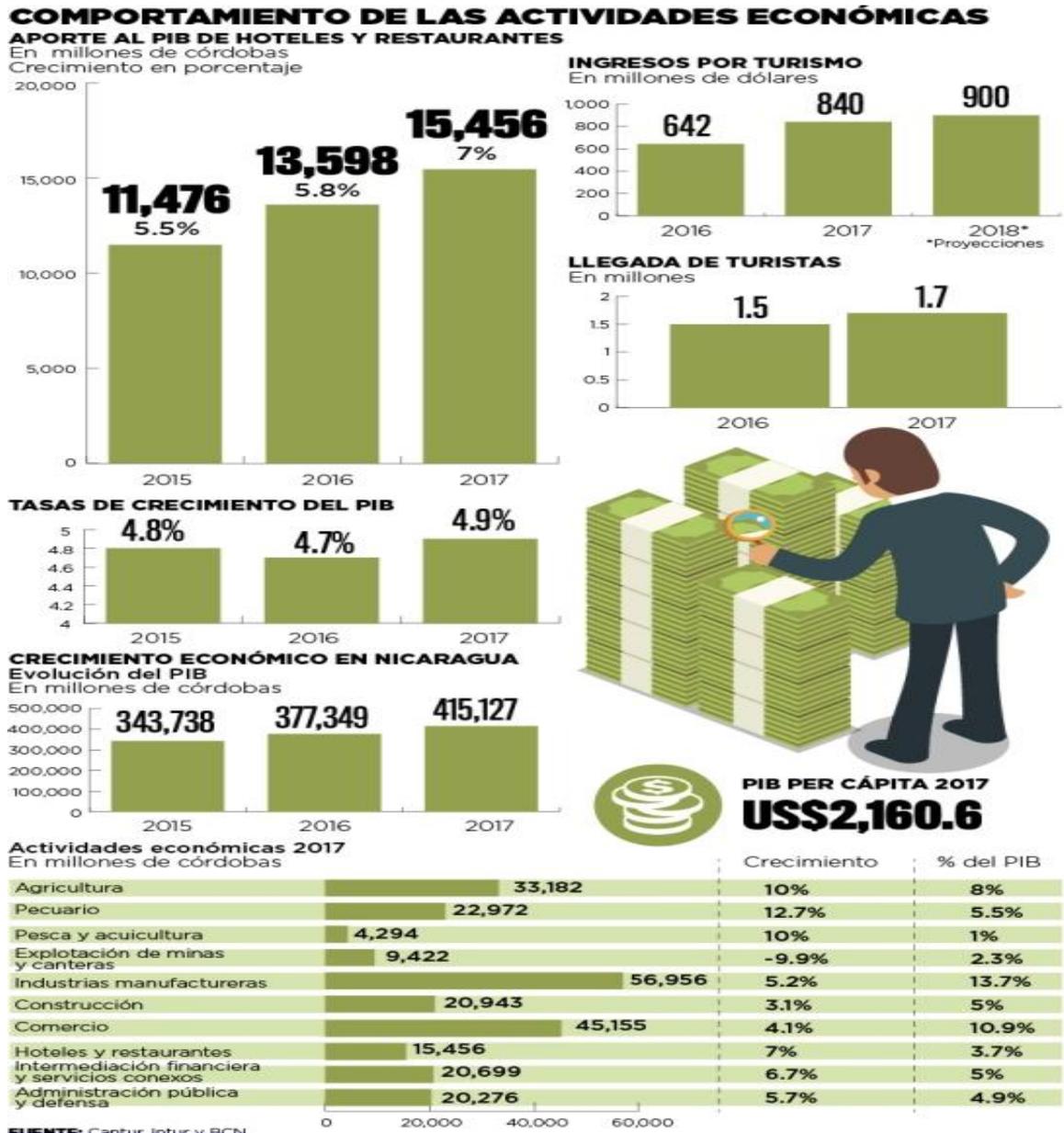
### PRODUCTO INTERNO BRUTO SECTOR TURISTICO.

Los sectores de hoteles y restaurantes crecieron 7% el año pasado, según el Banco Central de Nicaragua (BCN), debido al incremento de la llegada de visitantes provenientes del exterior y el aumento del arribo de cruceros a los principales puertos del país.

Estos sectores económicos, relacionados a la actividad turística, sumaron a la producción total del país C\$15,456 millones y representaron el 3.7% del total del Producto Interno Bruto del año pasado. Hoteles y restaurantes en 2016 crecieron 5.8%, de acuerdo con el BCN.

“El desempeño económico en 2017 estuvo asociado, principalmente al buen desempeño de las actividades pecuario, agricultura, pesca y acuicultura, hoteles y restaurantes, servicios de intermediación financiera, industria manufacturera y comercio”, señaló el BCN.

Grafico 5. Comportamiento de las actividades económicas y aporte al PIB de Hoteles y Restaurantes 2017



#### 4.1.1.2 Entorno socio cultural.

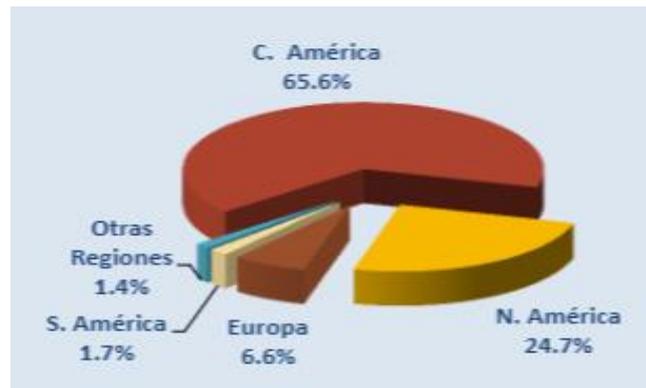
Para analizar el entorno socio cultural nos centralizamos en que la población de estudio son los turistas, sus hábitos de compras.

Para comprender el perfil del turista, se tomará en consideración las estadísticas del Instituto Nicaragüense de Turismo (Intur) del año 2017.

De acuerdo a las estadísticas anteriormente citadas ingresaron al país un total de 1, 957,822 extranjeros de los cuales el 91.28% en calidad de turistas, lo que representan más de 148 turistas mensuales. Hasta un 33.8% ingreso por vía aérea a través del aeropuerto Augusto Cesar Sandino, un 30.4% por vía terrestre por la frontera de Peñas Blancas representando un 30.4% una minoría a través de otros puestos fronterizos.

Grafica 6. Origen del turista extranjero.

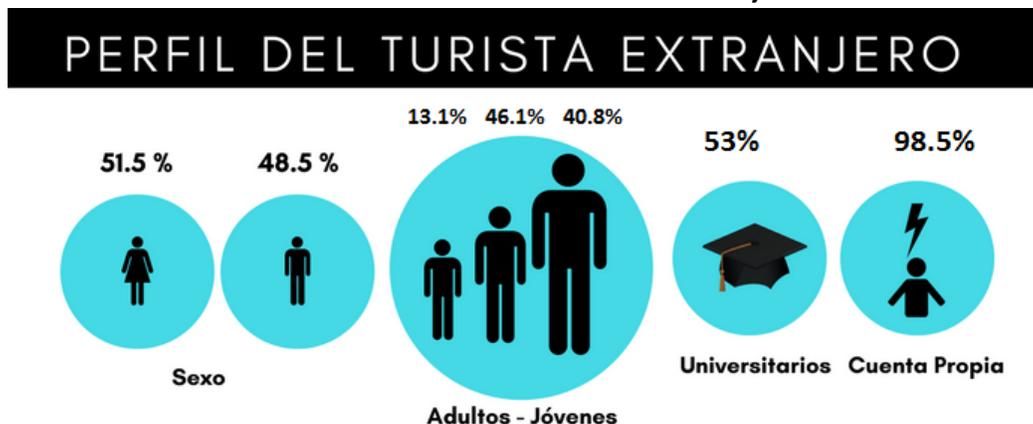
Hasta un 65.6% de los visitantes fueron de origen Centro Americano, 24.7% de origen Norte América, un 6.6% desde el continente Europeo y el resto de otras regiones.



Fuente: Intur

Hasta el 80.6% de los visitantes nacieron en otro país y un 19.4% nacieron en Nicaragua, un 60.4% fueron de sexo masculino y un 39.6% fueron de sexo femenino, el 66.7% fueron personas entre las edades de 26 a 40 años de edad, un 53% tienen un nivel de estudio superior, un 98.5% organización el viaje por cuenta propia, un 70.2% vinieron por turismo y el resto por motivos de trabajo, salud, religión.

Ilustración 1. Perfil del turista extranjero.



Fuente: Elaboración propia a partir de las estadísticas de INTUR del año 2017.

#### **4.1.1.3 Entorno Político y Legal.**

Por la naturaleza del negocio, el Estado de Nicaragua regula, fiscaliza e inspecciona a la Empresa “Hotelito Ecológico Vista del Ángel”, por medio de las siguientes instituciones:

INTUR: Por situarse en el sector Turismo dentro de la segmentación de empresas, somos inspeccionados por este ente regulador.

De igual manera, que el resto de empresas privadas son regulados por las entidades públicos generales: DGI – MITRAB – INSS – ALCALDIA.

Nicaragua es un país muy religioso, moralista, con principios que vienen de generación a generación, se podría decir que a pesar de los cambios de la globalización que impactan al mundo, nuestro país es uno de los que lucha día a día para mantener un margen entre la libertar y el liberalismo, ya que un 45.9 % de nuestra población es católica y un 30.8 % es evangélica.

Los datos de la encuesta indican que los lugares que donde más gente se declara católica están en el norte 55.3%, centro 50.6% y occidente 48.6%, mientras que en la mayoría que se declaran como evangélicos, se encuentran en el Caribe 63.6% y en el Sur Oriente de Nicaragua 30.3%.

De los encuestado que dijeron ser creyentes, sin denominación la mayoría está en Managua 27.5% en el occidente y 26.1% en el centro.

#### **Empleo**

Para aproximar la tendencia seguida por el mercado laboral de la industria de la construcción, se hace uso de la información generada tanto por el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS), relativa a la cantidad de empleos formales, así como de la información generada por el Instituto Nacional de Información y Desarrollo (INIDE), a través de las encuestas nacionales de hogares.

#### **Salarios**

Haciendo uso de la información generada por el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS), Ministerio del Trabajo y Banco Central de Nicaragua.

Salario mínimo: Es la suma mínima que deberá pagarse al trabajador por el trabajo o servicios prestados dentro de un lapso determinado, bajo cualquier forma que sea calculado (por hora o por rendimiento) y puede fijarse para cubrir las necesidades mínimas del trabajador y su familia, teniendo en consideración las condiciones económicas y sociales de los países.

Desde las diferentes perspectivas económica, realizaremos actividades propias donde nos regularemos bajo política, leyes y reglamentos de la republica de Nicaragua, y empezar a operar como un negocio en marcha, legalizaremos el negocio como empresario turístico y optar a los beneficios que se requieran una vez con la documentación en regla.

La gestión pública del turismo ha sido llevada a cabo por diversos organismos cuyas funciones, competencias y objetivos han evolucionado de acuerdo al contexto económico e histórico pertinente, pudiéndose establecer una clara distinción en dos períodos. En un principio el motor principal de la industria turística lo conformaban las políticas expansivas que buscaban maximizar el crecimiento turístico en términos cuantitativos, y que se basaban en la intervención pública centralizada del Gobierno de Nicaragua. Posteriormente, las Comunidades asumieron, mediante sus correspondientes Estatuto, las competencias para la promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial”, por lo que coordinar las actuaciones en materia de materia de turismo se convierte en una necesidad. Tanto es así que se comienzan a desarrollar planes a nivel nacional.

El marco jurídico ambiental de Nicaragua ubica a las Áreas Protegidas dentro los instrumentos de la gestión ambiental que tienen por objeto el uso y protección de los recursos ambientales

Entre las regulaciones de ley y norma se detallan las siguientes:

- Ley General de Turismo, LEY No. 495, Aprobada el 2 de Julio del 2004 Publicada en La Gaceta No. 184 del 22 de septiembre del 2004.
- Ley No. 298: Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 149 del 11/ 08/98.
- . Ley No. 306: Ley de Incentivos para la Industria Turística de la República de Nicaragua.
- LEY No. 822 LEY DE CONCERTACIÓN TRIBUTARIA
- Norma Técnica Ambiental Para el Manejo, Tratamiento y Disposición Final de los Desechos Sólidos no Peligrosos.

Una vez obtenido el debido conocimiento de las normas y regulaciones de ley de la republica de Nicaragua, se realizará la debida inscripción y pago de aranceles correspondientes la cual será inscrita bajo Sociedad Anónima con la debida participación de la junta directiva para el proceso de legalización detallamos lo siguiente:

#### **Trámites Generales.**

- Constitución política de la entidad (Registro Público de la Propiedad)
- Numero Ruc (Registro Único de Contribuyente DGI)
- Poder de Representante Legal.
- Poder General de Administración.
- Registro de Contribuyente (Administración de Renta del Sector)
- Registro en Alcaldía del Municipio.
- Apertura de Cuenta Bancaria Moneda Nacional y Extranjera.
- Inscripción de los trabajadores en las diferentes Instituciones del País

Requisitos de entidad bajo Ley No. 298: Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR),

- Solicitud de Inscripción.
- Nombre Razón social.
- Tipo de registro (bajo que condición se registró S.A, CIA LTDA, CUOTA FIJA)
- Datos del registro Público de la Propiedad (Hoja de Inscripción).
- Dirección del registro del Negocio.
- Datos de Capital Social
- Registro de Contribuyente RUC.
- Fecha de Apertura del Negocio.
- Poder de Representante Legal y Poder General de Administración.
- Fotocopia de Cedula de Identidad de Apoderado Legal y General.
- Fotocopia de Escritura de Constitución y Estatutos debidamente inscritos.

#### **Impuestos y Contribuciones.**

- Tasa del 15 % IVA
- Tasa del 2% INTUR
- Tasa del 2% IR
- Aporte Patronal del 19% INSS
- Aporte Régimen Integral 6.25 %
- Aporte 2% INATEC.

- Pago de Impuesto Matricula
- Pago de Impuesto por Basura
- Pago de Impuesto IBI.
- Declaración de registros (DGI)

El Código de Comercio de Nicaragua establece que La sociedad anónima es una persona jurídica formada por la reunión de un fondo común, suministrado por accionistas responsables sólo hasta el monto de sus respectivas acciones, administrada por mandatarios revocables, y conocida por la designación del objeto de la empresa Para la Sociedad Anónima no son trascendentes las condiciones personales de los socios, sino la participación que cada uno tenga en la conformación del capital social.

Procedimiento para inscribir una sociedad anónima en Nicaragua  
Los pasos principales son:

1. Acta de Constitución de la Sociedad.
2. Comprar Libros Contables y Corporativos.
3. Presentar Documentos para el Registro Mercantil en la VUI.
4. Registrarse como mercante y registrar los libros contables.
5. Obtener el Documento Único de Registro (DUR)

#### **4.1.1.4 Entorno Político:**

Al empresario le interesa comprender el entorno político, no tanto para saber qué partido llegará al poder, sino para conocer cuál será la política económica que se pondrá en práctica y como, la misma, afectará a su empresa, así como los siguientes aspectos:

#### **Regulaciones comerciales**

Las regulaciones comerciales juegan un papel determinante en el entorno económico, ya que pueden impulsar el crecimiento en la empresa privada y la sociedad.

#### **Impuestos e incentivos**

Los incentivos y regulaciones fiscales permiten optimizar las relaciones comerciales entre el estado y la empresa privada a fin de facilitar la recaudación de impuestos.

### **Regulación de precios**

Las regulaciones de precios permiten mantener una estabilidad en la inflación y la tasa de devaluación de la moneda córdobas con respecto al dólar así mismo permiten tener un balance entre la oferta y la demanda.

### **Protección a la propiedad intelectual**

La marca como propiedad intelectual debe registrarse para proteger principalmente en el entorno económico al cual pertenece Hotel ecológico, ya que sirve como distintivo exclusivo de nuestro servicio con otros ofrecidos en el mercado.

### **Legislación laboral**

La legislación laboral en Nicaragua se encarga de proteger los derechos y velar por los deberes del trabajador y del empleador, existe la ley del salario mínimo que regula cada seis meses los salarios mínimos que lo empleadores deben remunerar sus trabajadores dependiendo del sector económico al que pertenece.

Otro aspecto cubierto por la legislación laboral son las vacaciones, indemnización por antigüedad y décimo tercer mes del trabajador.

### **Requerimientos técnicos para los productos**

Serán inspeccionados los requerimientos técnicos de los servicios brindados por Hotel Vistas del Ángel, contienen especificaciones en la decoración del local y menús de alimentos ya que el tema principal del negocio es la conservación de la ecología.

Exoneración de derechos e impuestos de importación y del Impuesto General al Valor (I.G.V) en la compra local de los materiales de construcción y de accesorios fijos de la edificación.

### **Incentivos para la industria turística de la republica de Nicaragua.**

La industria hotelera cuenta con la Ley 306 de incentivos que establece que Exoneración de derechos e impuestos de importación y del Impuesto al valor agregado (I.V.A) en la compra local de los materiales de construcción y de accesorios fijos de la edificación.

Los materiales y accesorios a exonerarse se deben utilizar en la construcción y equipamiento de los servicios de hotelería y se otorgará dicha exoneración, si

estos artículos no se producen en el país o no se producen en cantidad o calidad suficiente.

Exoneración de derechos e impuestos de importación y/o del Impuesto al Valor Agregado (I.V.A) en la compra local de enseres, muebles equipos, naves, vehículos automotores de doce (12) pasajeros o más, y de carga, que sean declarados por el INTUR necesarios para establecer y operar la actividad turística, y en la compra de equipos que contribuyan al ahorro de agua y energía, y de aquellos necesarios para la seguridad del proyecto, por el término de diez (10) años contados a partir de la fecha en que el INTUR declare que dicha empresa ha entrado en operación.

Exoneración del Impuesto Sobre Bienes Inmuebles (I.B.I), por el término de diez (10) años contados a partir de la fecha en que el INTUR declare que la actividad turística ha entrado en operación. Esta exoneración cubrirá únicamente los bienes inmuebles propiedad de la empresa, utilizados exclusivamente en la actividad turística.

Exoneración del Impuesto General al Valor (I.G.V) aplicables a los servicios de diseño/ingeniería y construcción.

Exoneración parcial del ochenta por ciento (80%) del Impuesto Sobre la Renta, por el término de diez (10) años, contados a partir de la fecha en que el INTUR declare que dicha Empresa ha entrado en operación. Si el proyecto está situado en una Zona Especial de Planeamiento y Desarrollo Turístico, la exoneración será del noventa por ciento (90%). Si el proyecto cualifica y está aprobado además bajo el Programa de Paradores, la exoneración será del cien por ciento (100%). La empresa tendrá la opción de diferir anualmente y hasta por un período de tres (3) años la aplicación e iniciación del período de exoneración de diez (10) años sobre dicho impuesto.

Dentro del período concedido para las exoneraciones, si la empresa decide hacer una ampliación y/o renovación sustancial del proyecto, el período de exoneración se extenderá por otros diez (10) años, que se contarán a partir de la fecha en que el INTUR declare que la empresa ha completado dicha inversión y ampliación. En este caso, el proyecto de ampliación se someterá como si fuera un nuevo proyecto, y la inversión mínima deberá ser superior al treinta y cinco por ciento (35%) de la inversión aprobada y realizada inicialmente. La extensión de exoneración de los impuestos se aplicará entonces, por un nuevo período de diez

(10) años, al total de la actividad turística de la empresa en el proyecto.

Para estas empresas que invierten en instalaciones turísticas que cumplan con los criterios y normas especiales dictados bajo el Programa auspiciado por el INTUR para fomentar e impulsar la creación de una red nacional de “Paradores de Nicaragua”, se les otorgarán gratuitamente incentivos específicos de promoción y mercadeo elaborados por el Instituto en la forma de publicidad y divulgación en ferias nacionales e internacionales, impresos, panfletos y mapas, conexión a un eficiente sistema de reservaciones, promoción en el internet, etcétera.

Para los fines del cómputo de depreciación sobre los bienes, se procederá de conformidad con la Ley de Justicia Tributaria y Comercial y su Reglamento.

#### **4.1.1.5 Entorno Tecnológico:**

En la Empresa “Hotelito Ecológico Vista del Ángel” para la seguridad los sistemas de detención de incendios, control de acceso, sistema de alarmas, sistema de evacuación. Son algunos de los sistemas que auxilian al personal de seguridad para ofrecer a los clientes un entorno de seguridad y comfortable.

Para coordinar sus labores el personal de seguridad utiliza además de intercomunicación, sistema de control electrónico de rondines, botones inalámbricos con localización de posición para llamadas de emergencia y monitoreo portátiles para ver las cámaras. La tecnología aplicada en el Hotelito va a permitir por un lado brindar un entorno seguro a los visitantes y público en general.

Las nuevas tecnologías de la información han servido como medios importantes a través de los cuales los productos o servicios turísticos se comercializan, reservan o venden.

Internet constituye una herramienta de negocio fundamental en las empresas hoteleras para desarrollar nuevos servicios, que ha dado lugar al turismo electrónico o e-Turismo, que ofrece un planteamiento innovador del negocio mediante el desarrollo virtual de todos los procesos de gestión de la empresa turística, por lo que será un factor clave para la competitividad del negocio.

Esto se consigue mediante el empleo de las Intranets para la reorganización de los procesos internos y de las Externos para realizar transacciones entre socios y otros agentes externos como proveedores, agencias y turoperadores, así como el de Internet para interactuar con el resto de participantes.

La característica principal de nuestra empresa, y por lo que es necesaria la implantación de sistemas de información que añadan valor a los servicios que ofrecemos, es la pertenencia a un sector altamente competitivo, donde la presencia de tecnología se antoja fundamental tanto para la oferta del servicio como para alcanzar una eficiente y efectiva comunicación. Además, el ser una empresa de nueva creación tiene que ser un estímulo para incorporar todos los avances tecnológicos necesarios, y considerando que se trata de una pequeña empresa estas herramientas facilitarán en gran medida la gestión de reservas, el contacto con los clientes y la promoción a través de páginas webs o buscadores especializados.

Nuestro Hotel, contará con una página web en la que ofrecerá información completa y detallada del hotel y sus instalaciones y de todos los servicios que tendrá a disposición del cliente. Además, a través de la misma será posible realizar la reserva on-line de habitaciones, así como las consultas y contrataciones de las diferentes actividades ofertadas.

#### **4.1.1.6 Entorno Ambiental.**

Es necesario tener en cuenta que el hotel ecológico Vista del Ángel, tiene un alto grado de responsabilidad social, partiendo de que los socios han tenido un acercamiento con dicha temática desde su iniciativa de plan. Se incentivará el manejo de residuos, partiendo de una separación de los mismos. Esto significará que el hotel estará comprometido con el reciclaje del 100% de sus residuos físicos. Para lograr dicho objetivo se tendrá que tener la colaboración de los huéspedes en un alto grado, donde se les dará una bienvenida e inducción al ingreso del hotel.

El Plan de trabajo será el siguiente:

Implementar basureros especiales, capacitar al personal que labora en el hotel desde el momento en que ingresa al hotel, para que sea consciente de los valores que se quieren mostrar y generar un sentido de pertenencia con la compañía.

Dentro del cronograma de actividades al momento de elegir el hotel abra un lapso de tiempo para enseñar las buenas prácticas de reciclaje.

Por último, es importante mencionar que la empresa no solamente colaborará con el desarrollo económico del municipio de Moyogalpa generando nuevos empleos y aportando al crecimiento económico, sino que también tendrá un aporte significativo a la sociedad promoviendo la responsabilidad social a través de la capacitación tanto de los trabajadores como de los huéspedes para darle un

mayor aporte, sentido de pertenencia y responsabilidad al cuidado de nuestro ecosistema a nivel nacional e internacional.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

#### **4.1.2 Análisis del Sector**

Basados en el método de Análisis Porter determinamos el nivel de competencia del sector al que apunta este proyecto, para el cual determinamos las siguientes clasificaciones en dependencia a las fuerzas competitivas del sector:

Tabla 2. Escalas para medir las fuerzas competitivas del sector Hotelero del sector.

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>
0 a 3.3	Desfavorable
3.4 a 6.6	Moderada
6.7 a 10	Favorable

Tabla 3. Llegadas de Visitantes a Nicaragua según Clasificación Migratoria abril 2017

<b>Clasificación</b>	<b>Visitantes</b>	
	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Turistas	180,744	90.7
Crucevistas	12,432	6.2
Tránsito	6,055	3.1
<b>Total</b>	<b>199,231</b>	<b>100%</b>

Fuente: Comportamiento de las Estadísticas de Turismo (Intur)

##### **4.1.2.1 Poder de Negociación de los Compradores**

Dado que la Isla de Ometepe se encuentra ubicada en el ranking 77 de 440 de entre las siete maravillas naturales del mundo. La oferta de servicios de hospedaje

hacia los turistas nacionales y extranjeros que visitan el lugar es alta por lo que nuestro poder de negociación es moderado.

Adicionalmente, en este centro turístico existen gran diversidad de los servicios de hospedaje con atractivas ofertas, precios y cualidades; por lo que los compradores tienen un gran poder de negociación y de elegir libremente que servicios adquirir.

La diferencia que tendríamos con los otros hoteles, es que se ofertarán a los clientes atractivas ofertas que podrán adquirir y servicios de calidad y además se les ofrecerá servicios de transporte.

Tabla 4. Evaluación del poder de los compradores

No.	Elementos	Si	No
1	¿Existen suficientes consumidores de tal forma que si pierde uno, esto no es crítico para su éxito?	✓	
2	¿Sus servicios representan un gasto pequeño para sus clientes?	✓	
3	¿Es nuestro servicio único?		✓
4	¿Es difícil para sus clientes escoger sus servicios en de los servicios de sus competidores?		✓

Fuente: Elaboración propia.

Resultado  $3 / 5 \times 10 = 6$ ; el poder de negociación con los compradores es moderado.

Los aspectos evaluados en el análisis del poder de los compradores se enfocan en determinar si existe una cantidad suficiente de consumidores, lo accesible de los costos para los clientes, conocer de primera mano si los clientes conocen o han experimentado un local de alojamiento con un tema ecológico.

#### **4.1.2.2 Poder de Negociación de los Proveedores**

En esta zona por su gran movimiento de mercado los proveedores que brindan los productos de alimentación, materiales y suministros son abundantes, por lo que en definitiva nuestro poder de negociación es alto.

Como el Hotelito pertenece al sector Hotelero, nosotros solo contaríamos en este caso como principales proveedores al iniciar la construcción de local a los establecimientos ferreteros y de construcción para las habitaciones estos pueden

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



ser: SINSA, MATERIALES DE CONSTRUCCION SANTA ANA, FERRETERIA HERNANDEZ, FERRETERIA ESPINOZA, etc.

De igual manera, serán requeridos como proveedores de los servicios básicos tales como el agua y la luz, que sería DISNORTE Y ENACAL, aquí no habría ningún tipo de negociación.

Al momento de entrar en operaciones contaríamos con proveedores de internet como la empresa Claro y Movistar; de aseo y limpieza estaría Grupo Serlisa, Manuquinsa, Grupo Mesa Nicaragua, etc.; y de servicios de jardinería están Jardinería Guzmán, Jardinería Flores, Servisa, etc. Para equipamiento de los cuartos también hay bastante cantidad de lugares en donde se pueden conseguir las camas, sillas, almohadas, las cosas de los baños, etc. En este caso nuestro nivel de negociación es favorable.

Tabla 5. Evaluación del poder de los proveedores

No.	Elementos	Si	No
1	¿Hay un gran número de potenciales de proveedores en la zona?	✓	
2	¿Son los productos que requeridos para el funcionamiento operativo del negocio?	✓	
3	¿Las compras de insumos y materiales que realiza, le representan a sus proveedores una gran parte de las ventas de sus negocios?		✓
4	¿Sería difícil para sus proveedores entrar en su negocio, vender directamente los insumos a sus clientes y convertirse en competidor?	✓	
5	¿Se puede cambiar fácilmente a productos sustitutos de otros proveedores?	✓	
6	¿Está usted bien informado acerca de sus proveedores, productos y mercado?	✓	

Fuente: Elaboración propia.

Resultado  $5 / 6 \times 10 = 8.3$ ; el poder de negociación con los proveedores es favorable, lo que se traduce en un poder de negociación bajo para dichos proveedores.

Los aspectos anteriormente evaluados permiten conocer el número de proveedores, los productos y servicios ofertados en la zona.

#### 4.1.2.3 Amenaza de ingreso de nuevos competidores

Según cifras reportadas por el Banco Central de Nicaragua en su informe mensual de actividad económica del país en febrero de 2018, el sector Hotelero mostró un crecimiento del 2.8% con relación al mes anterior producto a la mayor afluencia de visitantes del exterior.

La tendencia reflejaba que para el año 2018 prometía ser un año rentable y atractivo para la inversión en el sector hotelería. Pero como es del conocimiento de todos, la entrada de extranjeros turistas ha disminuido por los problemas socio-político que atraviesa el país.

Si la situación llegara a cambiar, el mercado hotelero en la zona de la isla de Ometepe volvería a ser muy dinámico y de competencia perfecta, ya que es posible entrar o salir del sector, sin embargo, al haber un desarrollo en la diversificación de los productos y servicios ofertados representan una barrera de entrada a nuevos competidores.

Considerando que el número de empresas que se dedican a esta actividad, la decisión de entrar en este mercado puede declinar; los competidores que ya se encuentran en el mercado buscan como resaltar o diferenciarse de los comercios similares mediante publicidad, abaratando los costos y promocionando sus productos y servicios para hacer atractivo sus negocios y atraer clientes.

Tabla 6. Evaluación de amenazas de nuevos competidores

No.	Elementos	Si	No
1	¿Cuenta con marca registrada?		✓
2	¿Sus clientes son leales a su marca?		✓
3	¿Hay altos costos iniciales para su negocio?	✓	
4	¿Son los activos necesarios para operar su negocio?	✓	
5	¿Existe un procedimiento, proceso crítico o fundamental para su negocio?	✓	
6	¿Un nuevo competidor tendría dificultades para adquirir u obtener insumos necesarios?		✓
7	¿Un nuevo competidor tendría alguna dificultad para obtener clientes?	✓	
8	¿Sería difícil para un nuevo entrante tener recursos suficientes para competir de manera diferente?	✓	

Fuente: Elaboración propia.

Resultado  $5 / 8 \times 10 = 6.3$ ; la amenaza de nuevos competidores entrantes es moderado.

Los aspectos evaluados anteriormente nos permiten conocer la facilidad o dificultad de ingreso de nuevos competidores en la zona.

**4.1.2.4 Producto Sustituto.**

Una de las necesidades principales de los turistas es el alojamiento, en este sentido en la zona existen hostales, hoteles, albergues, posadas o rentas de casas familiares. Evidentemente se observa que la variedad de productos sustitutos es muy amplia desde alojamientos de mayor y menor categorías a las ofertadas en nuestro negocio.

Sin embargo, existe un alto grado de diferenciación en las ofertas de los competidores y una gran demanda por lo que consideramos no representan un riesgo porque los clientes pueden cambiar fácilmente al servicio que ofreceremos. De esta manera determinamos que la amenaza de productos sustitutos es relativamente moderada en vista a las ventajas del bajo costo ofertado en nuestro negocio lo que resulta atractivo para los turistas y de este modo pueden invertir en actividades de recreación para la familia.

Tabla 7. Evaluación de amenazas de ofertas de productos sustitutos.

No.	Elementos	Si	No
1	¿El producto se compara favorablemente con posibles sustitutos?	✓	
2	¿Es costoso para sus clientes cambiar a otro servicio hotelero?		✓
3	¿Son los clientes fieles a los productos existentes?	✓	

Fuente: Elaboración propia.

Resultado  $2 / 3 \times 10 = 6.6$ ; la amenaza de productos sustitutos es moderado.

Los aspectos evaluados nos permiten conocer los productos y servicios alternativos que se ofertan a los clientes, de manera que nos permite adelantarnos en ofrecer novedades a los clientes.

**4.1.2.5 Rivalidad Competitiva.**

El modelo estratégico de las 5 fuerzas de Porter indica que cuantos más competidores existen habrá más rivalidad y otros de los factores que propician

rivalidad de los competidores son: Las facilidades de entrada y salida de competidores significa que el mercado es abierto, los servicios ofertados y en nivel de calidad son diferenciados a pesar que la demanda es estacionaria por lo que es necesario cubrir los meses de bajo tasa de ocupación.

Por otro lado, el crecimiento económico del sector es indiscutible por lo que disminuye fuertemente la presión entre las empresas ya que no pueden dominar por si solas los precios, siendo esto un aspecto positivo porque existe un equilibrio.

Producto del análisis y antecedentes expuestos consideramos que el nivel de rivalidad en este sector económico y en esta zona es alto.

Tabla 8. Evaluación de la Rivalidad de competidores.

No.	Elementos	Si	No
1	¿Hay un pequeño número de competidores?		✓
2	¿Hay un claro líder en su mercado?		✓
3	¿Está su mercado en crecimiento?	✓	
4	¿Tiene bajos costos fijos?		✓
5	¿Están sus competidores persiguiendo un bajo crecimiento como estrategia?		✓
6	¿Es su servicio único?		✓
7	¿Es fácil para los competidores abandonar sus ofertas de servicios?	✓	
8	¿Es difícil para los clientes cambiar entre el servicio que va a ofrecer y el de sus competidores?		✓

Fuente: Elaboración propia.

Resultado  $2 / 8 \times 10 = 2.5$ ; la rivalidad entre competidores es desfavorable.

Los aspectos evaluados en la rivalidad competitiva nos determinan la fuerza y la estabilidad con que Hotel Ecológico Vistas del Ángel cuenta para sus operaciones.

#### **4.1.3 Matriz de Oportunidades y Amenazas.**

##### **Oportunidades:**

- Incorporación de herramientas tecnológicas que permitan la gestión de calidad en las operaciones diarias.
- Mejorar la oferta con variedades comerciales en la Isla de Ometepe.

- Mejorar la calidad de vida de los visitantes y de habitantes cercanos al local por medio de una mayor circulación de turistas que pueden hacer uso una amplia gama de comercios.

**Amenazas:**

Factores clave externos:

- Posibilidad de crisis financiera mundial, disminuyendo la capacidad de crédito para nuevos proyectos.
- Considerar la posibilidad de no aumentar las ventas y no poder seguir manteniendo el hotel.

## **4.2 Investigación de Mercado**

### **4.2.1 Antecedentes y Definición del Problema**

El informe de estadísticas migratorias 2016-2017 del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), muestra un incremento del número de turismo extranjero en Nicaragua, logrando así la Isla de Ometepe ser un fuerte atractivo turístico, convirtiéndose de esta manera en una oportunidad para desarrollar un plan de negocio como es nuestro Hotel.

Además de ello, en nuestra actualidad vivimos en mundo en el cual el uso debido de los recursos naturales ha alcanzado niveles incalculables que pueden generar a futuro su desaparición, el hombre con el paso de los años ha reconocido la fragilidad de la naturaleza y la necesidad de protección de la misma; por esta razón es mayor el interés de crear nuevas soluciones para preservar el medio ambiente y mejorar nuestro estilo de vida.

El amor por la naturaleza está incrementando las actividades al aire libre, como el campismo, excursión, navegación, la pesca y el comercio ha respondido al ofrecer más producto y servicio que atienden esos intereses. Nuestro hotel ofrecerá el ambiente natural deseado para el descanso gracias a su ubicación.

En cambio, la cultura moderna implica constantemente situaciones de estrés. El poder encontrar un lugar que funcione como punto de equilibrio que conecte los atractivos con la isla de Ometepe, con la tranquilidad y comodidad ofrecida por nuestra parte seria de interés para el turista, de igual manera la implementación de diferentes planes de entretenimiento dentro del hotel.

Por lo general, el consumidor prefiere enfocarse más en los beneficios y en la calidad de servicios que obtendrá al elegir hospedarse en un hotel y/o tomar un paquete turístico en particular a que solo enfocarse en el precio, entre los

Beneficios que considerados ofrecer:

- Exclusividad.
- Confort.
- Espacio de relajación, tranquilidad.
- Conservación del ambiente natural.
- Excelencia en el servicio.
- Hospitalidad del personal.
- Personal calificado.
- Fácil acceso.
- Seguridad del lugar.

#### **4.2.2 Problema de Investigación.**

Según los antecedentes del estudio se logró percibir algunas de las causas que nos ayudó a formular el problema en los cuales percibimos que no hay un hotel igual al que nosotros pensamos ubicar.

Considerando esto la formulación del problema es el siguiente:

1. ¿Cuál es el grado de aceptación de un nuevo Hotel en el municipio de San José, Isla de Ometepe con un concepto ecológico

#### **4.2.3 Sistematización.**

¿Qué grado de aceptación tendrá una vez abierto al público?

Gustos y Preferencias

¿Nuestro Hotel con la propuesta ecológica llenará las expectativas en cuanto a los gustos y preferencias de nuestros clientes?

Competidores

¿Qué acciones emprenderán los competidores para evitar perder clientes?

Producto

¿Qué productos relacionados a nuestra oferta podemos incluir para ser más atractiva nuestra propuesta?

#### Precio

¿El precio estará acorde al presupuesto de los turistas, a la realidad económica del país o al que el mercado ya ha fijado?

#### Plaza

¿El lugar donde estará ubicado prestas las condiciones para instalar el Hotel?

#### Promoción

¿Qué promoción le será más atractiva a los turistas, para lo cual se presentaras varias y analizar cuáles son las que pueden aumentar la frecuencia o escogencia del Hotel?

#### **4.2.4 Justificación.**

La isla de Ometepe departamento de Rivas, presenta condiciones ideales para el desarrollo turístico, por ende, la infraestructura hotelera constituye un porcentaje significativo de desarrollo dentro del Producto Interno Bruto (PIB), por lo cual se plantea y se implementa un plan de negocio para un hotel ecológico y auto sostenible, lo cual constituirá un valor diferencial respecto a la oferta.

Nuestro proyecto se encuentra enfocado en cubrir las expectativas del usuario que con frecuencia realiza viajes de descanso y placer, en busca de confort.

Se busca comprender la demanda y el perfil de turista a nivel nacional e internacional, analizando las tendencias globales del turismo que pudieran constituir oportunidades en términos de inversión para el departamento de Rivas.

Actualmente no existe en Ometepe un sitio donde ofrezcan un servicio de transporte como el que pretendemos elaborar, ni tampoco un establecimiento donde lo puedan ofertar con las características que nosotros vamos a presentarlo, será un servicio innovador que permitirá disfrutar a nuestros clientes un recorrido mientras este lograr llegar a nuestras instalaciones.

Nuestro consumidor se definirá como persona individual o bien entendida como hogar perteneciente al entorno socioeconómico mediano y alto de la población nacional y extranjera que más allá del extracto al que pertenezcan tienen preferencia, esto debido a su estilo de vida, nivel cultural y entorno en el cual se desenvuelven.

Proveer alojamiento turístico asociado a la naturaleza y belleza de los paisajes que albergan en el lugar, ofreciendo actividades y servicios que tradicionalmente son contemplados en la oferta turística del lugar.

La cultura, idiosincrasia, geografía, clima y características generales de la isla, son antecedentes que se pretenden entregar mediante la entrega de información a los turistas en folletos y recursos de la zona.

Nuestra propuesta de valor se motiva gran parte por el atractivo de la industria y las posibilidades de obtener altas rentabilidades a largo plazo. Las tendencias observadas a nivel mundial en lo que refiere al turismo y perfil del turista definido como objetivo (elevado nivel de estudio y de ingresos, turista extranjero de experiencia y con motivaciones asociadas al placer, paisaje y autosatisfacción.

Así mismo contribuiremos al beneficio económico de nuestro país, porque esperamos obtener la materia prima de proveedores nicaragüenses.

#### **4.2.5 Necesidades de la Información.**

Para llevar a cabo el estudio de mercado es importante que como futuros inversionistas y dueños de este hotel conozcamos que tipo de turista visita la isla, así como las facilidades o dificultades para poder construir un hotel con la temática de salvaguardar el ecosistema de la zona, es importante conocer quiénes son nuestros clientes potenciales, cuáles son sus gustos y preferencias, cuáles son sus expectativas al escuchar que se pretende construir un hotel totalmente diferente a los ya existente en la isla.

Otro aspecto importante es conocer la legislación que regula la materia del turismo, si existen leyes que incentiven a invertir en el sector turístico, saber cuáles son y qué requisitos debemos de llenar para ser adscrito a esas leyes. De igual manera asociarnos a las cámaras de turismo u organismos afines que nos permita ser más eficientes con la administración del hotel, y que sobre todos nos permita capacitarnos a través de programas que impulsa el INTUR para mejorar la calidad del servicio.

En síntesis para poder llevar a cabo nuestro proyecto debemos de contar con información objetiva y de fuentes primarias de nuestros clientes, de la demanda, de la oferta, quienes son nuestros principales competidores, quienes pueden ser nuestros mejores aliados para la realización y puesta en marcha de nuestro hotel ecológico, de la mejor ubicación del hotel, los servicios y los bienes que podemos integrar, el apoyo y la aceptación de las personas de la comunidad, el de la cooperación de las autoridades locales.

#### **4.2.6 Objetivo de Investigación.**

##### **4.2.6.1 Objetivo General**

Determinar el grado de aceptación que tendrá el Hotel Ecológico vistas del Ángel en la Isla de Ometepe, y si este se adecua a los gustos y preferencias de los turistas.

##### **4.2.6.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las expectativas en cuanto a los gustos y preferencias de los clientes.
- Definir los productos relacionados a nuestra oferta que podemos incluir para hacer más atractiva nuestra propuesta.
- Fijar el precio del servicio de alojamiento que esté acorde al presupuesto de los turistas, a la realidad económica del país o al que el mercado ya ha fijado.
- Definir el lugar donde estará ubicado el Hotel, así como las condiciones para instalarlo.
- Identificar el tipo de promociones le son más atractivas a los turistas, cuando deciden hospedarse en un hotel

#### **4.2.7 Método de la Investigación.**

##### **4.2.7.1 Tipo de Investigación**

Para la investigación se utilizará un método con enfoque cuantitativo, es decir: Las encuestas ad – hoc que corresponden con uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados, ya que a través de las encuestas se puede recoger gran cantidad de datos tales como actitudes, intereses, opiniones, conocimiento, comportamiento (pasado, presente y pretendido), así como los datos de clasificación relativos a medidas de carácter demográfico y socio – económico.

Se enfocará más en una investigación descriptiva, ya que a través de las encuestas nos permite obtener información verídica, precisa y sistemática, analizar el comportamiento de los clientes y categorizarlos, encontrar una razón del porque y cuando los clientes harían uso de los servicios brindados por Hotel Vistas del Ángel.

#### **4.2.7.2 Fuente de Datos**

Para la captación de información de la Investigación Descriptiva utilizaremos las encuestas que se efectuará utilizando un cuestionario estructurado para los turistas específicamente.

Así mismo, se utilizarán fuentes indirectas que consisten en búsqueda de estudios anteriores similares, internet, libros sobre turismo, periódicos como La Prensa, El Nuevo Diario y organismos de carácter económico que investigan sobre las actividades económicas del país, y principalmente a través de los datos presentados por el Banco Central, Instituto Nicaragüense de Turismo y Organismos Internacionales. Esto nos va a ayudar a realizar una mejor planeación de dicho Plan de Negocios.

#### **4.2.7.3 Población y Muestra**

La población de nuestro estudio de mercado es finita, ya que solo incluyen todo aquel turista que viaje a la Isla de Ometepe con motivos de relajación, vacaciones, descanso, entretenimiento, los resultados se muestran en el apartado Procesamiento de la Información y Análisis de Datos en el que detalla que el número de personas encuestada (Muestra) fueron 97 personas

Las preguntas básicas del cuestionario permiten obtener la siguiente información:

- Clasificación por origen del visitante.
- Duración de la estancia.
- Gastos de los visitantes.

#### **4.2.7.4 Selección de la Muestra**

Por tanto, la encuesta es un procedimiento utilizado en la investigación de mercados para obtener información mediante preguntas dirigidas a una muestra de individuos representativa de la población o universo de forma que las conclusiones que se obtengan puedan generalizarse al conjunto de la población siguiendo los principios básicos de la inferencia estadística, ya que la encuesta se basa en el método inductivo, es decir, a partir de un número suficiente de datos podemos obtener conclusiones a nivel general.

La principal ventaja de la encuesta frente a otras técnicas es su versatilidad o capacidad para recoger datos sobre una amplia gama de necesidades de

información. Sin embargo, también presenta ciertas limitaciones o inconvenientes como son:

- La posible renuncia del encuestado a suministrar la información que se desea obtener.
- El encuestado puede ser incapaz de aportar la información requerida por múltiples motivos (que no recuerde hechos, no los conozca, no distinga entre diferentes situaciones, etc.)
- El propio proceso de interrogación puede influir en las respuestas del encuestado por cansancio en el interrogatorio cuando se trata de encuestas excesivamente largas, por dar respuestas socialmente aceptadas, etc.

Estas limitaciones o inconvenientes de la encuesta se pueden evitar o reducir a través de un exhaustivo control del instrumento de recopilación de la información, es decir, mediante un adecuado diseño del cuestionario.

Para determinar el tamaño de la muestra, se tomó como referencia el total de turistas que visitaron Nicaragua en 2017, de acuerdo con la información publicada por el Instituto Nicaragüense de Turismo INTUR.

Tabla 9. Ingreso de turistas extranjeros a Nicaragua

<b>Indicadores Básicos</b>	<b>Unidades</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Turismo Receptor</b>						
Llegadas de Visitantes						
Total		1273,154	1390,338	1456,189	1595,914	1957,822
Turistas (Visitantes que pernoctan)		1229,410	1329,663	1386,481	1504,414	1787,260
Visitantes del Día (excursionistas y otros)		43,744	60,675	69,708	91,500	170,562

Fuente: INTUR

#### **4.2.8 Validación, Evaluación y Trabajo de Campo.**

Para aplicar nuestra herramienta de investigación se estructuró una encuesta con un cuestionario con preguntas cerradas que nos permitirá conocer la opinión de los posibles clientes potenciales la cual está dirigida a turistas nacionales y extranjeros que se dirigían a la Isla de Ometepe se llevó a cabo en el puerto de San Jorge de la Ciudad de Rivas, la principal entrada para poder llegar a la maravillosa Isla.

La encuesta se estructuró tanto en español como en inglés con tipos de respuestas cerradas, y se abordó siguiendo los siguientes pasos:

- Presentación formal del encuestador y explicación del objetivo del estudio por el cual se realiza la encuesta al igual que el tiempo que le tomaría responder al cuestionario.
- De ser necesario se presentó el carné estudiantil como comprobante que avale la ejecución de las encuestas
- Una vez que el encuestado aceptó formar parte de la muestra se procedió al llenado del instrumento.
- Planteando las preguntas, formuladas en el orden y tal como están escritas.
- El registro de las respuestas se realizó de manera literal.
- Con la encuesta llenada se agradeció al encuestado por la información proporcionada, intentando dejar una sensación positiva por su aporte.

### **Trabajo de campo**

Los recursos físicos que se necesitaron fueron materiales como lapiceros, tabla portapapeles tamaño carta y fotocopia de encuesta general. En cuanto a recursos humanos se requirió de 4 encuestadores de campo.

- Se seleccionó a uno. de los integrantes del grupo para que supervisara a los demás integrantes como encuestadores en el campo. Esto con el objetivo de asegurar que sigan procedimientos y técnicas.
- Control de calidad y corrección.
- Verificar si los procedimientos de campo fueron adecuados, registro horas trabajadas, gastos y avance programa trabajo.
- Control del muestreo. Asegurar que los entrevistadores sigan estrictamente plan muestreo.
- Control de fraudes. Llenar cuestionario sin encuestado, cambiar preguntas o respuestas.
- Supervisor reporta información sobre calidad y control de costos.

### **Validación del trabajo de campo.**

- Verificar que las entrevistas son auténticas. Evaluación de los trabajadores de campo. - Desempeño, identificar a los mejores. Costos, tiempo, respuestas, calidad entrevista y datos. Costo, tiempo y gastos.
- Tasas de respuesta. Monitoreada oportunamente para realizar correcciones. Calidad de las entrevistas, supervisor observa proceso, presentación apropiada, precisión preguntas, habilidad de sondeo, saber plantear preguntas delicadas, como finalizar la entrevista.

- Calidad de los datos. Datos legibles, se cumplieron instrucciones, respuestas de manera literal, pueden codificarse, sin problemas en falta de respuestas.

Todo lo anterior se hace con la finalidad de obtener información objetiva esto se obtiene a partir de la utilización de principios éticos que no permite la manipulación de la información y que no se obtengan datos erróneos o que carecen de validez para la toma de decisiones.

#### **4.2.9 Procesamiento de la Información y Análisis de Datos.**

Estos resultados indican los hallazgos más importantes de la investigación, teniendo en cuenta la cantidad de visitantes externos reportados por el BCN en el año 2017 que ascendió a más de un millón, por ende, aplicando las técnicas estadísticas se realizaron 97 encuestas las cuales conllevan un margen de error del 5%.

El procesamiento de la información se llevó a cabo mediante el programa de Excel donde realizamos los conteos a las respuestas para posteriormente representarlas por medio de graficas que permitan su fácil interpretación para el análisis de los mismos y la toma de decisiones del plan de negocio.

#### **Plan de recopilación de los datos.**

El proceso de recopilación de la información fue analizado por medio del software Excel de Microsoft Office, en una tabla matriz tabulada.

Ilustración 2. Matriz de carga de datos recopilados de las encuestas.

# PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



Plan de Negocio Vistas del Angel - Microsoft Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Acrobat

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos

Pregunta 1: Sexo			Pregunta 2: Nacionalidad			Pregunta 3: Edad						
Respuesta	Masculino	Femenino	Respuesta	Masculino	Femenino	Respuesta	0-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61+
1	1	1	1	1		1			1			
2	2		2	1		2	1					
3	3	1	3		1	3			1			
4	4	1	4		1	4	1					
5	5	1	5	1		5						1
6	6		6		1	6			1			
7	7	1	7		1	7			1			
8	8	1	8	1		8	1		1			
9	9		9	1		9		1				
10	10		10	1		10	1					
11	11	1	11	1		11			1			
12	12	1	12		1	12						1
13	13	1	13		1	13				1		
14	14	1	14	1		14		1				
15	15	1	15		1	15			1			
16	16	1	16		1	16	1					
17	17		17	1		17			1			
18	18	1	18	1		18						1
19	19	1	19	1		19			1			
20	20		20	1		20	1					
21	21	1	21	1		21			1			
22	22		22	1		22	1					
23	23	1	23		1	23				1		
24	24	1	24		1	24			1			
25	25	1	25	1		25				1		1
26	26		26		1	26			1			
27	27	1	27	1		27	1					
28	28	1	28		1	28				1		
29	29		29	1		29	1					
30	30	1	30	1		30			1			
31	31		31		1	31				1		
32	32	1	32		1	32						1
33	33		33	1		33	1					
34	34		34	1		34						1
35	35	1	35		1	35			1			
36	36		36	1		36	1					
37	37	1	37		1	37			1			
38	38	1	38	1		38			1			
39	39	1	39		1	39				1		
40	40		40		1	40						1
41	41	1	41	1		41			1			
42	42	1	42		1	42			1			
43	43		43	1		43				1		
44	44	1	44	1		44			1			
45	45		45	1		45						1
46	46	1	46		1	46			1			
47	47		47	1		47			1			
48	48	1	48		1	48			1			
49	49	1	49		1	49						1
50	50	1	50		1	50	1			1		
51	51	1	51	1		51			1			
52	52	1	52		1	52					1	

# PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



Plan de Negocio Vistas del Angel - Microsoft Excel															
Herramientas de tabla															
Diseño															
Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Acrobat															
Diseño															
Cortar Copiar Pegar Copiar formato Portapapeles Fuente Alineación Número Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eli															
A3 fx 1															
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	
1	Pregunta 1: Sexo			Pregunta 2: Nacionalidad			Pregunta 3: Edad								
2	Respuesta	Masculino	Femenino	Respuesta	Masculino	Femenino	Respuesta	0-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61+		
54	52	1		52		1	52						1		
55	53		1	53	1		53			1					
56	54		1	54		1	54			1					
57	55	1		55		1	55				1				
58	56	1		56	1		56			1					
59	57		1	57	1		57				1				
60	58		1	58		1	58			1					
61	59		1	59		1	59			1					
62	60		1	60	1		60			1					
63	61	1		61		1	61				1				
64	62		1	62		1	62	1							
65	63		1	63	1		63				1				
66	64	1		64	1		64			1					
67	65	1		65		1	65				1				
68	66		1	66		1	66				1				
69	67	1		67	1		67			1					
70	68		1	68		1	68			1					
71	69	1		69	1		69			1					
72	70		1	70		1	70			1					
73	71	1		71	1		71				1				
74	72	1		72		1	72				1				
75	73	1		73		1	73			1					
76	74		1	74	1		74			1					
77	75		1	75	1		75				1				
78	76	1		76	1		76	1							
79	77		1	77	1		77			1					
80	78	1		78		1	78			1					
81	79		1	79		1	79			1					
82	80		1	80	1		80				1				
83	81	1		81	1		81			1					
84	82		1	82		1	82			1					
85	83	1		83		1	83			1					
86	84		1	84		1	84				1				
87	85	1		85	1		85			1					
88	86		1	86	1		86	1							
89	87		1	87	1		87			1					
90	88	1		88	1		88				1				
91	89		1	89	1		89				1				
92	90		1	90		1	90			1					
93	91	1		91		1	91			1					
94	92		1	92	1		92				1				
95	93	1		93	1		93			1					
96	94		1	94		1	94				1				
97	95	1		95		1	95				1				
98	96		1	96		1	96			1					
99	97		1	97		1	97			1					
100															
101	Total	46	51	Total	46	51	Total	11	2	45	25	5	9		

Fuente Elaboración propia

#### **4.2.10 Análisis de Resultados.**

Gracias a la investigación de mercado, obtuvimos resultados valiosos para la elaboración de nuestro plan de negocio.

El conteo de los datos muestra que la mayoría de los encuestados son mujeres (51%), tienen entre 20 y 40 años (48%), predominan los turistas extranjeros con (72%).

El 64% de los encuestados se hospedó en la isla por 3 noches o más, presentando una distribución similar entre alojamiento en Hotel (40%) y Hostal (40%), con sólo el 10% en Casa Rural. En relación a los acompañantes de viaje, solo una minoría viajó con familiares (21.6%) o con amigos (18.6%), la frecuencia con la que visitan la isla con menos frecuencia represento el (88.7%).

De acuerdo a esto, pudimos apreciar que hubo gran aceptación de las personas con respecto a la buena experiencia en la isla del (89.7%), las visitas mayores reflejaron ser mayor en la temporada de fin de año por un (74%), la mayoría de visitantes que se alojó con al menos 3 acompañantes significativo del (60%).

Los visitantes dieron prioridad al hecho de escoger la atención en (30%), el ambiente que rodea el lugar de alojamiento (25%), la preferencia por el nivel de calidad de local represento el (24%) y los que se inclinaron a elegir un local por el precio significativo el (21%); en cuanto a la cantidad de dinero que los turistas estarían dispuestos a pagar entre 21 o más dólares represento el (77.3%).

#### **4.3 Descripción del Producto/Servicio**

En el presente acápite, se abordará lo referente a la descripción del servicio, haciendo principal énfasis en los atributos, características y beneficios que se obtendrán de la creación del Hotel Vistas del Ángel. Asimismo, se establecerán estrategias puntuales en áreas de mercadeo, publicidad y promoción, se definirá la estrategia de fijación de precios que más se ajuste a los requerimientos de los clientes, la estrategia de distribución, tomando en cuenta los canales necesarios que harán que el servicio se comercialice y se definirán los segmentos de mercados a los que se estará dirigiendo la empresa.

Por otro lado, en este plan se incluirá el cálculo de la demanda actual y potencial de servicios de alojamiento, basando la decisión de participación de mercado en la capacidad instalada del hotel.

#### 4.3.1 Descripción del Servicio.

Hotel Ecológico Vistas del Ángel se presenta como una alternativa para los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Isla de Ometepe con un concepto fresco y en armonía con la naturaleza respetando el ecosistema donde estará ubicado esto es óptimo para las personas que busca algo nuevo y distinto, amantes de la naturaleza y de la fauna. Hotel Ecológico Vistas del Ángel, estará ubicado en San José del Sur, Municipio de Altagracia, Isla de Ometepe, Rivas. Para llegar a este destino desde la capital Managua, se debe utilizar un autobús en el Mercado Roberto Huembés con destino a San Jorge, el costo de pasaje oscila entre los C\$50 y C\$70 o US\$3.00 aproximadamente.

Una vez en San Jorge, se debe utilizar un ferry o lancha de madera que se dirigen hasta la Isla de Ometepe, en el punto de desembarque es llamado Moyogalpa, que es el principal municipio de la Isla, o bien tomar los barcos o lanchas que van para San José Del Sur, que se ubica a 15 minutos aproximadamente de Moyogalpa por vía terrestre desde el muelle de Moyogalpa por vehículo, el tiempo estimado es de 19 minutos en vehículos.

Ilustración 3. Ubicación Muelle de Moyogalpa-San José

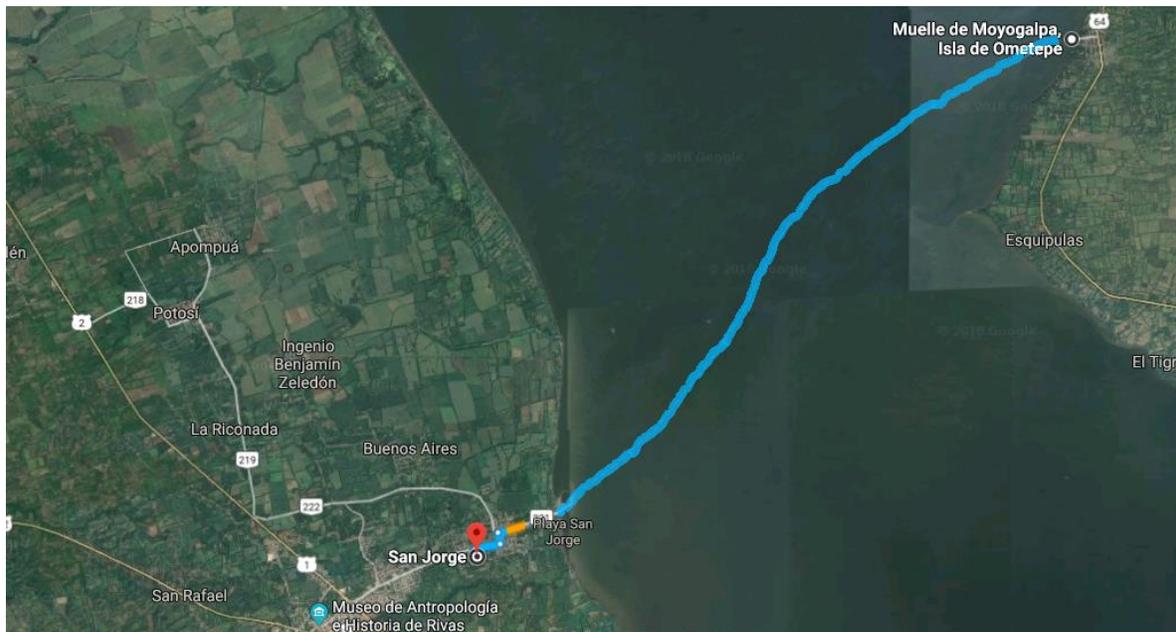


Fuente Google

En ambos lugares se encuentran hospedajes modestos pero muy buenos y de ambiente familiar.

Duración: 60 minutos al puerto de Moyogalpa (17 km), 80 minutos al puerto de San José (24 km).

Ilustración 4. Ubicación Rivas-Muelle de Moyogalpa



Fuente Elaboración propia

Es seguro y más económico utilizar las lanchas, sin embargo, ellos no operan los domingos. Si la persona es propensa a mareos por la navegación, se le recomienda que utilice el ferry.

El itinerario del ferry es siempre el mismo, aún en los días festivos (Navidad, Año Nuevo, Semana Santa).

Si el punto de partida es el departamento de Granada con destino a la isla de Ometepe, se puede utilizar el barco de Granada con destino a Altagracia, el tiempo estimado de duración es de 4 horas.

Compre su boleto antes de abordar el barco. Un boleto en primera clase cuesta alrededor de US\$9 (el doble que una de segunda clase) y le permite estar en la cabina con aire acondicionado y ver TV, o colgar su hamaca (si lleva una) en la cubierta de primera clase.

Para el ferry de medianoche desde Altagracia a Granada, las taxis compartidas recogen pasajeros en los hoteles en Altagracia alrededor de las 10:30p.m.

De San Carlos En la ruta de San Carlos el ferry efectúa algunas pequeñas escalas en Morrito y San Miguelito en la costa norte del Lago de Nicaragua. No hay acomodaciones para dormir en el barco.

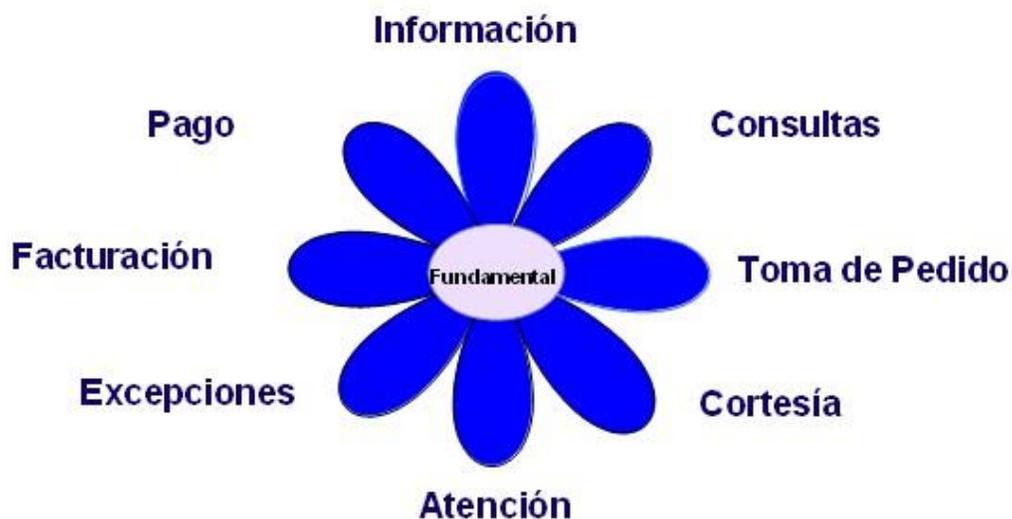
Para los turistas que visitaran nuestro Hotel lo más recomendable es que tomen el Ferry que desembarca en el puerto de San José del Sur con la limitante que este

efectúa solo dos viajes de ida y de venida uno por la mañana y otro por la tarde, el que ofrece varios viajes en el día es el de Moyogalpa.

#### 4.3.2 Flor de Servicio

Una de las maneras de evaluar aquello que el cliente espera recibir, o los beneficios que adquirirá al hacer uso de los servicios que ofrece el hotel, es mediante la herramienta de la flor del servicio, la cual cuenta con ocho pétalos que se describen a continuación:

Ilustración 5. Flor de Servicio



Fuente Web

Hotel vistas del Ángel, estará comprometido en brindar **información** oportuna y real a fin de que el cliente tenga a su alcance la disponibilidad y oferta disponible para su elección que se ajusten a sus necesidades y presupuesto. En este sentido, se hace referencia a la entrega de catálogo de los servicios con sus respectivas tarifas, cotizaciones de reservas, así como los horarios de atención y el área geográfica donde se encuentra ubicada la empresa. Esta información será proveída, a través de trípticos que contengan descripción de las habitaciones y formas de contacto con el personal. Además, el turista podrá encontrar información relevante en medios tecnológicos como es el caso de las plataformas digitales, página web, motores de reservas en línea, fan page en redes sociales, entre otros.

Las **consultas** pueden ser realizadas en cualquier momento al personal de turno, los cuales deberán tener capacidad de respuesta para resolver problemas concretos que puedan suscitarse en el transcurso del periodo laboral. Por ello, se

ha definido que los principales medios de consultas sean mensajes directos a través de correo electrónico o redes sociales y llamadas telefónicas.

El personal dispondrá de un tiempo máximo a 30 minutos para contestar al turista a través de correo electrónico, y una hora máxima para contestar a través de las redes sociales, proveyendo de esta forma, la información necesaria requerida por el mismo. En caso de no contar con la información, el personal deberá enviar de igual forma un correo al turista, indicando que su solicitud está en proceso, y que se dará respuesta lo más pronto posible.

La **toma de pedido**, en este caso hace referencia al periodo en el que los turistas realizan sus reservaciones. Por ello se definirán parámetros y protocolos de lo que se debe hacer previo, durante y posterior a este proceso. Asimismo, se establecerán regulaciones en el periodo de respuesta ya sean de cotizaciones o reservas directas y en la calidad orientada en la atención al cliente. Para la ejecución de la reserva existen una serie de procesos que se detallarán en el plan de producción posterior.

El personal altamente capacitado en la atención al cliente, deberá de mostrar **cortesía** en todo momento a los turistas. Esto como parte de los valores organizacionales que se han planteado para la empresa. Este trato, está ligado a la manera en la que se atiende desde el primer momento en que el turista solicita información, hasta que el turista finalice su estadía en el hostel.

La empresa proveerá **seguridad** en diferentes ámbitos, seguridad al cliente interno, es decir a los colaboradores, proveyéndoles todos los equipos necesarios que garanticen la perfecta operatividad de la misma, así como seguridad médica, social y recreacional, en este sentido se tratará en la medida de lo posible, de contar con un personal altamente motivado.

Por otro lado, la seguridad al turista juega un papel muy importante dentro del servicio, ello se debe a que es una de las principales exigencias del mercado actual, que está asociada a la calidad de los servicios. Por esta razón, se habilitará un espacio destinado para que los turistas puedan guardar sus pertenencias de valor mientras estos se encuentren en el hotel. Estas cajas fuertes se encontrarán en la recepción, bajo vigilancia de la recepcionista de turno. Aunque la zona es segura, se contará con personal de seguridad externa.

A través del buzón de sugerencias se pretende recopilar información por parte de los turistas, para continuas mejoras al hotel. Las **excepciones** se tomarán ya sea de forma directa de los turistas o a través de comentarios o recomendaciones realizadas por ellos.

En el sistema de **facturación** existirán diferentes formas de **pagos**, una de ellas será a través de pago en línea, en los motores de reservas como Booking y

Hostelworld, a la vez pago con tarjeta de crédito o efectivo en las instalaciones del hostel. Como política se ha definido cumplir con el cobro exacto de los servicios, con el objetivo de garantizar el cumplimiento de los acuerdos previos establecidos y evitar malos entendidos con el turista que se hospede. La empresa, se compromete a respetar los acuerdos de pago establecidos en promociones de temporada.

#### **4.3.3 Especificaciones del Hotel Ecológico Vistas del Ángel.**

Hotel Ecológico Vista del Ángel, estará ubicado en un área de 5 manzanas de Tierras bordeada por playas privadas, El Hotel está integrado por senderos que ofrece una hermosa vista del lugar; separado del lago solamente por un pedazo estrecho de tierra la cual sirve de casa para muchos pájaros, y un pequeño bosque tropical seco.

Ilustración 6. Infraestructura del Hotel



Fuente Elaboración propia

La infraestructura del Hotel, el servicio de los tours, el transporte, la alimentación por su parte, se caracterizan por su calidad en el servicio, cómodas habitaciones y variedad de platillos y bebidas en su menú. Realizar una caminata en el pueblo, tomar el sol en la tranquila playa, o pasear en kayak en el lago son algunas de las opciones adicionales que ofrece este hermoso lugar.

El hotel ofrece alojamiento en diez cuartos ecológicos con una capacidad para un máximo de cuatro personajes en cada habitación. Las habitaciones son cómodas protegidas contra insectos, con baño privado y abanicos, sin embargo, agradable clima fresco que ofrece la Isla no requiere mayor climatización.

Ilustración 7. Imagen de una habitación

## PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



Se trata de una arquitectura hecha de materiales reciclables como lo son los polines y ripios de maderas cortados detalladamente para construir las paredes, utilizando un sistema constructivo inspirado en la arquitectura tradicional nicaragüense. Solo se utilizan materiales naturales para no generar campos electromagnéticos que alteran el sistema nervioso.

Los materiales utilizados en las construcciones no son tóxicos para la salud. Se utilizan pinturas y tintes, realizados con colorantes y aceites naturales. Se utilizan lámparas que ahorran energía y se hace un consumo responsable del agua. El lugar ya posee un pozo de agua y se construirá campos de absorción de aguas grises y negras, que permiten el riego de las plantas.

El Hotel Ecológico vistas del Ángel, y sus cabañas que la conformarán estará construido en forma de un domo o coliseo entechado el cual tendrá un amplio corredor alrededor de una plaza con una fuente, rodeada de jardines. En el hotel también podrá comer al aire libre, improvisando comedores para realizar asados, contara con una cocina ecológica común que podrán usar los visitantes que deseen llevar sus alimentos, un pequeño parque en el que habrá varios juegos para niños y sitios especiales para compartir y descansar rodeado del verdor tropical, los que opten por dormir más relajado podrán hacer uso de las hamacas instalados en los frondosos árboles que rodea el hotel.

En un ambiente natural, de aire sin contaminación y de seguridad, es un lugar óptimo para el Turismo Rural, Agroturismo y Ecoturismo; el descanso, la lectura, la meditación la contemplación o la capacitación.

Con la construcción del Hotel se pretende afectar lo menos posible el ecosistema del lugar para lo cual sembraremos árboles frutales tropicales de la región, árboles que aporten más frescor al Hotel, también un área de cultivo en el que se puedan sembrar las verduras y hortalizas que consumirán nuestros clientes y ofrecer la comida lo más natural posible a un precio competitivo.

Con nuestros tours podrá saborear comidas típicas del campo y bebidas de la zona, realizar caminatas, cabalgatas y ciclismo por senderos arbolados, disfrutar de la naturaleza, en los diversos lugares que ofrece la Isla por mencionar algunos de sus atractivos y famosos: El Ojo de Agua un manantial claro de origen volcánico, Playa Santo Domingo, Punta Jesús y María en el cual puede recorrer cierta distancia entre el lago ya que cuenta con un camino que divide el agua, senderismo en sus dos volcanes, visitar reservas ecológicas de carácter privado como Charco verde y sus playas además de conocer sus dos municipios Atlagracia y Moyogalpa, hacer amistades con su gente con las personas que la visitan.

#### **4.3.4 Presentación del Hotel Ecológico Vistas del Ángel.**

El nombre con el contará El Hotel Ecológico es “Vista del Ángel”, el cual ofrecerá un servicio diferenciado de los demás hoteles que ya existen en la Isla para lo cual se contara con un personal altamente calificado en el servicio y que se atiende al cliente de manera eficiente y oportuna que la solicitud de cada servicio sea atendida de forma rápida y expedita.

Nuestra meta es encontrar la fórmula para que nuestros clientes se vayan del hotel satisfecho y con las ganas de regresar a la Isla y por su puesto ser su opción número.

Entre los servicios que ofreceremos esta: Hospedaje, Transporte, Alquiler de motos u otro medio que soliciten, Tours, alimentación, todo esto encaminado a ofrecer la mayor comodidad de los que nos visitan.

Los turistas podrán obtener información de nuestro Hotel y servicios a través nuestras redes sociales, sitio web, publicaciones especializadas, volantes y sobre todo de las recomendaciones que den clientes que ya nos hayan visitado.

Podrán hacer sus consultas a nuestros correos electrónicos, en las páginas de nuestras redes sociales, números telefónicos, WhatsApp, las cuales podrán hacer atendidas a la brevedad posible para captar el cliente y no se vaya a ir por otra opción.

Los clientes podrán hacer reservas con anticipación más en las fechas en la que la Isla recibe una gran ola de turistas nacionales y extranjeros como al inicio y fin de año, Semana Santa, y todo el mes de diciembre, para lo cual nuestros colaboradores le indicaran cuales son los requisitos que deben de cumplir para las reservaciones y no se queden sin alojamiento.

Los colaboradores recibirán una esmerada capacitación en Atención al Cliente para lo cual el hotel contará eventualmente con servicios profesionales que asesoren la atención a los clientes, porque todo depende de la actitud que los

colaboradores puedan tener hacia un cliente, por lo cual este deberá de contar con perfil de vocación de servir a los demás. Estos serán seleccionados cuidadosamente que llenen los requisitos para estos puestos.

Los clientes que por su fidelidad y lealtad a nuestros Hotel podrán gozar de privilegios como descuentos especiales, regalos de cortesías o suvenires de la zona.

Nuestros clientes pueden hacer su pago de manera anticipada o bien una vez que su estadía haya culminado en nuestro Hotel, para lo cual podrá pagar en efectivo, y tarjetas de cualquier tipo ya sean débitos o créditos.

#### **4.3.5 Ciclo de vida**

El Hotel, al tratarse de una empresa de nueva creación, se situará en la etapa de iniciación, la cual competirá con pocos Hoteles con las características de ser ecológicos pero que ya tienen años operando en la Isla de Ometepe, se logaron identificar cinco hoteles con propuestas similares a las Propuesta de Hotel Ecológico Vistas del Ángel, este se caracteriza por unas ventas bajas, unos costes altos y por tanto beneficios reducidos, unos clientes pioneros o innovadores (al ser los que van a iniciar el consumo del servicio sin contar con experiencia previa) y escasos competidores. Los principales objetivos de esta fase son crear conciencia de marca en el consumidor y estimular la prueba del producto, en este caso del servicio de alojamiento. Así, la mayor parte de las acciones que se llevarán a cabo estarán encaminadas a la comunicación, centradas en la publicidad y fuerza de ventas. Para ello se hará un gran esfuerzo para dar a conocer a la empresa en el mercado mediante la página web, anuncios en buscadores, ferias y folletos turísticos.

#### **4.3.6 Marca del Hotel**

Cuando se crea una marca, es necesario distinguir entre nombre y logotipo. El nombre es la sustancia básica que da soporte a la marca, por lo que es necesario que éste sea original, atractivo para el consumidor, fácil de pronunciar y memorable, es decir, que se recuerde fácilmente. Por otro lado, el logotipo es el grafismo empleado para distinguir la marca de una empresa. Teniendo en cuenta lo anterior, para la elección del nombre de marca del hotel se ha recurrido al campo de la tradición y la cultura, optando por el nombre de “Hotel Vistas del Ángel” al ser este uno de los principales símbolos de la isla de El Hierro, con gran afluencia turística.

En cuanto al logotipo diseñado para el hotel, se ha optado por el empleo de tonos cálidos para transmitir sensación del clima agradable propio en la isla, así como tonos verdes y marrones, que evocan los colores de la naturaleza.



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la estrategia de marca a adoptar, el Hotel optará por una estrategia de marca única, consistente en que la comercialización de todos los servicios ofertados se llevará a cabo bajo una misma y única marca.

#### **4.4 Análisis de la Competencia**

El ingreso de nuevos competidores en el área hotelera de la ciudad de Moyogalpa resulta complejo y difícil debido a las barreras de ingreso que se generan por diversos factores, entre los cuales destacan:

- Los inversionistas deben tener un capital de trabajo importante, para construir una estructura lujosa y adquirir muebles, equipos y enseres, que permitan brindar un excelente servicio de alojamiento a los clientes.
- Dificil acceso a créditos, por parte de las entidades financieras para incursionar en este tipo de negocios, ya que se requiere de un proyecto factible y sostenible en el tiempo.
- Falta de conocimiento del comportamiento del mercado y la industria hotelera.
- Incremento de costo por m<sup>2</sup> de los terrenos en la zona hotelera en la ciudad de San José del Sur.

Hace 5 años: \$.180.00 x m<sup>2</sup>

En la actualidad: Aprox. \$. 450 x m<sup>2</sup>

A pesar de ello, el apoyo que brinda el Ministerio de Turismo ha permitido el ingreso de nuevos competidores en el mercado constituyendo una amenaza de mediano impacto, por ello el proyecto busca ser diferente de la competencia y busca complementar la propuesta del hotel con un enfoque ecológico y auto sostenible.

- Análisis detallado de la oferta de los competidores:

Los competidores del Hotel Vistas del Ángel serian: como competidor directo el Hotel Ecológico Tierra Blanca y como indirectos tenemos algunos como The Spicy Mango y Hostal Cabinas las brisas. Ambos lugares, son los únicos que poseen la infraestructura y la capacidad para ofrecer servicios similares a los que el hotel Vistas del Ángel está diseñado.

## PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



El Hotel Ecológico Tierra Blanca ocupa un magnífico edificio de tipo hacienda en la localidad de Ometepe y ofrece unas vistas espectaculares al lago de Nicaragua y un desayuno gratuito, además de jardines tropicales exuberantes. El volcán Concepción está situado a 10 minutos en coche.

Este ofrece habitaciones que presentan una decoración de estilo rústico y disponen de armario amplio y baño privado con artículos de aseo gratuitos. También hay habitaciones compartidas con baño compartido.

Todos los días se sirve un desayuno con productos locales. A menos de 5 km hay varios sitios para comer, donde los huéspedes podrán almorzar y cenar. El hotel ofrece servicio de alquiler de motos. También se organizan servicios de alquiler de barco con capitán para un máximo de 15 personas y excursiones guiadas a los volcanes Concepción y Maderas. Además, ofrecen servicios de alquiler de bicicletas, motos y vehículos de gran capacidad.

El hotel alberga manantiales naturales. El personal del hotel también organiza una amplia variedad de actividades, como senderismo y natación. La localidad de Moyogalpa, donde tienen salida los ferris con destino al continente, este se encuentra a 10 minutos en coche del Hotel Ecológico Tierra Blanca.

Cuentan con wifi gratis, zona privada de playa y parking gratis. Sus precios oscilan desde U\$21.00 (redondeado) y para cualquier reservación tienen que hacer un deposito vía transferencia bancaria.

Ilustración 8. Hotel Ecológico Tierra Blanca



## PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



Fuente Hotel Tierra Blanca.com

Este Hotel sería nuestra mayor competencia, con la única diferencia que nosotros vamos ofrecer transporte gratis y nuestros precios podrían variar a comparación de los que ellos ofrecen y seríamos el segundo Hotel Ecológico.

El Hotel The Spicy Mango en sus áreas comunes tienen áreas verdes con internet, un rancho con hamacas, jardín alrededor de su propiedad, a 300 metros del puerto de Las Brisas en San José del Sur, están a 5 minutos de la Reserva Ecológica de Charco Verde, frente al principal carretera de la isla donde se puede tomar un autobús público, también poseen un restaurante con un ambiente muy local y donde se puede interactuar con personas de la isla y los viajeros, con un personal meramente local y una gastronomía muy tradicional también ofrecen una visita de 10 minutos al museo numismático y precolombino. Sus precios oscilan desde los U\$25.00 y al igual que nosotros ellos ofrecen transporte.

Tienen un excelente ambiente para experimentar el sabor de una comunidad isleña, con una calidez humana y amigable con prácticas sostenibles donde pueden integrarse en los proyectos que el albergue acompaña.

Ilustración 9. Hotel The Spicy



Fuente: Vianica.com

En cambio, el Hostal Cabina Las Brisas ofrecen un espacio único porque es privado según ellos no hay ruido de coches ya que no tienen calles que les afecte con ruido, solo el ruido de las aves cuando amanece. Las habitaciones cuentan con paredes que contienen piedra volcánica, con iluminación externa e interna, con buena calidad, están debidamente equipadas con 2 camas una matrimonial y una individual, baño privado. Ofrecen un lugar de lectura y área verde. Sus precios oscilan desde U\$19.00.

Ilustración 10. Hostal Las Brisas



Fuente: Booking

Cabe destacar que ambos locales tienen como hito histórico el inicio de la atención de los clientes a partir de enero y febrero del año 2018.

Como competencia sustituta tenemos El Hotel La Punta Resort, Hospedaje La Cascada, Finca San Juan de la Isla, La Casa de Doña Jacque y Cabinas Sonny & Cabinas Gallazo.

El Hotel La Punta Resort, está ubicado a 0,1 km de Punto Jesús María y a 10,9 km de Charco Verde. Ojo de Agua Park y Monolitos de Altagracia también están a menos de 25 kilómetros. Este hotel ofrece una piscina al aire libre, servicio de recepción 24 horas y asistencia turística y para la compra de entradas. Podrás disfrutar de un desayuno completo gratuito, wifi gratis en las zonas comunes y aparcamiento sin asistencia gratuito. Poseen 10 habitaciones que tienen wifi gratis, televisor de pantalla plana con canales por cable y ducha. Sus precios oscilan en U\$40.00.

Ilustración 11. Hotel La Punta Resort



Fuente: Hoteles.com

Hospedaje La Cascada está ubicado a unos 300 metros de la Estación Biológica del Volcán Maderas, donde inicia el recorrido para llegar a la Cascada San Ramón. Es un pequeño y simpático local familiar, instalado en una casa ometepina, con un rancho ideal para ver el atardecer en la playa del Lago Cocibolca, de fondo tendrá el Volcán Concepción y la otra costa del lago. Posee 5 habitaciones que pueden llegar a albergar de 1 a 3 personas y están equipadas con baño privado, abanico y algunos muebles para acomodar sus accesorios personales o ropa. En el mismo local hay una pulpería de la familia. La comida se puede encargar ahí mismo y probar una comida típica nicaragüense. Por otro lado, es posible alquilar caballos y bicicletas para ir a recorrer la zona de petroglifos cercana o solo relajarse haciendo un recorrido en las costas del lago.

Ilustración 12. Hospedaje La Cascada



## PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



Fuente Vianica.com

La Finca San Juan de la Isla está ubicada en la isla de Ometepe, en el municipio de Altagracia, ofrece una impresionante panorámica de los imponentes volcanes Concepción y Maderas. En este refugio se podrá disfrutar de la serenidad, el confort, las actividades al aire libre y deportes de aventura. Paisajes, naturaleza y cultura. Las habitaciones cuentan con interiores, estancias acogedoras y luminosas en las que sobresale la exquisitez de su decoración, proporcionada por peculiares detalles y el uso de la madera en sus muebles y otros elementos. La comodidad que ofrecen las instalaciones del hotel, la calidez y el servicio de su gente hacen que su estadía en Ometepe sea placentera e inolvidable. Tienen Bar y Restaurante en donde ofrecen platos propios de la gastronomía nacional, destaca por sus productos frescos y estacionales ofertando comida de excelente calidad con una variedad de bebidas naturales y vinos propios de la región latinoamericana. Sus precios oscilan desde los U\$75.00.

# PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



Ilustración 13. La Finca San Juan de la Isla



Fuente San Juan de la Isla.com

La Casa de Doña Jacque se encuentra en Moyogalpa y ofrece jardín y Wifi gratuita en todas las instalaciones. Este bed and breakfast ofrece una recepción abierta las 24 horas. El personal del establecimiento puede organizar traslados al aeropuerto. Algunas habitaciones tienen una zona de cocina con nevera. Los huéspedes del bed and breakfast podrán disfrutar de actividades en Moyogalpa y sus alrededores, como el ciclismo. Sus precios oscilan desde C\$ 382.

Ilustración 14. La Casa de Doña Jacque





Fuente Booking.com

Aunque la industria de hospedaje está creciendo considerablemente, el sector no está siendo tan competitivo a nivel de departamento. El aumento generalizado de los prestadores de servicio de alojamiento en la Isla de Ometepe, no significa que se cree un posicionamiento adecuado de la marca. Por lo que una buena estrategia que gestione la marca de la nueva empresa en todos sus niveles, garantizará un éxito parcial en la gestión comercial de la empresa.

A nivel nacional, existen empresas de hotelería muy competitivas, que han logrado captar una cuota de mercado bastante amplia, ello se debe a la centralidad turística que han adquirido los territorios donde dichas empresas se encuentran localizadas. Lo que representa que los competidores indirectos se han establecido y posicionado como los principales oferentes de servicio de alojamiento en un segmento ya definido.

Si bien es cierto, la competencia directa la constituyen los prestadores del servicio de alojamiento categorizados como hostales tal es el caso de Hostal Cabinas Las Brisas, también la constituyen prestadores categorizados como hoteles. Sin embargo, no se analizaron debido al enfoque de mercado que cada categoría tiene definida, la cual no coincide con la estrategia de enfoque planteada por Hotel Vistas de Ángel.

#### 4.5 Objetivos de Marketing

Los hoteles siempre han puesto en práctica diferentes técnicas para conseguir, darse a conocer y aumentar su volumen de negocio. Sin embargo, conforme pasa el tiempo y las nuevas tecnologías se imponen, los hoteles deben adaptar las estrategias de marketing que adoptan para no perder oportunidades de negocio.

#### **4.5.1 Objetivo General**

Planificar estrategias de marketing que sean efectivas para el posicionamiento en el mercado turístico y hotelero de nuestro Hotel Ecológico en la Isla de Ometepe, mediante un análisis sobre la competencia directa e indirecta, las necesidades del cliente y la demanda.

#### **4.5.2 Objetivos Específicos**

- Determinar cuál es la situación del mercado hotelero en la Isla de Ometepe.
- Identificar las necesidades de los clientes potenciales y sus gustos y preferencias en cuanto a hospitalidad y alimentación, actividades de recreación.
- Analizar la estacionalidad y las estrategias implementadas por el Hotel Ecológico Vistas del Ángel, para lograr posicionamiento en el mercado turístico.
- Determinar la estacionalidad del Hotel y las diferentes estrategias de marketing que implementan, para proponer estrategias adecuadas.
- Diseñar una propuesta de plan de Marketing para el Hotel Ecológico Vistas del Ángel.

#### **4.6. Descripción del Mercado Meta**

La estrategia de marketing determinará los pasos a seguir para alcanzar una Posición ventajosa frente a la competencia, de forma que se aprovechen las oportunidades del mercado, se maximicen los recursos de la empresa y se minimicen las amenazas. Además, igual que los objetivos, debe ser coherente con la visión y misión de la empresa, así como con los recursos de los que dispone.

El Hostal va a llevar a cabo una estrategia combinando las de diferenciación y segmentación, lo que de acuerdo a la ampliación que Johnson y Scholes (1999) proponen a las estrategias competitivas de Porter (1985) se denominaría *diferenciación segmentada*.

Por un lado, mediante la estrategia de diferenciación la empresa intentará ofrecer un producto o servicio con rasgos distintivos que le permita diferenciarse de los competidores. Entre los motivos que han llevado al hotel a la elección de esta estrategia destacan:

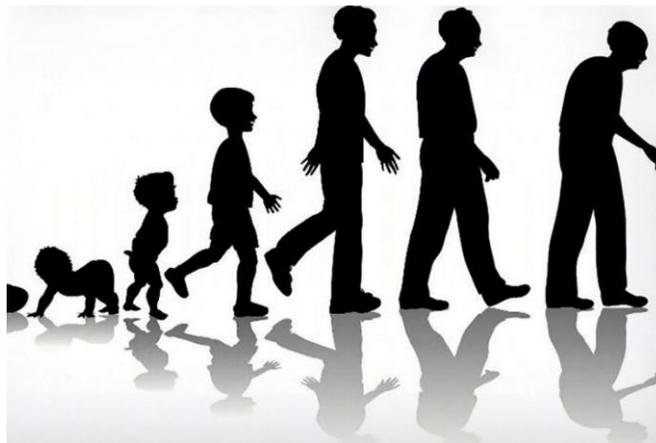
- Oferta muy variada de actividades, posibilidad de contar de forma gratuita con un instructor del hotel para algunas prácticas deportivas
- Único hotel en la isla con área de equitación
- Trato personalizado a los clientes, al ser una empresa pequeña

- Alto interés por prestar un servicio de calidad
- Preocupación por el medio ambiente y contribución activa con el mismo

Por otro lado, con la estrategia de segmentación el hotel tratará de alcanzar esa ventaja de diferenciación, pero centrándose en un mercado concreto. Dicho de otra forma, el hecho empresa dirigida al sector del turismo rural hace que vea como posible clave de éxito la posibilidad de innovar en la oferta de servicios ofertados a los clientes, ya que puede ser más personal y adaptada a sus necesidades que las que ofrezca la competencia.

Para lograr con éxito la estrategia planteada, la empresa deberá adoptar una serie de acciones específicas atendiendo a todas las variables del marketing.

Ilustración 15. Ciclo de Vida



Fuente web

### **Estrategias de Segmentación y Posicionamiento**

La complejidad del mercado y la existencia de necesidades y gustos tan dispares en el consumidor hacen que las estrategias de segmentación del mercado y de posicionamiento del producto sean algo fundamental, ya que permitirán determinar las necesidades del consumidor de forma precisa y ofrecerle un servicio personalizado, para lograr así un excelente nivel de satisfacción.

#### **Criterios de segmentación**

El Hotel se dirige, en términos generales, a todo el mercado. No obstante, hace una distinción entre dos segmentos; particulares y grupos. Como ya se ha mencionado, en el primero se incluyen los turistas locales, nacionales y extranjeros, mientras que, en el segundo, los grupos se incluyen todos aquellos grupos de viajeros (estudiantes, sénior) que contraten el uso de nuestro servicio a

través de agencias de viaje y tour operadores. De este modo, el hotel está preparado para recibir clientes que acudan individualmente, en pareja, en familia con niños y en grupos.

Además, puesto que de momento no resulta posible conocer el número de clientes que se decantarán por el hostel, y tampoco el porcentaje de turistas que se podrían captar de aquellos que visitan otras islas.

En el caso de turismo rural logramos identificar 4 dimensiones que agrupaban una variedad de beneficios buscados por los turistas al seleccionar vacaciones de turismo rural. “El primer factor, agrupaba ítems relacionados con el deseo de experimentar un sitio virgen en el campo, observar la belleza escénica y aprender sobre la naturaleza. El segundo factor, agrupaba ítems relacionados con la necesidad de experimentar el modo de vida rural y una cultura diferente, además de querer conocer a gente local. El tercer factor, está relacionado con la necesidad de relajarse, escapar y descansar. El último factor, menciona la participación en actividades deportivas y la necesidad de experimentar el espíritu de aventura.”

Posteriormente se identificaron 4

**Activos:** Mostraban un interés general por todas las dimensiones, pero fueron los únicos con un puntaje positivo en *Deportes*, lo que se comprobó por su interés en actividades como ciclismo, caminatas largas, etc. En su mayoría eran personas menores de 44 años, de clase social alta, con vacaciones largas (8.18 días) y presencia de familia con niños.

**Observadores:** Tienen un interés en el aspecto *Outdoors* y buscaban relajarse. Gustaban de actividades como conducir por el campo, hacer caminatas cortas, picnics y estudiar la naturaleza. Se alojaron en hoteles, eran de una clase social alta con vacaciones largas (8.08 días) y tenían una proporción alta de familia con niños.

**Relajados:** Tomaban vacaciones más cortas (6.54 días) y preferían servicios de camping.

**Rurales:** Estaban interesados exclusivamente en la dimensión *Ruralidad*. La única actividad que le destaca del resto es la visita a sitios históricos. Fueron los que más utilizaron servicio de alojamiento y fincas productivas.

Ilustración 16. Tipos de Turistas



Fuente Web

### Posicionamiento estratégico

Este último paso consiste en establecer la posición del producto/servicio en el mercado objetivo para llevar a cabo un plan de acciones de marketing específico. En este sentido, es fundamental contar con un fuerte conocimiento de la competencia y ofrecer un servicio con mayor valor añadido, que se adapte a las necesidades del segmento seleccionado.

El Hotel tiene como objetivo posicionarse como un establecimiento donde la calidad del servicio, el trato personalizado al cliente y la diferenciación respecto a la competencia sean sus pilares principales.

- ✓ Basada en un atributo: centra su estrategia en un atributo como puede ser la antigüedad de la isla o el tamaño. basan su estrategia de posicionamiento en un solo atributo, pueden fortalecer su imagen en la mente del consumidor con mayor facilidad que las que intentan basar su posicionamiento en varios atributos.

- ✓ Basada en el usuario: está enfocado a un perfil de usuario concreto, se suele tener en cuenta cuando se quiere diversificar, dirigiéndose a un target diferente al actual. Una forma bastante efectiva de posicionamiento es que un personaje o bien el tipo de logo a utilizar, sea la imagen asociada, de este modo es más sencillo posicionar nuestra marca en la mente de los perfiles que se sientan identificados o que aspiren a ser como este personaje.
- ✓ Frente a la competencia: explota las ventajas competitivas y los atributos comparándolas con los hoteles competidores. Es una estrategia que tiene como ventaja que las personas comparamos con facilidad, así que conseguir que nuestro hotel este comparativamente posicionada por encima de los demás, puede suponer una garantía de compra. No siempre nos podemos posicionar frente a la competencia como el mejor hotel, así que esta estrategia presenta dos variaciones: ♣ Líder: es el que primero se posiciona en la mente del consumidor y consigue mantener su posición. ♣ Seguidor o segundo del mercado: la estrategia del número dos puede fundamentarse en aspectos como ser una alternativa al líder o una opción más económica.
- ✓ En base a la calidad o al precio: el producto basar su estrategia en esta relación de calidad y precio, o centrarse únicamente en uno de los dos aspectos, transmitiendo, por ejemplo, desde un precio muy competitivo a un precio muy elevado, que habitualmente esté vinculado a la exclusividad o al lujo.
- ✓ Según estilos de vida: este tipo de estrategia de posicionamiento se centra en los intereses y actitudes de los consumidores, para dirigirse a ellos según su estilo de vida.

Ilustración 17. Ciclo de Vida de Cliente en Hoteles



Fuente Web

#### 4.7. Demanda y Participación de Mercado.

En el presente acápite, se abordará lo referente al análisis de la demanda de clientes nacionales y extranjeros, la participación del mercado dentro de sector económico hotelero, los precios ofertados y las proyecciones de ventas estimadas.

##### 4.7.1 Demanda.

##### 4.7.1.1 Demanda Actual en unidades físicas

La población aproximada que visita la zona es de 35 mil personas, lo que equivale a 2.9 mil personas diarias, las cuales se obtienen de los datos proporcionado por las autoridades del Puerto de San Jorge que lleva un registro minucioso de las personas que ingresan y viajan por este puerto, así como los que entran por el lado de Granada y San Carlos información que es validada por las empresas que prestan los servicios de Ferry los cuales suministraron las estadísticas de sus ventas de boletos así como los controles de entrada y salida que llevan los tres puertos ubicados en la Isla como lo es Moyogalpa, Altagracia y San José.

Tabla 10. Demanda Actual en la zona para el servicio de hospedaje.

Demanda Actual					
Población / AÑO	1	2	3	4	5
	35,317	38,849	42,734	47,007	51,708
% Crecimiento Población	10%	10%	10%	10%	10%

Fuente: Elaboración propia

El porcentaje demandante son aquellos turistas que, durante su estadía en la isla, hicieron uso del servicio de alojamiento.

Tabla 11. Demanda Actual para el servicio de hospedaje en hoteles.

Detalle	HOSPEDAJES
% demandante	40.02%
Frecuencia de Consumo	1
Cantidad que demanda	4

Fuente: Elaboración propia a partir de estudio de mercado.

El cálculo para determinar la demanda se realiza multiplicando la población, el porcentaje demandante, frecuencia de uso del servicio, y cantidad que demanda (Todo esto recopilado a través de las encuestas).

Teniendo en cuenta la oferta de servicio basada en hospedaje, se determinó en base a la investigación de mercado la cantidad demandada de noches al año, por parte del mercado en 40% prefiere hospedaje en hotel. La frecuencia en que visitan la isla es de una vez al año.

#### 4.7.1.2 Demanda Actual en unidades monetarias

Tabla 12. Demanda actual en unidades monetarias.

Demanda Actual en Unidades Monetarias US \$					
DAUM	1	2	3	4	5
HOSPEDAJES	1,243,780	1,436,566	1,659,234	1,916,415	2,213,459

Fuente: Elaboración Propia

Para determinar la demanda actual en unidades monetarias se realiza una multiplicación entre la demanda actual de unidades establecidas en el cuadro anterior por el precio de mercado del servicio.

#### 4.7.1.3 Demanda Potencial

Tabla 13. Demanda potencial en unidades físicas.

Demanda Potencial en Unidades Físicas					
Población	1	2	3	4	5
A	56535	62189	68408	75249	82774

Fuente: Elaboración Propia

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



La demanda potencial en unidades monetarias, resulta de la multiplicación del total de demanda potencial en unidades físicas por el precio de cada hospedaje en el mercado de servicios.

Tabla 14. Demanda potencial en unidades monetarias.

<b>Demanda Potencial en Unidades Monetarias US \$</b>					
<b>Población</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>A</b>	1,300,315	1,501,864	1,734,653	2,003,525	2,314,071

Fuente: Elaboración Propia

#### **4.7.2 Participación de Mercado.**

La participación del mercado para la empresa Hotel Ecológico Vista Del Ángel podría llegar a ser de 10% a 15%, considerando que existen pocos competidores con características similares a la idea de proyecto y que la empresa ingresará al mercado como una empresa pequeña.

Sin embargo, considerando las capacidades económicas con que la empresa iniciará sus actividades se estimará una participación de mercado de un 0.3%.

Tabla 15. Participación en cantidad de servicios atendidos.

<b>Participación en cantidad de servicios atendidos</b>					
<b>Servicio</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Alojamiento	35,317	35,317	35,317	35,317	35,317
% Participación anual	12.40%	12.40%	12.40%	12.40%	12.40%

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a los servicios que ofertará Hotel Ecológico Vista Del Ángel se ha proyectado todas las operaciones que se presentan a continuación pensando en que se utiliza el 100% de la capacidad instalada, con ocupación plena. Pero siendo conservadores, en la realidad la empresa trabajara su primer año usando el 40% de su capacidad. Se estima que en temporada alta la ocupación puede incrementar en un 15%, llegando por tanto a un 55% de ocupación. Y en temporadas bajas un 15% menos, es decir que llegará a un 25%.

#### **4.7.3 Precio de Venta.**

Hotel Ecológico Vista Del Ángel establecerá un precio de venta considerando que los mismos serán estimados de acuerdo a la capacidad del hotel al momento de iniciar sus operaciones y los insumos a utilizar en cada servicio.

Se calculará conforme al método de costo más margen una vez que se determinen los costos fijos más un margen definido por los directivos, se toman

como referencia al mercado actual, la competencia, la capacidad de la empresa al momento de iniciar sus operaciones y los insumos a utilizar en cada servicio.

También se considerará que cada evento es único y los precios de los mismos pueden variar de acuerdo a sus contenidos y exigencias del cliente. Se estimará un precio de venta promedio para efectos de pronóstico de las ventas anuales.

Ahora, para establecer la cantidad de paquetes que se estima se deberán realizar para concretar la participación mensual de mercado establecida se dividirá ésta entre el precio promedio de venta para cada tipo de evento.

Tabla 16. Tabla de fijación de precios.

	Costos Fijos	Costos Variables Unitarios	Mano de Obra	Costo Total	% Margen de Utilidad	Margen de Utilidad	Precio
Habitación	5.67	10.23	2.74	18.64	23.4%	4.36	23.00

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.7.4 Proyecciones de Venta.

Para el estimado de las proyecciones de venta, únicamente se procedió a multiplicar las unidades proyectadas, por su precio sin impuestos, dando como resultado las proyecciones a 5 años.

Tabla 17. Proyección de venta en unidades monetarias.

**Proyección de Ventas US \$**

Servicio	1	2	3	4	5
Alojamiento	100,740	116,355	134,390	155,220	179,279

Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar en la tabla, de acuerdo a las proyecciones de ventas la tasa de ocupación va creciendo cada año en promedio 7%, correspondiente al incremento de visitantes esperados, el primer año se prevén ingresos por US\$ 53,151 con una tasa de ocupación del 55% de las habitaciones.

#### 4.8. Estrategias de Marketing.

Está dividida en 4 partes principales: el producto, el precio, la promoción y el lugar. La estrategia fundamental de comercialización de Hotel Ecológico Vista Del Ángel en el sector consiste en concentrarse en el perfeccionamiento del personal, la satisfacción del turista, la imagen de profesionalidad y la mejora de la calidad del servicio que conlleve una excelente atención.

En esta sección además se repasan los procedimientos de la estrategia de marketing. En las tácticas de marketing se incluyen las tareas que hay que realizar y su ejecución; así se indica a Hotel Ecológico Vista Del Ángel cómo ejecutar y llevar a cabo la estrategia de marketing.

#### 4.8.1 Estrategia de Posicionamiento.

El “Hotel Ecológico Vistas del Ángel” utilizara La Estrategia de La diferenciación debido a que la competencia en la Isla de Ometepe es muy variada en cuanto al estilo, calidad, precio y estructura. La diferenciación es un factor clave para conseguir el éxito en un negocio hotelero, de hecho, no es necesario ser el mejor, ni hacer una inversión descomunal, aquí solo se trata de ser diferente. La clave está en encontrar aquello que hará de tu hotel un lugar distinto a los demás, algo que pueda satisfacer a un nicho determinado del público, que inevitablemente, será nuestro y de nadie más.

Pero ¿Cómo nos podemos diferenciar?

Esto lo lograremos a través de varias ideas para encontrar un lugar en el sector hotelero y para no convertirnos en un “*commodity*”, sino **ganar a nuestros clientes generando experiencias únicas y distintas.**

El “Hotel Ecológico Vistas del Ángel” hará énfasis en la calidad ya que en realidad estamos entre los hoteles del área que no cuenta con las características en las habitaciones y brindamos un servicio bastante agradable e intentamos que la calidad en nuestro trato y en las habitaciones siempre complazcan a los turistas. El hotel intenta dar la mayor cantidad de beneficios sin descuidar la calidad a sus consumidores metas para que se sientan que en el hotel se le está dando el mejor trato de la Isla comparados a la competencia directa entonces estaríamos hablando que también podríamos estar usando el posicionamiento al consumidor.

#### Ingenio y talento

Generar experiencias únicas para el cliente es la base de la diferenciación, pero no se debe confundir con aportar experiencias agradables o comodidades clásicas. **Se trata de darle una nueva perspectiva, aprovechar mano al talento, al ingenio y ofrecer experiencias únicas e inolvidables.**

Ejemplo claro de ingenio y talento es el aprovechar los Recursos naturales existentes en la Isla para dar valor agregado a nuestro servicio en donde crearemos espacios acogedores y diferentes. Todo el que nos visita se sorprenderá gratamente del diseño de nuestro hotel, sobre todo, por el trato recibido, porque más que un cliente, para nosotros es nuestro mejor invitado.

Proponemos una experiencia distinta envuelta de una atmósfera familiar y que evoca algo totalmente nuevo.

### **Marketing Humano**

La cercanía con el cliente es un factor muy importante a la hora de conseguir diferenciación. El marketing humano se caracteriza por ser cercano y por cambiar las relaciones con el cliente. En este sentido, vamos a explorar **las necesidades de nuestros clientes potenciales y acercarnos a ellas, ofreciendo soluciones satisfactorias y viables**. Una opción estupenda para transmitir esa cercanía es la del uso de un trato verbal ameno, amigable respetando al cliente y no hacerlo sentir que lo estamos hostigando, es decir hacer que se sientan sobrecogidos con nuestro trato, crear en su subconsciente que esto surge de la espontaneidad de la persona que lo está atendiendo y que no es nada programado.

Algo que podríamos hacer es que desde que nuestro clientes decidan hospedarse en nuestro hotel es darle una bienvenida calurosa, que sea recibido por el que ostenta la dirección de hotel y hacerle sentir que esta como en casa y que será tratado de la mejor manera, hacerlo sentir que su presencia es motivo de alegría para nosotros, posterior a su recibiendo ofrecerle un recorrido por las instalaciones del hotel, Las estrategias de marketing combinadas con vídeos resultan muy apropiadas para ofrecer la cercanía que buscamos establecer con el cliente.

Sin dejar de lado la originalidad y la innovación, crear un vínculo especial con los clientes es un factor interesante a la hora de potenciar la diferenciación de nuestro hotel. A la vez, si proponemos actividades externalizadas con partners que puedan retroalimentar el hotel.

### **Experiencias locales**

La geo localización de nuestro hotel es una oportunidad para armar una estrategia original que nos diferencie de nuestra competencia. Con esta estrategia, el hotel crea una experiencia única en cuanto al fácil acceso a todos los lugares de interés turísticos en la Isla, playas, volcanes, Plantaciones de plátanos y bananos, fauna, así como la interacción de los pobladores de la Isla usuarios.

#### **4.8.2 Estrategia de Segmentación de Mercado.**

Para adaptar mejor las necesidades de nuestros clientes y aumentar la ocupación del Hotel entonces, es importante segmentar el mercado el cual hay una gran

cantidad de Criterio que va desde aspecto económico, social, demográficos, descubrir y aprovechar oportunidades no explotadas.

Las necesidades de los clientes son diferentes, es un hecho. Puede ser interesante para entender cuáles son las necesidades específicas de cada “familia” de clientes. Nos permitirá ajustar mejor los detalles de la forma en que les damos la bienvenida y en la forma en que se va a comunicar para llegar a ellos.

### **Segmentación Motivacional**

Hotel Ecológico Vistas del Ángel segmentara el mercado en base a las siguientes preguntas ¿Los turistas vienen por ocio o negocios?, ¿Solos o en grupo?, las repuestas ya las hemos obtenido a partir de las encuestas aplicadas en el campo en el que obtuvimos como repuestas que las personas visitan la Isla por ocio y en grupos de personas, buscando nuevas experiencias, con la curiosidad de conocer una isla encerrada en agua dulce y aún más con dos volcanes en su interior, para lo cual atenderemos turistas nacionales y extranjeros, y de todas las edades pues nuestras ofertas son amplias y enfocadas a estos grupos.

### **4.9. Plan de Acción.**

Una vez definidas las estrategias, para proceder a la implantación de las mismas se deben diseñar las acciones específicas de marketing operativo para un periodo determinado. En este sentido, para la consecución de los objetivos fijados por la empresa se necesita un plan de acción, que se basará en la utilización eficiente de las diferentes herramientas o variables que componen el Marketing-Mix. Una definición de este concepto es “conjunto de herramientas que la empresa utiliza para conseguir sus objetivos en su mercado objetivo” (Kotler, 1991). En 1960, McCarthy propuso que el Marketing-Mix estaba compuesto por cuatro variables, las denominadas cuatro Ps: producto, precio, distribución y comunicación. De acuerdo a este modelo, el cual tomaremos como base, el concepto de las 4P adopta el punto de vista del vendedor, donde los expertos en marketing venden productos. Sin embargo, en la actualidad y más en el sector servicios, cada vez toma mayor importancia el papel del consumidor y la satisfacción de los mismos, lo que hace que las empresas opten por buscar una estrategia centrada y orientada al consumidor.

#### **4.9.1 Acciones de Producto.**

Contar con un diseño adecuado del producto es la principal actividad del marketing. Si contamos con un producto turístico que el consumidor no desea, no será adquirido en el mercado. Por tanto, lo fundamental es que el producto que se

ofrece logre satisfacer al consumidor para así alcanzar, mediante acciones de marketing, el éxito en el mercado.

### **Descripción Del hotel. Instalaciones y características.**

La principal característica del Hotel es su ubicación en un enclave único, en permanente contacto con la naturaleza, la cultura y la tranquilidad. Está formado por un edificio dispuesto de forma horizontal y con escasa altura, que cuenta con dos niveles de habitaciones (primera y segunda planta) más una planta baja en la que se encuentra la recepción y el resto de instalaciones. El interiorismo del hotel será totalmente acorde al entorno. La fachada compuesta por muros de piedra y paredes en tonos marrones y blancos comprende un interior al más puro estilo rústico.

La decoración del hotel contará con muebles de madera maciza, paredes y suelos de piedra y barro y vigas de madera. Las zonas comunes serán muy cuidadas y estarán decoradas en tonos marrones y naranjas, tratando de proporcionar un ambiente agradable de comodidad y relajación. Las instalaciones con las que cuenta el hotel son, en primer lugar, el bar restaurante, que, con capacidad para 45 comensales, ofrecerá cada día un menú variado en sus comidas, siendo menú a la carta en el caso del almuerzo, e inspirado en la cocina tradicional y propia de las islas. Además, no será exclusivo para clientes ya que podrá reservarse para la celebración de todo tipo de eventos como bautizos, comuniones, cumpleaños, etc., equipadas con un total de 30 hamacas y 15 sombrillas para tomar el sol y descansar con la máxima comodidad. Y, por último, el área de equitación, que a pesar de no tener una gran extensión será suficiente.

### **Dimensiones del producto**

Para proceder a definir nuestro producto turístico, seguiremos el concepto de producto total propuesto por Theodore Levitt (1980), quien consideró que el producto es una combinación de elementos tangibles e intangibles. El hotel distingue entre los siguientes tipos de productos:

**Beneficio básico:** Es el servicio básico ofrecido al consumidor. En este caso se trata del alojamiento, en un espacio de descanso y tranquilidad.

**Producto genérico:** Son las expectativas mínimas esperadas por el cliente. Consiste, por tanto, en las instalaciones que hacen posible prestar el servicio de alojamiento, en concreto las habitaciones, equipadas con cama, baño, teléfono y el servicio de limpieza.

**Producto esperado:** Son características específicas, aunque no diferenciales del hotel, esperadas por el consumidor, y que si no contase con ellas el cliente estaría insatisfecho. En este sentido se incluyen la limpieza regular de las instalaciones, el servicio de atención al cliente y el hecho de que no haya ruido en las habitaciones.

Producto aumentado: Lo constituyen aquellos atributos diferenciadores que permitan obtener ventajas competitivas frente a los competidores. Posibilidad de realizar una gran variedad de actividades de ocio y deporte.

Producto potencial: Son las mejoras e incrementos de la oferta que el hotel tiene previsto realizar en el futuro. Un ejemplo de ello es la idea de disponer de animación nocturna en el hotel con espectáculos ambientados según la época.

#### **4.9.2 Acciones de Precio.**

El precio se puede definir como el conjunto de esfuerzos que desarrolla el consumidor para obtener la satisfacción de su necesidad. Se trata de una variable de marketing-mix con importancia fundamental en el sector turístico. El precio debe ajustarse a las necesidades del mercado al que se dirige y se establecerá en función de las temporadas (alta, media y baja) considerando, además, fines de semana y puentes, días festivos y los eventos, grupos o demandas especiales. A la hora de fijar el precio para el Hotel, se debe tomar como punto de partida el posicionamiento que se quiere trasladar al mercado. En este sentido, y teniendo como referencia que ha optado por llevar a cabo una estrategia de diferenciación segmentada, los precios deberán ser intermedios. No pueden ser muy bajos, puesto que podrían transmitir al consumidor sensación de un servicio de escasa calidad, ni tampoco muy altos, que darían idea de dirigirse únicamente a la clase alta.

Así, de acuerdo a todo lo anterior, el hotel tomará como criterio en la fijación de precio un método basado en tres factores: el coste, la competencia y la demanda. Los costes totales que asumirá la empresa constituyen el límite inferior, puesto que la empresa no operará por debajo de los costes totales que supongan el desarrollo de su actividad. La competencia marcará el límite intermedio, y teniendo en cuenta que el hotel ofrece algunos servicios diferenciadores de sus principales competidores, podrá establecer precios que superen a los de sus competidores. Por último, la demanda fijará el límite superior, ya que no es viable ofrecer servicios a un precio mayor al que los consumidores están dispuestos a pagar.

#### **Estrategias de precios**

Las estrategias de precios que seguirá el hotel son las siguientes:

Estrategias basadas en el ciclo de vida del producto. Al tratarse de la introducción de una nueva empresa en el mercado, podrían seguirse o bien una estrategia de descremación o bien una de penetración. La primera consiste en fijar precios altos al principio y posteriormente bajarlos, para atraer también a los segmentos del mercado no dispuestos a pagar precios tan elevados.

Mientras que la segunda supone fijar precios rápidos desde el principio para conseguir una rápida penetración. El hotel, sin embargo, al plantearse como

propósito la obtención de un gran reconocimiento en el mercado por la prestación de servicios de calidad y al querer contar con una fuerte imagen de marca, decide apostar por la fijación de precios algo superiores a los de la media de sus competidores, y que se mantengan en el tiempo, de forma que denoten prestigio y calidad.

Estrategias de precios diferenciales. Se llevará a cabo una estrategia de discriminación temporal, que consiste en cobrar distintos precios de acuerdo al momento en el que se preste el servicio. En este sentido se distinguirá entre temporada alta, media y baja, correspondiendo a ésta última una reducción en los precios, lo que será un atractivo para clientes en los periodos de poca ocupación.

Para la fijar los precios se han definido tres temporadas a lo largo del año:

1. Temporada Alta: Comprende los meses de Julio y Agosto, Semana Santa, Navidad y puentes festivos a nivel nacional, lo que supone un total de 81 días.
2. Temporada Media: Comprende los meses de Junio y Septiembre, haciendo un total de 60 días.
3. Temporada Baja: El resto del año, que constituye un total de 224 días.

De este modo, los precios que fijará el Hotel para el alojamiento los siguientes:

#### **4.9.3 Acciones de Promoción/Publicidad.**

Las promociones que lanzara Hotel Ecológico Vistas del Ángel estarán basadas en los paquetes turísticos que va a ofrecer los cuales son paquetes integrales que incluyen desde el hospedaje, alimentación, transporte, tours el que compre este paquete se le hará un descuento del 10% en la factura total.

Por la visita de más de tres veces se le otorgará un descuento del 15%, así como tiempos de comidas gratis, entrega de suvenires.

La inauguración del Hotel la haremos con una fiesta con autoridades locales, INTUR, los lugareños de la Isla para lo cual buscaremos patrocinio con las empresas locales, nuestros proveedores, y aporte del hotel, como parte de la publicidad, para lo cual aprovecharemos contactos con amigos conocidos que trabajan en medios televisivos y escritos para hacer visible a nuestro Hotel haciendo énfasis en el concepto ecológico como propuesta.

En cuanto a la publicidad aprovecharemos que el 90% de los usuarios empiezan su relación con un servicio mucho antes de su consumo. Especialmente en los hoteles, el futuro cliente utilizará medios digitales para conocer el hotel, las características, las prestaciones, las comodidades o el precio antes de realizar su reserva.

Este primer acercamiento del cliente se puede aprovechar para crear un vínculo virtual interesante que vaya más allá del momento del consumo. Este vínculo se puede alimentar a partir de blogs, redes sociales, información relevante, eventos especiales para los clientes que han pasado por el hotel anteriormente, actividades y fiestas.

Los contenidos audiovisuales nos permiten jugar con nuestra capacidad de mejorar el posicionamiento de un hotel en google si los combinamos con Blogs y los integramos en nuestras campañas.

Por otra parte, la creación de un Blog permite mejorar el posicionamiento online en buscadores, para lo cual abriremos un blog turístico. En que podemos integrar un elemento distintivo que les ofrece contenido de interés.

Adaptarse a los nuevos usos de la tecnología es indispensable para mejorar la experiencia de nuestros clientes. La integración de estrategias de redes sociales dentro de las campañas de marketing turístico de nuestro hotel, puede ser clave para resultar innovador y destacar en visibilidad social.

También contaremos con una Pagina Web. Todos los hoteles que tengan un sitio web, deberían preocuparse y trabajar para lograr un buen posicionamiento para hoteles. La pregunta obligada que nos haremos es: ¿hacemos algo para escalar posiciones en Google, y así conectarnos con potenciales huéspedes? ¿Aplicamos alguna otra estrategia para incentivar el posicionamiento?

El universo hotelero online está colmado de empresas que batallan por el primer lugar: competidores directos, grandes cadenas, Agencias de Viaje en línea, Airbnb y más. A esto se suman los comentarios de los usuarios de hoteles, cuyos mensajes positivos o negativos pueden afectar la reputación de nuestro negocio y, por ende, el posicionamiento.

Para hacerlo sencillo: tener una web, pero no luchar por un buen posicionamiento es similar a poseer un auto de carreras y no participar en las competencias. También podemos hacer una analogía con el estado de dicho auto: si no inviertes en él, probablemente siempre llegues en último lugar.

Lo cierto es que uno de los objetivos de tener una web es competir por un puesto y que los usuarios nos encuentren. Y de eso se trata, básicamente, el posicionamiento para hoteles: estar visible y poder competir con los demás hoteles y servicios online. Para lograrlo, es necesario que apliquemos una serie de herramientas y estrategias, algunas muy sencillas y otras no tanto. Solo necesitaremos algo de tiempo y una mano extra de algún especialista para lo más complicado.

### **Aplicación de Google My Business y Hotel Ads**

Google My Business es una ficha que aparece en el costado derecho de las búsquedas de Google y que tiene como función destacar los negocios. Este recurso permite a los usuarios encontrarte con más facilidad, ver imágenes, acceder a valoraciones y comentarios y más, sin acceder a la web. ¡Lo mejor de todo es que se trata de un servicio gratuito! Registrarse solo lleva unos minutos.

Hotel Ads es otro servicio de Google que muestra anuncios de hoteles en el buscador y en los mapas. ¿Cómo funciona? Solo se paga cuando alguien clickea en dicho anuncio o cuando es utilizado para hacer una reserva.

### **Contenido exclusivo para huéspedes**

El objetivo es publicar contenido de calidad para que los huéspedes accedan a información útil y confiable. Nos referimos a atracciones turísticas, consejos, tips de viaje, etc. El formato puede ser variado: artículos, infografías y videos son los más aprovechados.

Además, mantener la web actualizada con entradas de blog y otro tipo de publicaciones es una de las prácticas más recomendadas para mejorar el posicionamiento para hoteles.

Para que el contenido colabore con el posicionamiento para nuestro hotel, será fundamental seguir estos consejos:

Si el contenido es escrito, agregaremos imágenes de calidad

Incluir enlaces internos y externos (2 o 3 es suficiente)

No escribir títulos que superen los 65-70 caracteres

Utilizaremos palabras claves en títulos, subtítulos, imágenes y al menos unas 3 veces en el resto del contenido

Optaremos por infografías o videos, donde escribiremos una breve descripción de cada pieza (que incluya la palabra clave)

### **Incentivo de comentarios positivos**

Como lo mencionamos más arriba, los comentarios de los huéspedes pueden ayudar a construir (o destruir) la reputación de nuestro hotel. Esto es sumamente importante, ya que la mayoría de los viajeros toman en consideración las opiniones de otras personas.

Manejada de manera eficiente y prolija, la gestión de los comentarios puede contribuir con el aumento de las ventas y la mejora de la imagen de nuestro negocio. Será preciso entablar conversaciones con los usuarios y dar respuesta a todos los mensajes (buenos y malos), además de solucionar problemas, ofrecer compensaciones y, llegado el caso, disculparse.

El resto de los potenciales huéspedes podrá ver cómo tu hotel se preocupa por sus usuarios, y eso, en este negocio, es esencial para incentivar reservas.

Otras alternativas que tomaremos en cuenta son las mantas, brouchur, información en stands, la habilitación de un correo electrónico, ferias de turismo, revistas y publicaciones

Tabla 18. Presupuesto de Publicidad.

ACCIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Fiesta de Inauguración.</b>	\$ 750	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Sitio Web Pago del dominio</b>	\$ 300	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240
<b>Blogs</b>	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100
<b>Redes sociales</b>	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Mantas</b>	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30
<b>Ferias</b>	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Brouchur</b>	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50
<b>suvenires</b>	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250
<b>Totales</b>	\$ 1,480	\$ 670	\$ 670	\$ 670	\$ 670

Fuente: Elaboración propia

\*Los precios que se describen en el presupuesto fueron cotizados en el mercado, y fueron consultados con especialistas en la materia.

#### **4.9.4 Acciones de Distribución**

En el sector turístico la distribución se puede definir como un puente entre el productor y el consumidor y se trata de un instrumento de marketing-mix de carácter estratégico. En este sentido, la distribución comercial que llevará a cabo el Hotel serán todas aquellas actividades que permitan poner sus servicios a disposición del consumidor final en la cantidad que demanden y en el momento en que lo soliciten.

### **Canales de distribución. Estructura y composición**

El Hotel empleará un sistema de distribución mixto para la distribución y venta de sus servicios, que supone utilizar tanto el canal directo (sin intermediarios) como el indirecto.

El canal directo consiste en que desde el propio hotel se distribuyen sus servicios hasta el consumidor sin necesidad de contar con ningún intermediario. Para llevar a cabo este tipo de distribución se contará con diferentes alternativas:

Central de reserva del establecimiento. El hotel contará con un sistema de reservas propio, que permita a los clientes realizar reservas por adelantado a través del teléfono. A pesar de ser un canal tradicional, continúa siendo de uso frecuente, puesto que es una herramienta cómoda y práctica que pone en contacto al cliente con el personal de recepción para la tramitación y gestión de su reserva.

A través de la página web del hotel. La expansión generalizada del uso de Internet ha supuesto importantes avances, de forma que la red se ha convertido en la herramienta básica del canal de distribución, representando grandes ahorros de costes al evitar al intermediario y eludir las comisiones.

A través de la página web propia con la que contará el Hotel, todos los clientes podrán realizar la reserva online. Pero eso no es todo, a través de ella también se mostrarán imágenes del hotel, sus habitaciones e instalaciones, y se dará a conocer información actualizada sobre los servicios ofertados. Además, será posible contactar con el hotel de manera online o vía e-mail. • El hotel como unidad de distribución. Los clientes que llegan al establecimiento sin reserva previa y la realizan en ese mismo momento en la recepción. Este canal no es el más utilizado, pero aporta un pequeño porcentaje de ventas. No obstante, resulta fundamental fomentar la accesibilidad del consumidor a la información referente a los servicios que se ofertan mediante la página web de la empresa, permitiendo además que se realicen reservas con antelación.

El canal indirecto, a diferencia del anterior, se caracteriza por contar con uno o más intermediarios en el proceso de comercialización de un servicio. En función del número de intermediarios, estos canales pueden ser cortos o largos. El Hotel optará por la utilización de un canal indirecto corto teniendo en consideración el tamaño y la capacidad propia de la empresa. De este modo, entrarán en juego tanto agencias de viaje como buscadores especializados de Internet.

Las agencias de viajes son los distribuidores minoristas de los servicios turísticos y en la actualidad, existen agencias especializadas en turismo rural y de aventura. El hotel realizará acuerdos con las agencias de mayor prestigio y reputación, y aquellas que ofrezcan servicios a grupos de estudiantes y sénior, al ser parte de su público objetivo.

Los buscadores de Internet especializados que utilizará el hotel para la distribución de sus servicios van a ser aquellos que cuenten con un mayor número de visitas y que sean más conocidos a nivel nacional.

Una consideración que resulta fundamental es que deben existir relaciones estables entre todas las empresas implicadas en el proceso de distribución, de manera que todos los miembros del canal se beneficien de las ventajas de actuar conjuntamente, mediante el desarrollo de objetivos y estrategias acordes a la empresa. Además, el Hotel llevará a cabo un sistema de incentivos económicos con las agencias que colaboren con él, entregando a cada agencia a final de cada mes un 10% del precio total de las ventas que haya realizado.

## **5. PLAN DE PRODUCCIÓN.**

En la siguiente información vamos a detallar lo que corresponde al planteamiento de los procesos de servicios del Hotel Ecológico Vistas del Ángel, en el cual se definen los activos fijos con los que contarán nuestra empresa, su vida útil y la depreciación de los mismos y se calculara la capacidad planificada y futura. Este último indicador nos ayudara a conocer cuál será la capacidad instalad de atención del hotel y definir estrategias concretas ante posibles escenarios de sobre demanda.

### **5.1 Cursograma del Servicio**

El cursograma de flujo vertical, reflejado a continuación, representa los procesos que se deben seguir para garantizar la completa satisfacción del cliente. Es necesario aclarar, que estos procesos reflejan tres momentos de servicio; previo, durante y posterior. Para ello se ha determinado utilizar la simbología propuesta por la American Society of Mechanical Engineers (ANSI).

Tabla 19. Cursograma del Servicio

Actividades / Simbología	Operación	Inspección	Demora	Decisión	Desplazamiento	Almacenamiento
	●	■	D	◆	→	▼
Turista realiza la reserva		●				
Recepcionista confirma disponibilidad y reserva		●				
Conserjería prepara habitación						
Turista hace Check In		●				
Recepcionista verifica estado de la habitación		●				
Recepcionista entrega llave al turista	●					
Turista hace uso del servicio de alojamiento	●					
Turista hace uso de servicios adicionales	●					
Turista hace Check Out		●				
Turista hace efectivo su pago		●				
Conserjería revisa estado final de la habitación		●				
Conserjería reporta posibles daños ocasionados	●					
Turista se retira del Hostal	●					
Recepción envía correo a turista para evaluar el servicio						●

El cursograma definido, inicia desde que el turista presenta la necesidad de alojarse en la zona urbana de Estelí. Sus procesos de decisiones estarán basados en un primer momento, en la búsqueda de información a través de internet o recomendaciones hechas por otros turistas que ya hayan visitado la zona.

Una vez que encuentra toda la información pertinente y luego de haber analizado la oferta existente en términos de calidad y precio, el turista toma la decisión de alojarse en Hotel Ecológico Vistas del Ángel, por lo cual realiza su reserva a través de motores de reservas como Booking, o se contacta directamente con el personal de servicio a través de correo electrónico o llamada telefónica.

El recepcionista de turno, no puede confirmar la reservación hasta que haya verificado la disponibilidad de habitación en los días que el turista está solicitando. De no contar con disponibilidad, la recepción explicará al turista los días previos o próximos en los que el hotel si contará con habitaciones disponibles.

Una vez confirmada la reservación, el turista se trasladará al hotel. Mientras ocurre esto, la conserjería deberá preparar la habitación o litera específica que será

asignada a dicho turista. Cuando el turista se encuentre en el hotel, deberá realizar el proceso de Check In, en el cual se le solicitarán sus datos personales e información relevante para el Hotel.

El recepcionista de turno, estará obligado, a verificar el estado de la habitación o litera asignada al turista, previo a remitirlo al lugar con la llave. Cuando el turista se encuentre instalado, tendrá diferentes opciones para adquirir otros servicios que prestará el Hotel, como los tours a reservas cercanas.

Una vez, concluido el periodo de estadía, el turista realiza el Check Out, proceso en el cual deberá cancelar el servicio a través de diferentes formas de pago, sea en efectivo o con tarjeta de crédito o débito. De haber realizado la contratación del servicio a través de motores de reserva, deberá mostrar impreso el formato de pago definido por Booking. Paralelamente, conserjería se encargará de revisar el estado final de la habitación, proveyendo un informe breve a recepción reportando posibles daños ocasionados al mobiliario de la habitación o perdidas sustanciales de insumos (toallas, almohadas, ropa de cama). De existir irregularidades, se aplicará cargo extra al momento de efectuar la facturación de servicio. De lo contrario el turista se retirará del hotel.

Los recepcionistas, una vez concluido el servicio, deberán dar seguimiento al turista, enviando un correo en el que lo invite a evaluar el desempeño a nivel administrativo y operativo del hotel, permitiendo que este emita una opinión objetiva y retroalimente al personal a fin de tener siempre una mejora continua.

Es necesario aclarar, que los puntos críticos en los que se han identificado posibles cuellos de botella durante el proceso de servicio, ha sido únicamente el referido a la preparación de las habitaciones, ello obedece a que no existe un tiempo definido para la realización de dicha actividad, sino que la ejecución de la misma, estará determinada por el momento en el que el turista decida no seguir haciendo uso del servicio de alojamiento.

Esto puede ocasionar demoras continuas al momento de transferir las habitaciones de un huésped a otro. Por lo que se deberá de tener un control más cuidadoso de los tiempos.

## **5.2 Activos Fijos**

Los activos fijos de cualquier empresa constituyen un bien necesario para el correcto funcionamiento en las operaciones de la misma. Por ello, es necesario definir aquellos bienes inmuebles, muebles., maquinarias o equipo de oficina en el presente plan de negocio.

### 5.2.1 Equipo de Producción y Servicio

Para el funcionamiento y puesta en marcha de nuestro Plan de Negocio, se presenta los costos de los equipos de producción y servicio.

Tabla 20. Costos de Equipo de Producción y Servicio

<b>Hotel Ecologico Vistas del Angel</b>			
<b>Equipo de Produccion y Servicio</b>			
<b>Descripcion de los Materiales y Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario U\$</b>	<b>Costo Total U\$</b>
Litera Unipersonal	2	107.69	215.38
Camas Unipersonales	8	92.31	738.48
Camas Matrimonial	5	153.84	769.20
Colchon Unipersonal	12	46.15	553.80
Colchon Matrimonial	5	76.92	384.60
Mueble Cocina	1	153.84	153.84
Cocina	1	350.60	350.60
Lavadora	1	246.00	246.00
Refrigeradora	1	384.62	384.62
Abanicos	25	22.00	550.00
Rotulo Luminoso	1	250.00	250.00
Mesas de Noche	12	46.00	552.00
Silla Secretariales	8	61.53	492.24
Tanque de Agua	1	150.00	150.00
		<b>TOTAL</b>	<b>5,790.76</b>

### 5.2.2 Equipos de Oficina

Tabla 21. Costos de Mobiliario y Equipo de Oficina

<b>Hotel Ecologico Vistas del Angel</b>			
<b>Mobiliario y Equipo de Oficina</b>			
<b>Descripcion de los Materiales y Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario U\$</b>	<b>Costo Total U\$</b>
Escritorio	4	76.00	304.00
Laptop	4	220.00	880.00
Impresora Multifunciona	1	150.00	150.00
Juego de Sillas Mece	1	200.00	200.00
Comedor	2	300.00	600.00
Bar de Madera	1	250.00	250.00
Televisor	3	154.00	462.00
Juego de Sala	1	250.00	250.00
Telefonos	5	50.00	250.00
Percolador	1	52.20	52.20
Microonda	1	62.00	62.00
		<b>TOTAL</b>	<b>3,460.20</b>

### 5.2.3 Vehículo

Tabla 22. Costo de Equipo Rodante Liviano

<b>Hotel Ecologico Vistas del Angel</b>			
<b>Vehiculo</b>			
<b>Descripcion de los Materiales y Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario U\$</b>	<b>Costo Total U\$</b>
Camioneta	1	10,000.00	10,000.00
		<b>TOTAL</b>	<b>10,000.00</b>

### 5.2.4 Costos de los Activos Fijos

Tabla 23. Costos Totales de Activos Fijos

<b>Hotel Ecologico Vistas del Angel</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
Equipo de Produccion y Servicio	\$ 5,790.76
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$ 3,460.20
Equipo Rodante Liviano	\$ 10,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19,250.96</b>

### 5.2.5 Vida Útil de los Activos Fijos

Para conocer el monto a depreciar por cada activo en un periodo determinado de tiempo, se retomarán los datos contenidos en la Ley de Concertación Tributaria y Equidad Fiscal de Nicaragua, la cual establece en su reglamento la cantidad de años estimados para la utilización de los bienes que son: La depreciación del vehículo se basa en 5 años al 20%, mobiliario, equipos de oficina y maquinaria en 5 años al 20 % y equipo de cómputo 2 años en 50%. A continuación se refleja en la tabla la vida útil de los activos utilizando el método de línea recta.

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



Tabla 24. Depreciación de los Activos Fijos

ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR	VIDA UTIL EN AÑOS	TASA	AÑOS				
						1	2	3	4	5
Litera Unipersonal	2	\$ 107.69	\$ 215.38	5	0.2	\$ 43.08	\$ 43.08	\$ 43.08	\$ 43.08	\$ 43.08
Camas Unipersonal	8	\$ 92.31	\$ 738.48	5	0.2	\$ 147.70	\$ 147.70	\$ 147.70	\$ 147.70	\$ 147.70
Camas Matrimonial	5	\$ 153.84	\$ 769.20	5	0.2	\$ 153.84	\$ 153.84	\$ 153.84	\$ 153.84	\$ 153.84
Colchon Unipersonal	12	\$ 46.15	\$ 553.80	5	0.2	\$ 110.76	\$ 110.76	\$ 110.76	\$ 110.76	\$ 110.76
Colchon Matrimonial	5	\$ 76.92	\$ 384.60	5	0.2	\$ 76.92	\$ 76.92	\$ 76.92	\$ 76.92	\$ 76.92
Mueble Cocina	1	\$ 153.84	\$ 153.84	5	0.2	\$ 30.77	\$ 30.77	\$ 30.77	\$ 30.77	\$ 30.77
Cocina	1	\$ 350.60	\$ 350.60	5	0.2	\$ 70.12	\$ 70.12	\$ 70.12	\$ 70.12	\$ 70.12
Lavadora	1	\$ 246.00	\$ 246.00	5	0.2	\$ 49.20	\$ 49.20	\$ 49.20	\$ 49.20	\$ 49.20
Refrigeradora	1	\$ 384.62	\$ 384.62	5	0.2	\$ 76.92	\$ 76.92	\$ 76.92	\$ 76.92	\$ 76.92
Abanicos	25	\$ 22.00	\$ 550.00	5	0.2	\$ 110.00	\$ 176.00	\$ 176.00	\$ 176.00	\$ 176.00
Rotulo Luminoso	1	\$ 250.00	\$ 250.00	5	0.2	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Mesas de Noche	12	\$ 46.00	\$ 552.00	5	0.2	\$ 110.40	\$ 110.40	\$ 110.40	\$ 110.40	\$ 110.40
Silla Secretariales	8	\$ 61.53	\$ 492.24	5	0.2	\$ 98.45	\$ 98.45	\$ 98.45	\$ 98.45	\$ 98.45
Tanque de Agua	1	\$ 150.00	\$ 150.00	5	0.2	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Escritorio	4	\$ 76.00	\$ 304.00	5	0.2	\$ 60.80	\$ 60.80	\$ 60.80	\$ 60.80	\$ 60.80
Laptop	4	\$ 220.00	\$ 880.00	2	0.5	\$ 440.00	\$ 440.00	\$ -	\$ -	\$ -
Impresora Multifuncional	1	\$ 150.00	\$ 150.00	2	0.5	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ -	\$ -	\$ -
Juego de Sillas Mecedora	1	\$ 200.00	\$ 200.00	5	0.2	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00
Comedor	2	\$ 300.00	\$ 600.00	5	0.2	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
Bar de Madera	1	\$ 250.00	\$ 250.00	5	0.2	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Televisor	3	\$ 154.00	\$ 462.00	2	0.5	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ -	\$ -	\$ -
Juego de Sala	1	\$ 250.00	\$ 250.00	5	0.2	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Telefonos	5	\$ 50.00	\$ 250.00	2	0.5	\$ 125.00	\$ 125.00			
Percolador	1	\$ 52.20	\$ 52.20	2	0.5	\$ 26.10	\$ 26.10			
Microonda	1	\$ 62.00	\$ 62.00	2	0.5	\$ 31.00	\$ 31.00			
Camioneta	1	\$10,000.00	\$10,000.00	5	0.2	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00
<b>TOTAL DEPRECIACION ANUAL</b>						<b>\$4,407.05</b>	<b>\$ 4,473.05</b>	<b>\$3,544.95</b>	<b>\$3,544.95</b>	<b>\$3,544.95</b>

### 5.2.6 Términos y Condiciones de Compra

Con base a los activos mencionados anteriormente se procede a detallar los términos de compra que se tomarán en cuenta en la adquisición de los mismos.

Primeramente, se establece como política, que algunos de los artículos serán obtenidos con previo uso, es decir que no serán nuevos, por lo cual no se obtendrá garantía sobre el mismo. Sin embargo se definirán estándares mínimos de calidad previos a la adquisición de dichos activos, a fin de asegurarse que los productos sean de la mejor calidad posible. En cuanto al terreno y la infraestructura, no se invertirá ninguna cantidad monetaria, ello obedece a que el espacio solamente se acondicionó para recibir a turistas.

La adquisición de los bienes será al contado, debido a que previo a la puesta en marcha o apertura del hotel ya se deben contar con esos bienes, y pagarlos al contado garantizaría tener la disposición sobre ellos de forma inmediata.

En la medida de lo posible, las empresas proveedoras de los activos serán empresas locales, la cual es altamente comercial, esta política responde principalmente a dos lineamientos, el primero a promover el desarrollo local tratando de asegurar beneficios directos a los productores locales, y el segundo obedece a evitar costos excesivos en cuanto al traslado de bienes desde la capital o cualquier otra zona geográfica.

El local donde se pretende iniciar la empresa es propio.

### 5.2.7 Gastos de Mantenimiento

Para garantizar y supervisar la capacidad productiva de cada activo, se debe realizar un presupuesto que defina gastos de mantenimiento anuales destinados principalmente a aquellos que son indispensables para la prestación del servicio de alojamiento y dada sus características pueden sufrir deterioro en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 25. Gastos de Mantenimiento de Activos Fijos

<b>Gastos de Mantenimiento de Activos fijos</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Litera Unipersonal	2	\$ 40.00	\$ 80.00
Camas Unipersonales	8	\$ 25.00	\$ 200.00
Camas Matrimonial	5	\$ 30.00	\$ 150.00
Cocina	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Lavadora	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Refrigeradora	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Abanicos	25	\$ 10.00	\$ 250.00
Rotulo Luminoso	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Laptop	4	\$ 35.00	\$ 140.00
Impresora Multifuncional	1	\$ 25.00	\$ 25.00
Televisor	3	\$ 20.00	\$ 60.00
Juego de Sala	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Camioneta	1	\$ 150.00	\$ 150.00
<b>TOTAL DE MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 1,180.00</b>

## 5.3 Capacidad Planificada y Futura

### 5.3.1 Capacidad Planificada

El incremento en la llegada de turistas al país, proporciona una ventaja significativa a la creación de la empresa, porque de cierta forma responde a las necesidades del mercado y se basa en las tendencias actuales de la industria. Es importante destacar que la cifra de turistas que hacen uso de hoteles cuando viajan a los destinos cada vez va en aumento.

Así mismo, el tamaño de la empresa es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año, es así que dicho análisis responde a la pregunta ¿Cuánto Producir? Dicha interrogante, solamente tendrá una respuesta concreta una vez que se defina los días de apertura de la empresa, los horarios

establecidos, el número de personas colaboradores y la capacidad máxima del hotel para recibir huéspedes.

Nuestro Hotel atenderá los 7 días de la semana. El hotel, al contar con 10 habitaciones, tiene una capacidad para atender a 17 turistas por día. Lo que representa un índice promedio de 510 servicios mensuales y atención a 6,120 servicios anualmente.

El criterio principal para calcular la capacidad planificada se basa en la cantidad de servicios que se pueden atender en el hotel en determinado tiempo, lo que muestra en este sentido, el número de turistas a atender. En la siguiente tabla se muestra la capacidad instalada del hotel.

Tabla 26. Capacidad Planificada

Servicio	N° de Habitaciones	N° de personas por habitación	Días hábiles del mes	Capacidad Total por Mes	Meses por Año	Capacidad Total Por Año
Alojamiento	1	4	30	120	12	1,440
	1	2		60		720
	1	2		60		720
	1	2		60		720
	1	2		60		720
	1	1		30		360
	1	1		30		360
	1	1		30		360
	1	1		30		360
	1	1		30		360
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>17</b>	<b>30</b>	<b>510</b>	<b>12</b>	<b>6,120</b>

### 5.3.2 Capacidad Futura

Por otro lado, la eficiencia del sistema se refiere al aprovechamiento de la capacidad de producción de los servicios, y la capacidad ociosa a la capacidad instalada no utilizada. En este sentido, la eficiencia del sistema se obtiene de la división entre la participación de mercado y la capacidad planificada anual. Dichos resultados se ven reflejados en la siguiente tabla:

Tabla 27. Eficiencia del Sistema y Capacidad Ociosa

Años	Números de servicios que se pueden atender / producir anualmente	Demanda Anual	Eficiencia del Sistema	Capacidad Ociosa
1	6,120	4,380	72%	28%
2	6,120	4,818	79%	21%
3	6,120	5,300	87%	13%
4	6,120	5,830	95%	5%
5	6,120	6,413	105%	-5%

La tabla muestra que el hotel iniciará operaciones con una capacidad ociosa relativamente alta, e irá disminuyendo paulatinamente hasta llegar a una eficiencia del sistema superior.

#### 5.4 Costo del Servicio

A continuación se detallan los costos unitarios de cada elemento que conforma parte del servicio de alojamiento. Es importante mencionar que los costos y la descripción de la materia prima, corresponde a la capacidad instalada que tiene cada habitación. Por ende los costos planteados, hacen referencia a la cantidad de turistas que harían uso de dichas amenidades.

El costo del servicio en las tablas referidas a continuación, únicamente se basa en los utensilios de aseo personal y de alimentación de los cuales el turista hace uso.

Tabla 28. Costo de Servicio Habitación 4 Personas

<b>COSTO DEL SERVICIO HABITACION DE 4 PERSONAS SERVICIO DE ALOJAMIENTO MATERIA PRIMA HABITACION 4 Pax</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO US\$</b>	<b>COSTO TOTAL US\$</b>
Jabon Protex (3Pack)	1.33	1.23	1.64
Papel Higienico (6Rollo)	0.67	2.50	1.68
Jabon Liquido de manos	1	1.94	1.94
Desayuno con Café	4	1.85	7.40
Almuerzo mas Bebida	4	2.15	8.60
Cena mas Bebida	4	1.85	7.40
<b>Total</b>		<b>11.52</b>	<b>28.65</b>

En el caso de la habitación con capacidad para 4 personas, el costo total de la materia prima a utilizar por una noche de alojamiento es de U\$28.65.

Tabla 29. Costo de Servicio Habitación 2 Personas

<b>COSTO DEL SERVICIO HABITACION DE 2 PERSONAS SERVICIO DE ALOJAMIENTO MATERIA PRIMA HABITACION 2 Pax</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO US\$</b>	<b>COSTO TOTAL US\$</b>
Jabon Protex (3Pack)	0.67	1.23	0.82
Papel Higienico (6Rollo)	0.33	2.50	0.83
Jabon Liquido de manos	1	1.94	1.94
Desayuno con Café	2	1.85	3.70
Almuerzo mas Bebida	2	2.15	4.30
Cena mas Bebida	2	1.85	3.70
<b>Total</b>		<b>11.52</b>	<b>15.29</b>

En el caso de la habitación con capacidad para 2 personas, el costo total de la materia prima a utilizar por una noche de alojamiento es de U\$15.29.

Tabla 30. Costo de Servicio de Habitación 1 Persona

<b>COSTO DEL SERVICIO HABITACION DE 1 PERSONAS SERVICIO DE ALOJAMIENTO MATERIA PRIMA HABITACION 1 Pax</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO US\$</b>	<b>COSTO TOTAL US\$</b>
Jabon Protex (3Pack)	0.33	1.23	0.41
Papel Higienico (6Rollo)	0.17	2.50	0.43
Jabon Liquido de manos	1	1.94	1.94
Desayuno con Café	1	1.85	1.85
Almuerzo mas Bebida	1	2.15	2.15
Cena mas Bebida	1	1.85	1.85
<b>Total</b>		<b>11.52</b>	<b>8.62</b>

En el caso de la habitación con capacidad para 1 personas, el costo total de la materia prima a utilizar por una noche de alojamiento es de U\$8.62.

Tabla 31. Proyección de Costos

PROYECCION DE COSTOS					
TIPO DE HABITACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Habitacion 4 Pax	\$ 28.65	\$ 30.08	\$ 31.59	\$ 33.17	\$ 34.83
Habitacion 2 Pax	\$ 15.29	\$ 16.05	\$ 16.86	\$ 17.70	\$ 18.58
Habitacion 1 Pax	\$ 8.62	\$ 9.05	\$ 9.50	\$ 9.98	\$ 10.48

Como se observa en la proyección los costos se incrementan paulatinamente conforme al avance de los años, esto se debe a la inflación acumulada proyectada.

### 5.5 Mano de Obra Directa e Indirecta

A continuación se detalla la mano de obra directa e indirecta de la empresa con su salario respectivo, que incluye las prestaciones sociales. A efectos de este análisis se ha establecido el número de colaboradores con los que contará la empresa, el cual asciende a ocho personas.

#### 5.5.1 Mano de Obra Directa

La mano de obra directa es aquella que participa directamente en el proceso de brindar nuestros servicios al cliente. En nuestro caso no contamos con mano de obra directa.

#### 5.5.2 Mano de Obra Indirecta

La Mano de Obra Indirecta es aquella que no interviene directamente en el proceso de brindar nuestros servicios, sin embargo las actividades indirectas que realiza forman parte de la comercialización y funcionamiento de la empresa como tal. A continuación se presenta la proyección de Mano de Obra Indirecta. Se toma en cuenta el 5% de crecimiento de la economía.

Tabla 32. Salarios de Mano de Obra Indirecta

Cantidad	M.O.I.	SALARIO MENSUAL	PROYECCION				
	CARGO		1	2	3	4	5
1	Gerente	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 4,410.00	\$ 4,630.50	\$ 4,862.03	\$ 5,105.13
1	Vigilante	\$ 215.38	\$ 2,584.56	\$ 2,713.79	\$ 2,849.48	\$ 2,991.95	\$ 3,141.55
1	Contador	\$ 307.69	\$ 3,692.28	\$ 3,876.89	\$ 4,070.74	\$ 4,274.28	\$ 4,487.99
1	Jardinero	\$ 62.50	\$ 750.00	\$ 787.50	\$ 826.88	\$ 868.22	\$ 911.63
1	Recepcionista	\$ 246.15	\$ 2,953.80	\$ 3,101.49	\$ 3,256.56	\$ 3,419.39	\$ 3,590.36
1	Cocinero	\$ 215.38	\$ 2,584.56	\$ 2,713.79	\$ 2,849.48	\$ 2,991.95	\$ 3,141.55
1	Administrador y RRHH	\$ 307.69	\$ 3,692.28	\$ 3,876.89	\$ 4,070.74	\$ 4,274.28	\$ 4,487.99
1	Conserje	\$ 153.85	\$ 1,846.20	\$ 1,938.51	\$ 2,035.44	\$ 2,137.21	\$ 2,244.07
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 1,858.64</b>	<b>\$ 22,303.68</b>	<b>\$ 23,418.86</b>	<b>\$ 24,589.81</b>	<b>\$ 25,819.30</b>	<b>\$ 27,110.26</b>

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



Tabla 33. Total de Costos de Mano de Obra

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total M.O.D.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total M.O.I.	\$ 22,303.68	\$ 23,418.86	\$ 24,589.81	\$ 25,819.30	\$ 27,110.26
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22,303.68</b>	<b>\$ 23,418.86</b>	<b>\$ 24,589.81</b>	<b>\$ 25,819.30</b>	<b>\$ 27,110.26</b>

### 5.6 Gastos Generales de la Empresa

Los gastos generales que tendrá el hotel durante los primeros cinco años de funcionamiento se subdividen en: Gastos Administrativos y Operativos, entre los cuales se encuentran Presupuesto de Mercadeo, Depreciación de los Activos, Servicios Básicos (Agua, Luz, Internet), Papelería y Útiles de Oficina, Gastos de Mantenimiento y Gastos de Limpieza y Alimentación, de todos estos elementos obtenemos gastos generales, a los cuales se les resta la depreciación.

Tabla 34. Gastos Generales Anuales U\$

GASTOS GENERALES					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Presupuesto de Mercado	\$ 1,480.00	\$ 670.00	\$ 670.00	\$ 670.00	\$ 670.00
Mantenimiento y Reparacion	\$ 369.05	\$ 387.50	\$ 406.88	\$ 427.22	\$ 448.58
Servicios Básicos	\$ 5,020.56	\$ 5,271.59	\$ 5,535.17	\$ 5,811.93	\$ 6,102.52
Combustible	\$ 1,000.00	\$ 1,050.00	\$ 1,102.50	\$ 1,157.63	\$ 1,215.51
Gastos de Oficina	\$ 1,178.44	\$ 1,237.36	\$ 1,299.23	\$ 1,364.19	\$ 1,432.40
Gastos de limpieza y Alimentacion	\$ 2,457.18	\$ 2,580.04	\$ 2,709.04	\$ 2,844.49	\$ 2,986.72
Gastos Legales	\$ 573.84	\$ 18.46	\$ 19.38	\$ 20.35	\$ 21.37
Gastos de Materiales y Suministros	\$ 787.74	\$ -	\$ 827.13	\$ -	\$ 868.48
Gastos de Pre-Operativos	\$ 2,050.00	\$ 200.00	\$ 210.00	\$ 220.50	\$ 231.53
1% Sobre Ventas	\$ 1,007.40	\$ 1,163.55	\$ 1,343.90	\$ 1,552.20	\$ 1,792.79
Matricula Alcaldia 2%	\$ 2,014.80	\$ 2,327.09	\$ 2,687.79	\$ 3,104.40	\$ 3,585.58
Depreciación	\$ 4,407.05	\$ 4,473.05	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95
<b>Total gastos generales</b>	<b>\$ 22,346.06</b>	<b>\$ 19,378.64</b>	<b>\$ 20,355.97</b>	<b>\$ 20,717.86</b>	<b>\$ 22,900.44</b>
<b>Total Gastos menos Depreciacion</b>	<b>\$ 17,939.01</b>	<b>\$ 14,905.59</b>	<b>\$ 16,811.02</b>	<b>\$ 17,172.91</b>	<b>\$ 19,355.48</b>

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
"VISTAS DEL ANGEL"**



Tabla 35. Servicios Básicos 1 Año

<b>Gastos de Servicios Básicos Año 1</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Agua	\$ 103.00	\$ 1,236.00
Electricidad	\$ 215.38	\$ 2,584.56
Pago de basura	\$ 30.00	\$ 360.00
Teléfono e Internet	\$ 70.00	\$ 840.00
<b>Total Servicios Básicos</b>	<b>\$ 418.38</b>	<b>\$ 5,020.56</b>

Tabla 36. Gastos de Oficina 1 Años

<b>Gastos de Oficina Año 1</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Sellos (Und)	5	\$ 8.00	\$ 40.00
Resma de Hojas Blancas (Und)	100	\$ 3.54	\$ 354.00
Engrapadora (Und)	10	\$ 6.77	\$ 67.70
Cajas de Grapas (5000 und)	24	\$ 0.87	\$ 20.88
Almohadillas para Sellos (Und)	5	\$ 1.17	\$ 5.85
Ampos (Und)	12	\$ 1.60	\$ 19.20
Caja de Folders(100 und)	8	\$ 6.29	\$ 50.32
Lapiceros (Unds)	20	\$ 0.12	\$ 2.40
Caja de Lapiz de Grafito	2	\$ 1.48	\$ 2.96
Borradores (Und)	5	\$ 0.08	\$ 0.40
Tijeras (Und)	5	\$ 0.65	\$ 3.25
Corrector Líquido (Und)	6	\$ 0.65	\$ 3.90
Facturas Membretadas (Blocks de 50)	4	\$ 15.29	\$ 61.16
Recibos Membretados (Blocks 50)	15	\$ 9.54	\$ 143.10
Block Ejecutivo Rayado (Und)	8	\$ 0.58	\$ 4.64
Saca grapas (Und)	6	\$ 0.77	\$ 4.62
Resaltador (Und)	6	\$ 0.44	\$ 2.64
Tóner (Und)	5	\$ 60.00	\$ 300.00
Tinta para Sellos (Und)	8	\$ 0.70	\$ 5.60
Calculadora (Und)	5	\$ 4.84	\$ 24.20
Perforadora (Und)	6	\$ 3.69	\$ 22.14
Caja de Clips 50mm	6	\$ 0.51	\$ 3.06
Caja de Fastener	5	\$ 0.77	\$ 3.85
Tape Industrial (Und)	6	\$ 0.82	\$ 4.92
Caja de Clamp 3/4	8	\$ 0.39	\$ 3.12
Caja de Papel Carbon	5	\$ 4.45	\$ 22.25
Reglas Metalicas (Und)	6	\$ 0.38	\$ 2.28
<b>TOTAL DE GASTOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 1,178.44</b>

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



Tabla 37. Gastos de Materiales de Limpieza y Alimentación Año 1

<b>Gastos de Materiales de Limpieza y Alimentacion Año 1</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Paquete de Bolsas para Basura 85*120	50	\$ 1.91	\$ 95.50
Cloro( 1 Galón)	12	\$ 3.54	\$ 42.48
Ambientador para Piso (Galon)	12	\$ 5.02	\$ 60.24
Alcohol en Gel (1 Galón)	5	\$ 7.69	\$ 38.45
Detergente Bolson Grande	12	\$ 6.24	\$ 74.88
Escoba	6	\$ 2.12	\$ 12.72
Jabón de lavar trastes	12	\$ 1.38	\$ 16.56
Jabón líquido para manos	40	\$ 1.94	\$ 77.60
Lampazo	6	\$ 4.61	\$ 27.66
Mecha de Lampazo	12	\$ 2.08	\$ 24.96
Pala Plástica	3	\$ 2.01	\$ 6.03
Papel Higiénico(6 rollos)	30	\$ 2.50	\$ 75.00
Papeleras Grandes con tapas	6	\$ 4.00	\$ 24.00
Papeleras Plásticas medianas	6	\$ 2.96	\$ 17.76
Pastes para lavar trastes	30	\$ 0.36	\$ 10.80
Glade	20	\$ 3.29	\$ 65.80
Windows Para limpiar vidrios	6	\$ 5.60	\$ 33.60
Bolsas de Azucar 2kg	50	\$ 1.63	\$ 81.50
Bote de Sal	10	\$ 1.28	\$ 12.80
Café Segovia (Lbs)	100	\$ 3.61	\$ 361.00
Coca Colas Latas (Und)	480	\$ 0.49	\$ 235.20
Hi c Te de Limon (Bolsas)	50	\$ 0.40	\$ 20.00
Bolsas de Servilletas	50	\$ 1.64	\$ 82.00
Te de Manzanilla Caja Grande	12	\$ 0.68	\$ 8.16
Jabon para Baño Protex (paquetes 3)	50	\$ 1.23	\$ 61.50
Arroz (2kg)	50	\$ 1.85	\$ 92.50
Frijoles	30	\$ 1.54	\$ 46.20
Carne de Res (Lbs)	50	\$ 3.08	\$ 154.00
Pollo (Lbs)	50	\$ 1.54	\$ 77.00
Carne de Cerdo (Lbs)	30	\$ 2.15	\$ 64.50
Verduras Varias (Lbs)	50	\$ 3.38	\$ 169.00
Huevos (Cajilla)	12	\$ 3.69	\$ 44.28
Bolsa de Pan Molde (Grande)	12	\$ 1.53	\$ 18.36
Salsa de Tomate (Botella)	12	\$ 1.23	\$ 14.76
Salsa Inglesa (Botella)	12	\$ 1.23	\$ 14.76
Mostaza (Botella)	8	\$ 0.92	\$ 7.36
Mortadela o Jamon (Bolsa)	10	\$ 1.85	\$ 18.50
Queso Amarillo (Bolsa)	20	\$ 0.62	\$ 12.40
Chorizo (Bolsa)	10	\$ 2.15	\$ 21.50
Chorizo Criollo (Bolsa)	20	\$ 1.08	\$ 21.60
Queso (Lbs)	20	\$ 1.69	\$ 33.80
Leche (Lts)	10	\$ 0.46	\$ 4.60
Naranjas	250	\$ 0.15	\$ 37.50
Toallas para Manos	50	\$ 0.62	\$ 31.00
Pepinesa (Botella)	8	\$ 0.92	\$ 7.36
<b>TOTAL DE GASTOS DE LIMPIEZA Y ALIMENTACION</b>			<b>\$ 2,457.18</b>

Tabla 38. Gastos de Materiales y Suministro Año 1

<b>Gastos de Materiales y Suministro Año 1</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Hamacas	10	\$ 9.23	\$ 92.30
Sombrillas para Sol	10	\$ 12.30	\$ 123.00
Vajillas de Platos (12 Unds)	5	\$ 10.71	\$ 53.55
Vajillas de Vasos (12 Unds)	5	\$ 9.23	\$ 46.15
Juego de Cucharas (12 Unds)	4	\$ 6.15	\$ 24.60
Juego de Tenedores (12 Unds)	4	\$ 6.15	\$ 24.60
Juego de Cuchichos (3Unds)	2	\$ 7.20	\$ 14.40
Tabla de Picar	3	\$ 3.08	\$ 9.24
Colador	2	\$ 1.53	\$ 3.06
Juego de Cazuelas	2	\$ 30.76	\$ 61.52
Juego de Cucharones	2	\$ 18.46	\$ 36.92
Balde para Fresco	2	\$ 3.08	\$ 6.16
Cervezas (Pack de 12)	20	\$ 9.23	\$ 184.60
Licores Varios	5	\$ 12.30	\$ 61.50
Vino	3	\$ 15.38	\$ 46.14
<b>TOTAL DE GASTOS DE MATERIALES Y SUMINISTRO</b>			<b>\$ 787.74</b>

## 6. PLAN DE ORGANIZACIÓN.

El plan de organización que a continuación se detalla contempla la creación de la estructura organizacional del Hotel Ecológico Vista del Ángel, haciendo principal énfasis en la constitución de la empresa a nivel legal y elaborando un organigrama que se ajuste a la situación inicial de la empresa.

### 6.1 Forma de la Empresa

#### 6.1.1 Forma de Constitución Legal de la Empresa

Hotel Ecológico Vista del Ángel es una empresa creada por los socios Jorge Urbina, Lluvia Jiménez, Elba de los Ángeles Laínez y Guillermo Céspedes Castellón, fundada como sociedad anónima, quienes aportarán el 69% del capital de inversión equitativamente, de este modo cada socio aportará partes iguales a la sociedad, las cuales se convierten en acciones para cada uno, para poner en marcha el plan de negocio.

Esta sociedad se establece mediante Escritura Pública de Constitución de Sociedad y Estatutos, la cual para adquirir la personalidad jurídica se inscribe en el Registro Público. La administración de la Sociedad le corresponde a una Junta Directiva integrada únicamente por los accionistas de la Sociedad y la representación legal de la Sociedad la tiene el Presidente de la Junta Directiva.

Hemos decidido optar por esta forma de constitución debido a que la sociedad anónima tiene ciertas ventajas que nos favorecen como empresa que está iniciando, así como que, los accionistas no responden personal ni solidariamente por las deudas sociales, sino únicamente hasta la concurrencia de su capital incorporado en las Acciones, así mismo los socios están obligados únicamente al pago de sus acciones, se tiene responsabilidad limitada, también si uno de los socios desea retirarse la sociedad no se disolvería y la empresa seguiría funcionando. Otra de las ventajas es que las deudas de la empresa se solventan con las utilidades de la empresa y no con el capital de los socios.

Tabla 39. Gastos de trámites legales para inscripción

**Tabla 19. Tramites Legales**

Trámite	Instancia	Requisitos	Duracion
Constitución Legal	Registro Público Mercantil y de la Propiedad	*Escritura de Constitución. *Solicitud de inscripción como comerciante original en papel sellado y firmada por e presidente *Fotocopia de cédula de identidad de la persona que firma la solicitud. *Libros Contables de la empresa *Poder General de Administración en papel sellado por C\$70.00 de timbres Fiscales.	1 mes
Número RUC	Dirección General de Ingresos	*Copia certificada del acta constitutiva y sus estatutos, debidamente inscritos en los respectivos libros que lleva el Registro. *Documentos de identificación del Representante Legal de la persona jurídica, el documento que hace constar su domicilio fiscal.	1mes
Poder de Administración al Representante Legal	Notario	*Documentos de Identidad del Representate	1 día
Contribuyente a la Admon de Rentas	Administración de Rentas	*Solicitar Inspeccion como Contribuyente *Realizar inspección en el Local.	1 semana
Registro en la Alcaldía	Alcaldía de Ometepe	*Copia de Escritura de Constitucion *Libros contables debidamente registrados	1 semana
Apertura de Cuenta	BAC	*Cédula RUC *Documentos Representante Legal *Origen de Fondos.	2 semanas
Registro Sanitario	Ministerio de Salud	*Llenar solicitud que lleve datos del titular. *Copia de Licencia Sanitaria o Permiso de Funcionamiento.	1 mes
Licencia de Operación	INTUR	*Cedula de identidad, Inspeccion del local, Evaluacion de Inspector, Requerimientos según Hospedaje, Numero Ruc.	1mes
Inspección de Bomberos	Bomberos	*Cedula, cumplimiento de extintores, inspección del responsable.	5 dias
Resolución Policía Nacional	Policía Nacional	*Cédula de Identidad, resolución del INTUR, resolución policía, evaluación.	2semanas
Matricula de la Alcaldía	Alcaldía de Ometepe	*Cedula de Identidad, Resolución del INTUR Resolución policía, evaluación.	2dias

### 6.1.2 Tamaño de la Empresa

De acuerdo a la ley 645, “Ley Mi pyme “con su reglamento, se estipula el tamaño de la empresa, tomando como referencia el número total de colaboradores, Por lo cual el número total al que ascienden los colaboradores serán ocho personas.

Esto indica, de acuerdo a los parámetros establecidos por la ley, que el tamaño de Hotel Ecológico Vistas del Ángel es el equivalente a una pequeña empresa.

## **6.2 Estructura Organizacional.**

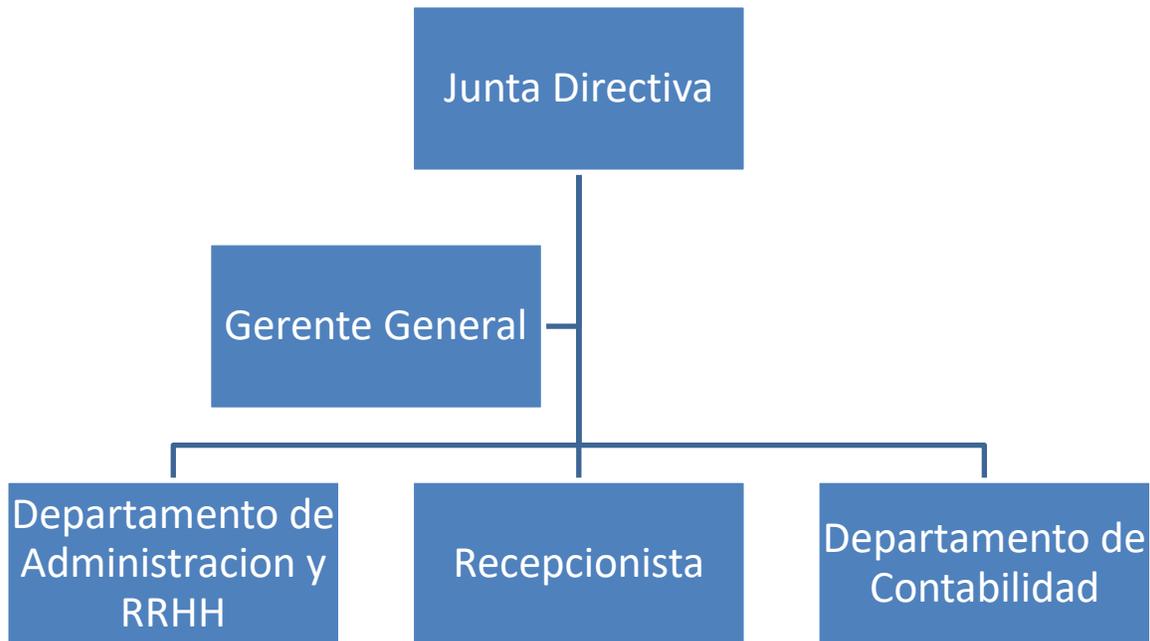
A fin de conocer el nivel jerárquico de todos los colaboradores de la empresa, y definir niveles de mando y tomas de decisiones, se plantea el organigrama apropiado al contexto inicial de la empresa Hotel Ecológico vistas del Ángel. Cabe destacar que este organigrama por su contenido es integral, ya que en él, se representan todas las unidades administrativas del hotel y sus relaciones de jerarquía o dependencia. Asimismo, por su representación gráfica, el organigrama del Hotel es de tipo vertical, debido a que se muestran las unidades ramificadas de arriba abajo a partir del titular, en la parte superior, y van bajando a través de los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada.

Tal estructura organizacional, “describe el marco formal o el sistema de comunicación y autoridad de la organización” que contiene tres componentes:

- **Complejidad:** Se refiere a la cantidad de diferenciación en una organización. Entre más sea la división del trabajo en una empresa, más niveles verticales habrán en la jerarquía y entre más dispersas estén las unidades de la organización geográficamente, más difícil o complejo será coordinar a las personas y sus actividades.
- **Formalización:** Grado en el que una organización depende de reglas y procedimientos para dirigir el comportamiento de los empleados. Entre más sean las normas y reglamentos de una organización, más formalizada será la estructura de sí misma.
- **Centralización:** Describe en dónde está la autoridad para la toma de decisiones.

Para Hotel Ecológico Vistas del Ángel, la estructura organizacional que se espera conformar tiene una línea de autoridad que especifica sus jerarquías por cargos.

Ilustración 18. Organigrama Hotel Ecológico Vistas del Ángel



Hotel Ecológico Vista del Ángel se encuentra organizada de la siguiente manera: Junta Directiva, Gerencia General, Departamento de Producción, Departamento de Ventas y Departamento de Contabilidad.

La Junta Directiva es la encargada de brindar los planes estratégicos a la empresa, revisión de utilidades y bajar orientaciones a la gerencia general para el cumplimiento de objetivos.

La Gerencia General es la encargada de guiar a los departamentos de administración, Contabilidad y Recursos humanos. Estos departamentos le brindan todos los movimientos, mejores y avances de nuestra empresa, la gerencia asigna los recursos para el desarrollo de las distintas funciones conferidas cada una de las áreas.

En el área de Administración se encargaran de distribuir y coordinar el trabajo entre las personas a su cargo, así mismo Supervisar y controlar que se cumplan los protocolos y estándares de calidad establecidos y se encargaran de Atender y resolver los posibles reclamos o sugerencias de los usuarios.

La Recepcionista se encargara de Recibir a los clientes, Manejar la Central telefónica, Manejo de herramientas ofimáticas (office), Controlara la documentación entregada y recibida por parte de otras áreas, Manejara la agenda de huéspedes y realizar llamadas de promoción, Atenderá posibles reclamos o sugerencias de los huéspedes y estará al pendiente de nuestra página web.

En el área de Contabilidad se encargaran de elaborar Estados de Resultados y Balance General del Hotel, así como realizar cierre mensual de caja, inventario contable de productos y pago de Nómina.

La comunicación fluirá de abajo hacia arriba ya que los departamentos de Contabilidad, Administración y Recepción son los que subirán los informes y avances a la Gerencia General y ésta los hará llegar a la junta directiva, en las reuniones mensuales que serán debidamente agendadas.

### **6.3 Actividades y Gastos pre operativos.**

A continuación se describen las actividades y gastos pre-operativos que Hotel Ecológico Vista del Ángel, debe realizar antes de poner en funcionamiento la empresa. La información se muestra en las siguientes tablas con la duración y el costo de cada una.

#### **6.3.1 Actividades Pre Operativas**

Tabla 40. Duración de Actividades Pre Operativas

Actividad	Duración
	Meses
Elaboración del Plan de Negocios	3
Trámites Legales	2
Gestión de Marca	1
Instalación en Activos Fijos	0
Remodelación y Acondicionamiento	1
Reclutamiento y Capacitación del Personal	1

Como se observa en el cuadro, una de las actividades que requiere más tiempo corresponde a la elaboración del documento de plan de negocios; parte del proceso en el que se incurre en muchos gastos de transporte, papelería, viáticos,

etc. El desarrollo de esta actividad contemplada a tres meses pretende estructurar las bases para la ejecución o implementación de la idea de negocio.

Por otro lado el registro para la legalización de la empresa así como la inscripción de la marca son actividades poco costosas pero que tienen una gestión bastante lenta.

La instalación de activos se realizará una vez que se hayan concluido los trabajos de remodelación en la parte interna del hotel. Paralelamente, se definirán políticas de reclutamiento de personal que incluya una calendarización de entrevistas de trabajo, a fin de contar con los recursos humanos necesarios, previo a la apertura del hotel.

### 6.3.2 Gastos Pre Operativos

Los gastos de constitución hacen referencia a todos los trámites legales que deberán realizarse para poder operar bajo condiciones legislativas favorables. En este sentido se presentan los gastos en los que se incurrirá para realizar estas gestiones.

Tabla 41. Gastos de Constitución

<b>Detalle de Gastos de Constitución</b>	
<b>Trámites Legales Personería Jurídica.</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>Monto en Dolares</b>
Libros	\$ 20.00
Foliar Libros	\$ 18.46
Inscripción del poder General	\$ 9.23
Inscripción de Constitución de Sociedad	\$ 30.77
Inscripción de Acta de Estatutos	\$ 12.31
Inscripción de los libros	\$ 20.00
Inscripción libros contables en la DGI	\$ 15.38
Matricula de la alcaldía	\$ 18.46
Constancia de matricula	\$ 12.31
RUC de la sociedad	\$ 16.92
Honorarios legales	\$ 400.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 573.84</b>

Tabla 42. Gastos de Instalación

<b>Detalle Gastos en Instalación de Activos Fijos</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
<b>Traslado</b>	\$200.00

<b>Instalación</b>	\$150.00
<b>Total</b>	<b>\$350.00</b>

Para los gastos de instalación se ha determinado el costo del traslado de los activos e instalación de las camas que fueron hechas de bambú.

Tabla 43. Gastos de Capacitación y Reclutamiento

<b>Detalles Gastos en Reclutamiento y Capacitación de Personal</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
<b>Reclutamiento</b>	\$100.00
<b>Capacitación</b>	\$200.00
<b>Total</b>	<b>\$300.00</b>

En un mes previo a la apertura de la empresa, se realizarán procesos de reclutamiento y capacitación del personal seleccionado, en temáticas enfocadas en la atención al cliente.

Tabla 44. Gastos de Publicidad

<b>Detalle Gastos Para Publicidad</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
<b>Fiesta de Inauguración</b>	\$750.00
<b>Sitio Web</b>	\$300.00
<b>Brouchures</b>	\$50.00
<b>Mantas Publicitarias</b>	\$30.00
<b>Total</b>	<b>\$1,130.00</b>

Para los gastos de publicidad tenemos pensado hacer una fiesta de inauguración para así llamar la atención de los clientes, en el sitio web hacer la propaganda de dicha inauguración para que lleguen muchos turistas y así tener un buen inicio.

La elaboración de un plan de negocios es de vital importancia, no solamente para acceder a posibles fuentes de financiamiento, sino más bien, para que la empresa a crearse y los propietarios tengan claridad de los objetivos que realmente pretenden cumplir. A fin de detallar los gastos específicos que se realizan al momento de ejecutar instrumentos o recabar información se presenta la siguiente tabla:

Tabla 45. Gastos Plan de Negocio

<b>Detalles Gastos Plan de Negocios</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
<b>Diseño y aprobación del Instrumento</b>	U\$ 100
<b>Creación de Base de Datos</b>	U\$ 300
<b>Implementación del Instrumento</b>	U\$ 600
<b>Procesamiento de Datos</b>	U\$ 300
<b>Informe Final</b>	U\$ 100
<b>Total</b>	<b>\$1,400.00</b>

## **7. PLAN DE FINANZAS**

El plan de finanzas se realizó tomando como base el análisis de mercado y el plan de producción de la empresa. Del primero se recabaron datos relativos a la cantidad de demanda que cabría satisfacer mediante la inversión durante un cierto periodo; así como los precios y tarifas adecuadas, en función de las que demuestra la competencia.

En cuanto al plan de producción, las variables de mayor trascendencia para la elaboración del plan financiero, se refieren al monto de la inversión en activos y materia prima necesaria en el hotel. Estos últimos influyen en los otros rubros de inversión (como equipos, mobiliario y gastos operativos, etc).

Con el presente estudio se pretende analizar los costos y precios de las actividades y servicios generales a ofertar, origen del estudio de mercado, así como también, calcular las cuentas necesarias para la realización del flujo de fondos como lo son: inversión inicial, gastos de operación, gastos de administración, ventas anuales, depreciación, cálculo de impuestos e intereses, realizar el flujo de efectivo para los próximos cinco años.

Estos últimos datos darán las pautas para determinar si la creación de la empresa Hotel Ecológico Vistas del Angel es rentable en el largo plazo, de lo contrario se tendrán que realizar ajustes en la estructura de costos de la misma.

### **7.1 Plan de Inversión Inicial**

El Monto total de Inversión para poner en marcha Hotel Ecológico Vistas del Angel es de \$34,408.64, de los cuales el 69% será asumido por los socios por partes equitativas y el 31% equivalente a \$10,734.32 será financiado por un préstamo en el Banco de América Central (BAC).

Tabla 46. Supuesto de Inversión

Concepto	Inversión total	Financiamiento	
	Monto	Fondos Propios	Préstamos
<b>Terreno y Edificio</b>	\$ -	\$ -	
<b>Equipo de Oficina y Producción</b>	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	
Activos	\$ 19,250.96	\$ 19,250.96	
Equipo de oficina	\$ 1,966.18	\$ 1,966.18	
Equipo de Cocina y Limpieza	\$ 2,457.18	\$ 2,457.18	
<b>Capital de Trabajo:</b>	\$ 7,204.32		\$ 7,204.32
Capital Trabajo	\$ 7,204.32		\$ 7,204.32
<b>Gastos pre operativos</b>	\$ 3,530.00		\$ 3,530.00
Gastos pre operativos	\$ 3,530.00		\$ 3,530.00
<b>Totales:</b>	\$ 34,408.64	\$ 23,674.32	\$ 10,734.32
	Total	Aporte	Financiamiento
	100%	69%	31%

Con los Fondos propios se asumirá el 100% del equipo de oficina y producción, el capital de trabajo y los Gastos pre-operativos serán cubiertos al 100% por el préstamo bancario que se va adquirir.

## 7.2 Estado de Pérdida y Ganancia

Como se logra observar en el siguiente consolidado, (teniendo en cuenta los supuestos de ventas y los márgenes en los costos de producción del servicio de alojamiento), no existen estados de perdida en los periodos de corte anual. En este sentido las utilidades después de impuesto por años reflejan las cantidades monetarias que Hotel Ecológico Vistas del Ángel percibirá como ingresos anualmente.

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



Tabla 47. Estado de Perdida y Ganancia

Calculo de Rentabilidad Proyectada					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 100,740.00	\$ 116,354.70	\$ 134,389.68	\$ 155,220.08	\$ 179,279.19
Costo de los bienes vendidos	\$ 32,888.11	\$ 37,985.76	\$ 43,873.56	\$ 50,673.96	\$ 58,528.42
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 67,851.89</b>	<b>\$ 78,368.94</b>	<b>\$ 90,516.12</b>	<b>\$ 104,546.12</b>	<b>\$ 120,750.77</b>
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 17,939.01	\$ 14,905.59	\$ 16,811.02	\$ 17,172.91	\$ 19,355.48
Gastos Administración	\$ 32,674.89	\$ 34,308.64	\$ 36,024.07	\$ 37,825.27	\$ 39,716.53
Depreciación	\$ 4,407.05	\$ 4,473.05	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>\$ 55,020.95</b>	<b>\$ 53,687.28</b>	<b>\$ 56,380.04</b>	<b>\$ 58,543.13</b>	<b>\$ 62,616.97</b>
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>\$ 12,830.94</b>	<b>\$ 24,681.66</b>	<b>\$ 34,136.09</b>	<b>\$ 46,002.99</b>	<b>\$ 58,133.80</b>
Intereses pagados	\$ 1,470.89	\$ 1,128.72	\$ 733.87	\$ 275.55	\$ -
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 11,360.05</b>	<b>\$ 23,552.94</b>	<b>\$ 33,402.21</b>	<b>\$ 45,727.43</b>	<b>\$ 58,133.80</b>
Impuestos 30% IR	\$ 3,408.01	\$ 7,065.88	\$ 10,020.66	\$ 13,718.23	\$ 17,440.14
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 7,952.03</b>	<b>\$ 16,487.06</b>	<b>\$ 23,381.55</b>	<b>\$ 32,009.20</b>	<b>\$ 40,693.66</b>

### 7.3 Balance General

El Balance General hace referencia al estado financiero de una empresa en un momento determinado, en el cual se reflejan los activos que la empresa posee (activos circulantes, caja y bancos, activo fijo, equipo de oficina, equipo de cómputo, otros equipos y utensilios, y depreciación acumulada), y los pasivos que significan deudas (Pasivo largo plazo, préstamos a largo plazo).

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



Tabla 48. Balance General

Balance general						
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activos circulantes</b>	\$ 10,734.32	\$ 20,979.37	\$ 39,483.27	\$ 63,558.71	\$ 95,799.85	\$ 140,038.46
Caja y bancos	\$ 10,734.32	\$ 20,979.37	\$ 39,483.27	\$ 63,558.71	\$ 95,799.85	\$ 140,038.46
<b>Activo fijo</b>	\$ 23,674.32	\$ 19,267.27	\$ 14,794.22	\$ 11,249.26	\$ 7,704.31	\$ 4,159.36
Equipo de Oficina	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32
Terreno y Edificio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Equipos y Utensilios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación acumulada		\$ (4,407.05)	\$ (8,880.10)	\$ (12,425.06)	\$ (15,970.01)	\$ (19,514.96)
<b>Activo Diferido</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pre-Operativos (Constitución)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Diferidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total de activos diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total de activos</b>	\$ 34,408.64	\$ 40,246.64	\$ 54,277.48	\$ 74,807.98	\$ 103,504.16	\$ 144,197.82
<b>PASIVOS</b>	\$ 10,734.32	\$ 8,620.28	\$ 6,164.07	\$ 3,313.02	\$ -	\$ -
Pasivo largo plazo	\$ 10,734.32	\$ 8,620.28	\$ 6,164.07	\$ 3,313.02	\$ -	\$ -
Prestamo largo plazo	\$ 10,734.32	\$ 8,620.28	\$ 6,164.07	\$ 3,313.02	\$ -	\$ -
<b>CAPITAL</b>	\$ 23,674.32	\$ 31,626.35	\$ 48,113.41	\$ 71,494.96	\$ 103,504.16	\$ 144,197.82
Capital social	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32	\$ 23,674.32
Utilidad acumulada			\$ 7,952.03	\$ 24,439.09	\$ 47,820.64	\$ 79,829.84
Utilidad del periodo		\$ 7,952.03	\$ 16,487.06	\$ 23,381.55	\$ 32,009.20	\$ 40,693.66
<b>Total pasivo mas capital</b>	\$ 34,408.64	\$ 40,246.64	\$ 54,277.48	\$ 74,807.98	\$ 103,504.16	\$ 144,197.82

Las partidas financieras que hacen referencia a caja y banco corresponden al resultado de los ingresos menos los egresos, dato que se encuentra en el flujo de caja posteriormente descrito. Los activos fijos representan el valor de la inversión, es importante mencionar que en este caso no se considerara la depreciación para el año 0. En la tabla se refleja los activos durante los 5 años tiene una disminución monetaria que se debe a la depreciación acumulada la cual se va restando.

El grupo de pasivos está compuesto solamente por la cuenta de Préstamo a realizarse en el año 0 para apoyo a la puesta en marcha de la empresa. Se puede observar que esta cifra disminuye anualmente y se debe a que esta se va solventando dada las amortizaciones realizadas, desaparece en el año 4 por que es cuando esta es cancelada totalmente. El capital social que se presenta es la cantidad monetaria inicial aportado por los socios de la empresa, el cual representa \$ 23,674.32 dólares netos permanece constante.

El balance general planteado, permite conocer la situación financiera de la empresa (al mostrarnos cuál es el valor de sus activos, pasivos y patrimonio), analizar esta información (por ejemplo, saber cuánto y dónde ha invertido, cuánto

de ese dinero proviene de los acreedores y cuánto proviene de capital propio, cuán eficientemente está utilizando sus activos, qué tan bien está administrando sus pasivos, etc.), y, en base a dicho análisis, tomar decisiones.

#### 7.4 Estado de Flujo de Caja

El estado de flujo de caja hace referencia al cálculo de los ingresos menos los egresos, dichos resultados se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 49. Flujo de Caja

Flujo de caja						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial		\$ 10,734.32	\$ 20,979.37	\$ 39,483.27	\$ 63,558.71	\$ 95,799.85
Ingresos (Utilidad contable)	\$ 34,408.64	\$ 7,952.03	\$ 16,487.06	\$ 23,381.55	\$ 32,009.20	\$ 40,693.66
Egresos	\$ 23,674.32					
Amortización		\$ 2,114.04	\$ 2,456.21	\$ 2,851.06	\$ 3,313.02	\$ -
Depreciación		\$ 4,407.05	\$ 4,473.05	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95
<b>Saldo final</b>	<b>\$ 10,734.32</b>	<b>\$ 20,979.37</b>	<b>\$ 39,483.27</b>	<b>\$ 63,558.71</b>	<b>\$ 95,799.85</b>	<b>\$ 140,038.46</b>

Los resultados obtenidos en el flujo de caja indican que la empresa generará efectivo con sus operaciones, dado que los saldos que se presentan al final de cada período son positivos y con tendencia creciente; por lo tanto, Hotel Ecológico Vistas del Ángel, es capaz de asumir las obligaciones adquiridas por las operaciones del negocio.

#### 7.5 Programa de Devolución del Préstamo

Como se ha hecho mención, el financiamiento representa el pasivo a largo plazo de la empresa, el cual se cancelará, en un periodo de 4 años que representan 48 cuotas mensuales de U\$ 298.74, esto acorde a los requerimientos presentados por el banco, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 50. Calculo cuota Préstamo

Cálculo Cuota Préstamo	
<b>Monto</b>	<b>\$ 10,734.32</b>
<b>Interés Anual</b>	15%
<b>Plazo en Meses</b>	48
<b>Cuota</b>	<b>(\$298.74)</b>
<b>Seguros</b>	0%
<b>Cuota Total</b>	<b>\$ 298.74</b>

## 7.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en donde la empresa no obtiene utilidades, pero tampoco pierde, cuando llega a un nivel donde el beneficio es cero.

Tabla 51. Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio (U\$)						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Porcentaje sobre ventas %	88%	79%	74%	69%	66%	
Punto de Equilibrio	\$ 88,933.58	\$ 91,876.30	\$ 99,674.99	\$ 107,695.88	\$ 118,861.14	
<b>Ventas</b>	<b>\$ 100,740.00</b>	<b>\$ 116,354.70</b>	<b>\$ 134,389.68</b>	<b>\$ 155,220.08</b>	<b>\$ 179,279.19</b>	
Porcentaje sobre ventas %	59%	53%	50%	47%	45%	
<b>Costos Fijos</b>	<b>\$ 59,899.86</b>	<b>\$ 61,881.88</b>	<b>\$ 67,134.57</b>	<b>\$ 72,536.92</b>	<b>\$ 80,057.11</b>	
Mano de Obra Directa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Gastos Generales (sin depreciación)	\$ 17,939.01	\$ 14,905.59	\$ 16,811.02	\$ 17,172.91	\$ 19,355.48	
Gastos Administración	\$ 32,674.89	\$ 34,308.64	\$ 36,024.07	\$ 37,825.27	\$ 39,716.53	
Depreciación	\$ 4,407.05	\$ 4,473.05	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95	
Intereses pagados	\$ 1,470.89	\$ 1,128.72	\$ 733.87	\$ 275.55	\$ -	
Impuestos	\$ 3,408.01	\$ 7,065.88	\$ 10,020.66	\$ 13,718.23	\$ 17,440.14	
Porcentaje sobre ventas %	33%	33%	33%	33%	33%	
<b>Costos Variables</b>	<b>\$ 32,888.11</b>	<b>\$ 37,985.76</b>	<b>\$ 43,873.56</b>	<b>\$ 50,673.96</b>	<b>\$ 58,528.42</b>	
Costo de Venta (sin M.O.D.)	\$ 32,888.11	\$ 37,985.76	\$ 43,873.56	\$ 50,673.96	\$ 58,528.42	

En el cuadro podemos apreciar lo que la fórmula nos indica, como podemos ver en el año 1, se debe vender al menos el 88% de las ventas proyectadas, así en el año 2 el 79%, siguiendo con el año 3 el 74%, así en el año 4 el 69% y finalmente en el año 5, el 66% esto quiere decir que alcanzaremos el punto de equilibrio si vendemos ese porcentaje de las ventas proyectadas, lo demás es ganancia, también se aprecia que a medida que pasa el tiempo los porcentajes disminuyen ya que cada año, el flujo de efectivo es mayor y la empresa se va adaptando al mercado.

## 7.7 Razones Financieras

Tabla 52. Razones Financieras

Razones Financieras					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Rentabilidad sobre ventas</b>	8%	14%	17%	21%	23%
<b>Rentabilidad sobre inversion</b>	23%	48%	68%	93%	118%

La rentabilidad sobre ventas se obtiene al dividir la utilidad neta del período entre los ingresos por ventas de cada año respectivamente. Esta razón se interpreta de manera que para el año 1 por cada \$100 dólares de ingreso por venta el Hotel Ecológico Vistas del Angel tiene una ganancia de U\$8 dólares, valor que aumenta en los siguientes años.

El indicador de la rentabilidad sobre la inversión, el cual es similar al cálculo anterior, se obtiene dividiendo la utilidad neta anual, entre el total del monto de inversión requerido en el año 0. Con este cálculo se puede definir que el porcentaje de rendimiento que los socios de la empresa obtienen por su inversión en el negocio durante cada período, en el primer año es de 23%, y su valor irá incrementando paulatinamente para los próximos años.

### 7.8 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 53. Calculo de VAN y TIR

Flujo de Fondos						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad contable		\$ 7,952.03	\$ 16,487.06	\$ 23,381.55	\$ 32,009.20	\$ 40,693.66
Depreciación		\$ 4,407.05	\$ 4,473.05	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95	\$ 3,544.95
Amortización		\$ 2,114.04	\$ 2,456.21	\$ 2,851.06	\$ 3,313.02	
<b>Flujo de fondos</b>	<b>\$ (34,408.64)</b>	\$ 10,245.05	\$ 18,503.90	\$ 24,075.45	\$ 32,241.14	\$ 44,238.61
VAN al 24.2%	26,920.65					
TIR	39%					
Tasa de descuento	0.242					

El cálculo del valor actual neto indica que es conveniente la ejecución del plan de negocio a fin de crear la empresa, debido a que se cumple con la condición de que sea mayor o igual a 0. En los cálculos realizados mediante el flujo de caja se obtuvo un VAN de U\$26,920.65.

Por otro lado, la TIR (Tasa Interna de Retorno) que corresponde a la rentabilidad de la empresa en sí o a la tasa de descuento cuando el VAN es igual a 0, es igual a 39%. El valor de la TIR debe ser comparado con la rentabilidad de la industria en la que se encuentra la empresa, en este caso la turística.

### 7.9 Relación Beneficio Costo

La relación beneficio costo, se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un negocio.

Tabla 54. Factor de descuento por año para la Relación Beneficio Costo

FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO						
		1	2	3	4	5
<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>	<b>1.78</b>	8,248.83	11,995.55	12,566.36	13,549.52	14,969.03

Se tiene como resultado que la relación beneficio - costo es 1.78 es decir mayor a uno lo significa que los ingresos netos son mayores a los egresos netos, por tanto el negocio demuestra ser viable. Este resultado obtenido se interpreta a razón que por cada dólar invertido en el negocio se obtienen 0.78 centavos de dólar. Es importante mencionar que esta relación irá aumentando a medida que pasen los años, de acuerdo a la proyección realizada.

### 7.10 Periodo de Recuperación

El periodo recuperación representa el tiempo estipulado en el cual se pretende recuperar la inversión inicial realizada en el negocio. En este sentido a partir de esta etapa el hotel empezará a recibir mayores utilidades.

Tabla 55. Periodo de Recuperación

FLUJO DE FONDOS DESCONTADOS POR AÑO						
		1	2	3	4	5
<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>	<b>1.78</b>	8,248.83	11,995.55	12,566.36	13,549.52	14,969.03
<b>Periodo de Recuperacion</b>		(26,159.81)	(14,164.26)	(1,597.90)	11,951.62	26,920.65

Luego de haber calculado el flujo de caja por año que simbolizan los beneficios totales, se procedió a sumar cada año hasta llegar al punto donde recuperamos la inversión en nuestro caso, la inversión es de U\$ 34,408.64 de la cual se recupera en 2.23 años, es decir aproximadamente 2 años y 7 meses.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Banco Central de Nicaragua (BCN)- Informe Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) Junio 2018, <https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/imae/informe.pdf>
- Banco Central de Nicaragua (BCN)- Informe Índice Mensual de Inflación a Julio 2018, [https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/inflacion/inflacion\\_julio.pdf](https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/mensual/inflacion/inflacion_julio.pdf)
- Banco Central de Nicaragua (BCN)- Encuesta Satélite de Turismo de Nicaragua 2017, [https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/satelite\\_turismo/CS\\_TN.pdf](https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/satelite_turismo/CS_TN.pdf)
- Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES) – Impacto Económico de los Conflictos Sociales en Nicaragua 2018, [http://www.funides.com/media/publications/Documento\\_IECS\\_-\\_vf2.pdf](http://www.funides.com/media/publications/Documento_IECS_-_vf2.pdf)
- Instituto Nicaragüense de Turismo – Estadísticas de turismo 2017, <https://www.intur.gob.ni/estadisticas-de-turismo/>
- [www.inturismo.gob.ni](http://www.inturismo.gob.ni)
- KOTLER, Philip: “Dirección de Marketing”, Décima Edición, Editorial Prentice Hall, 2001
- STATON, William Etzel Michael: “Fundamentos del Marketing”
- Bruce, J., Michael, J. y William, J. (2007). Fundamentos de Marketing. México D.F: Mc GrawHill.
- Erick (2013): Pasos para crear una Empresa en Nicaragua. Recuperado el 23 de febrero del 2016 de <http://erick-elgrande.blogspot.com/2013/10/pasospara-crear-una-empresa-en.html>
- Intur. Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible (2011-2020). Definiciones de tipos de Turismo. Nicaragua
- Economía, (s.f). Definición de inflación. Recuperado el 27 de febrero del 2016 de <http://www.economia.com.mx/inflacion.htm>
- Asociados, A. Y. (2012). Alvarado Y Asociados. Obtenido de Alvarado Y Asociados: Recuperado el día 20 de noviembre de 2014 de <http://www.alvaradoyassociados.com.ni/index.php/es/articulos-y-brpublicaciones/21-tipos-de-sociedades-mercantiles-en-nicaragua>

## 9. ANEXOS.

### Anexo 1. Formato de Encuesta

ENCUESTA PARA CONOCER EL NIVEL DE ACEPTACION DE LOS  
SERVICIOS OFERTADOS POR LOS HOTELES EN LA ISLA DE OMETEPE  
MARQUE CON UNA "X" LA OPCIÓN DE SU PREFERENCIA

#### 1 Sexo

Masculino

Femenino

#### 2 Nacionalidad

Extranjero

Nacional

#### 3 Edad

0-20

21-30

31-40

41-50

51-60

61-+

#### 4 Con que frecuencia utilizas los servicios de nuestra oficina

Mas de una vez al mes

Una vez al mes

Una vez al año

Con menos frecuencia

#### 5 Que te ha parecido la experiencia

Buena

Mala

Regular

#### 6 En que temporada lo visita

Inicio de año

Semana santa

Fin de año

Festividades patrias

Fiestras patronales

Ocio

#### 7 De cuantos días ha sido su estadia

De 1 a 3 días

De 3 a 5 días

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
"VISTAS DEL ANGEL"**



**8 Con quien viaja acompañado**

Familia

Amigos

Solo

**9 Con cuantas personas ha viajado**

De 1 a 3

De 3 a 5

5 a más

**10 En que lugares se ha hospedado u hospedaria**

Hostal

Hotel

Cabinas

Casa particular

Casa hacienda

**11 Que aspectos tomo en cuenta al momento de seleccionar**

**hospedaje**

Precio

Atencion

Ambiente

Calidad

**12 Cuanto esta dispuesto a pagar por dia**

De 5 a 10 us\$

De 11 a 20 us\$

De 21 a más us\$

**13 Que valor agregado elegiria**

Desayuno

Transporte

Tours

**14 Estaria dispuesto a adquirir un paquete promocional que**

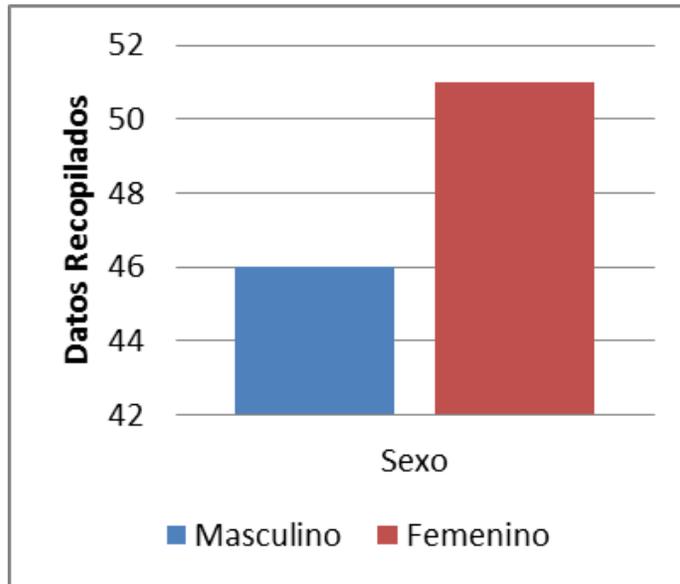
**incluye hospedaje, alimentacion y transporte**

Si

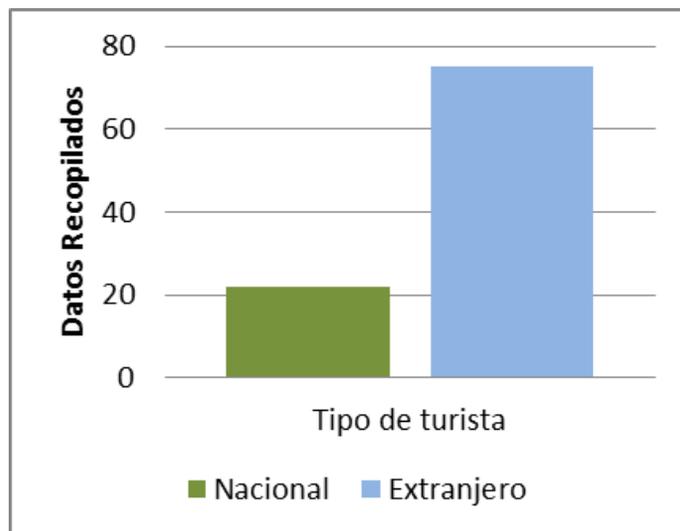
No

Talvez

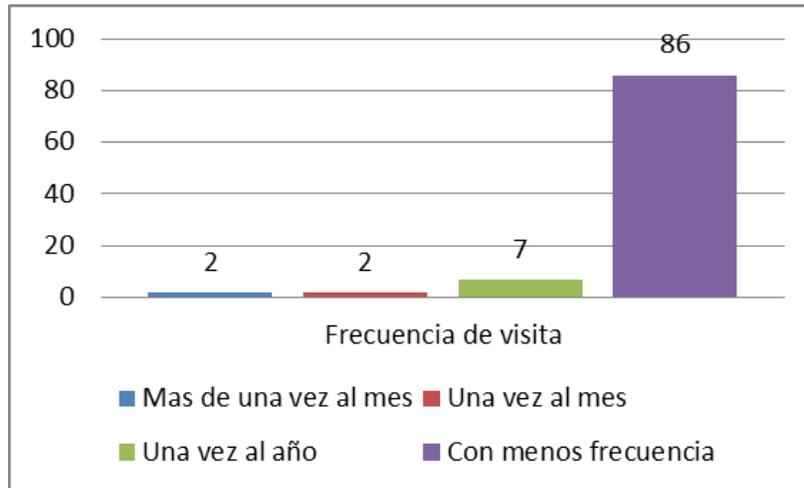
**Anexo 2. Genero del Encuestado**



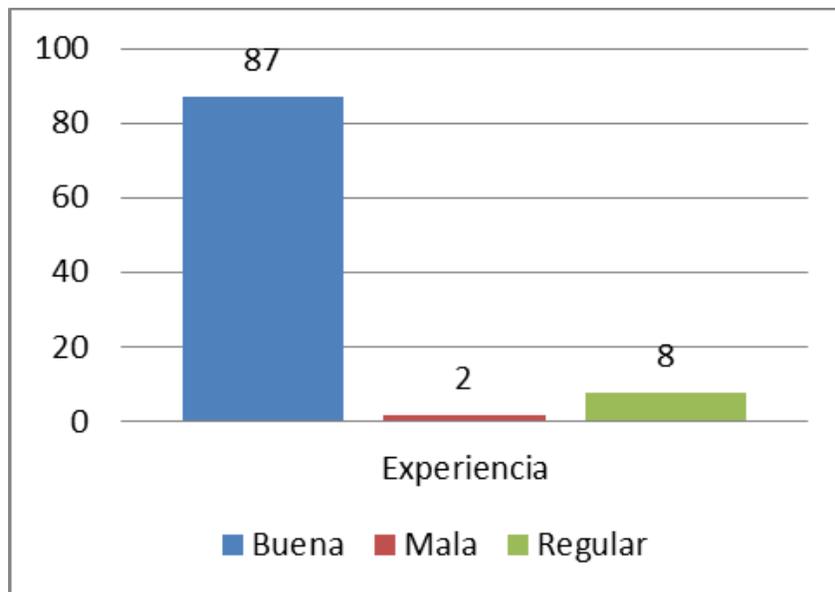
**Anexo 3. Tipo de Turista.**



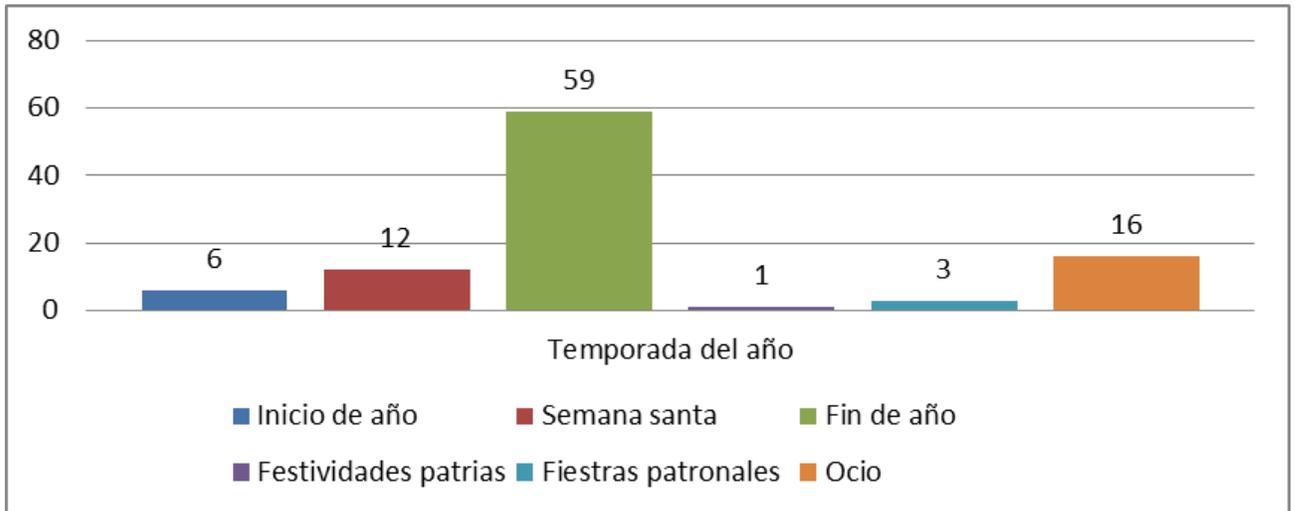
#### Anexo 4. Frecuencia de Visita



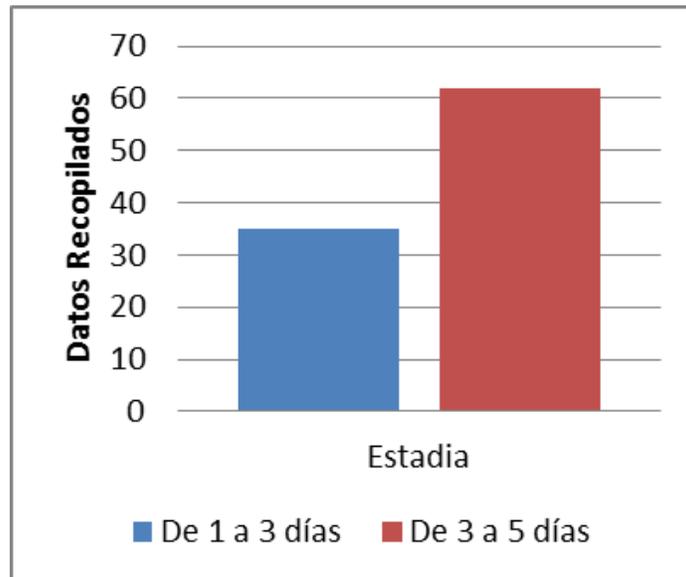
#### Anexo 5. Valoración de la Experiencia.



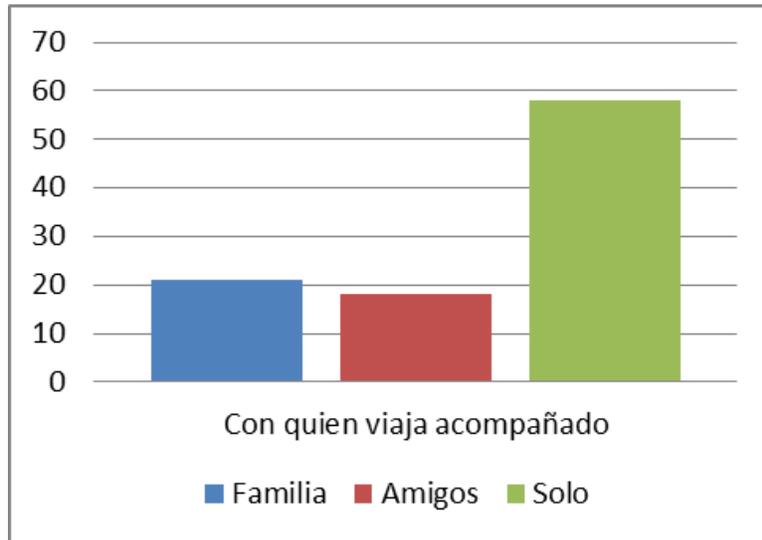
**Anexo 6. Temporada del año.**



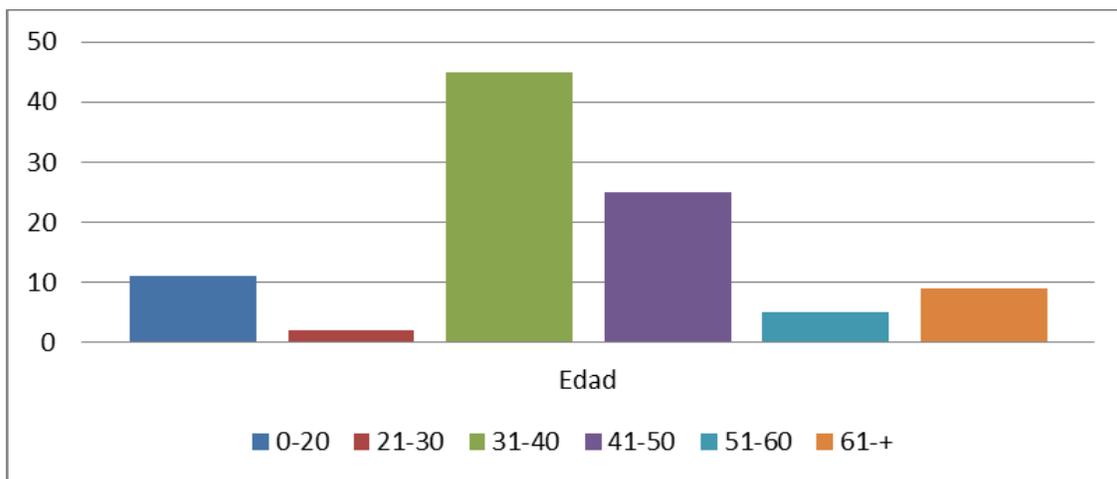
**Anexo 7. Estadía.**



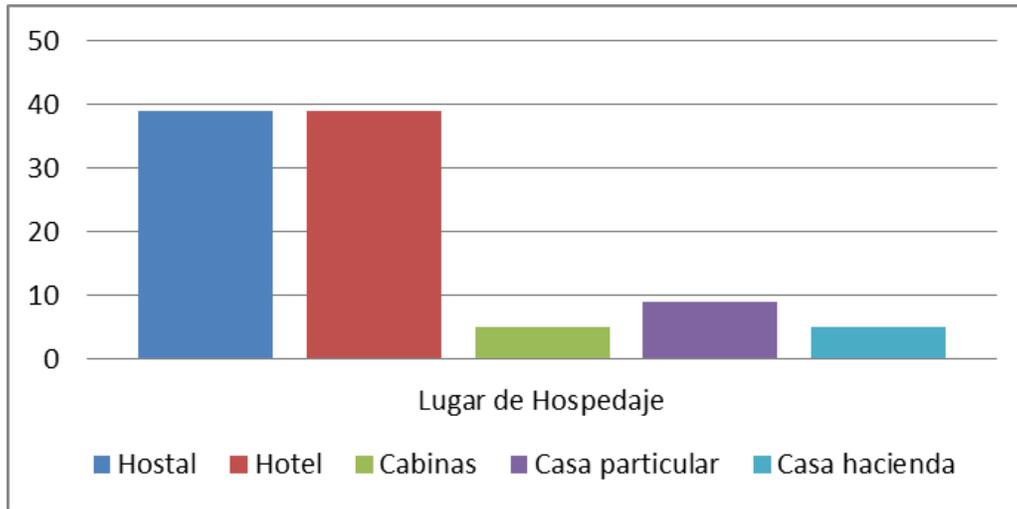
**Anexo 8. Acompañante.**



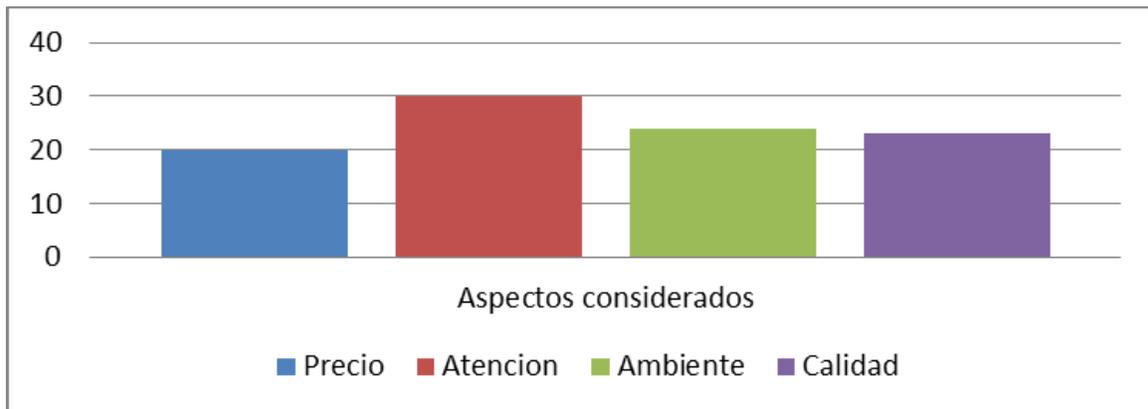
**Anexo 9. Edad del Encuestado.**



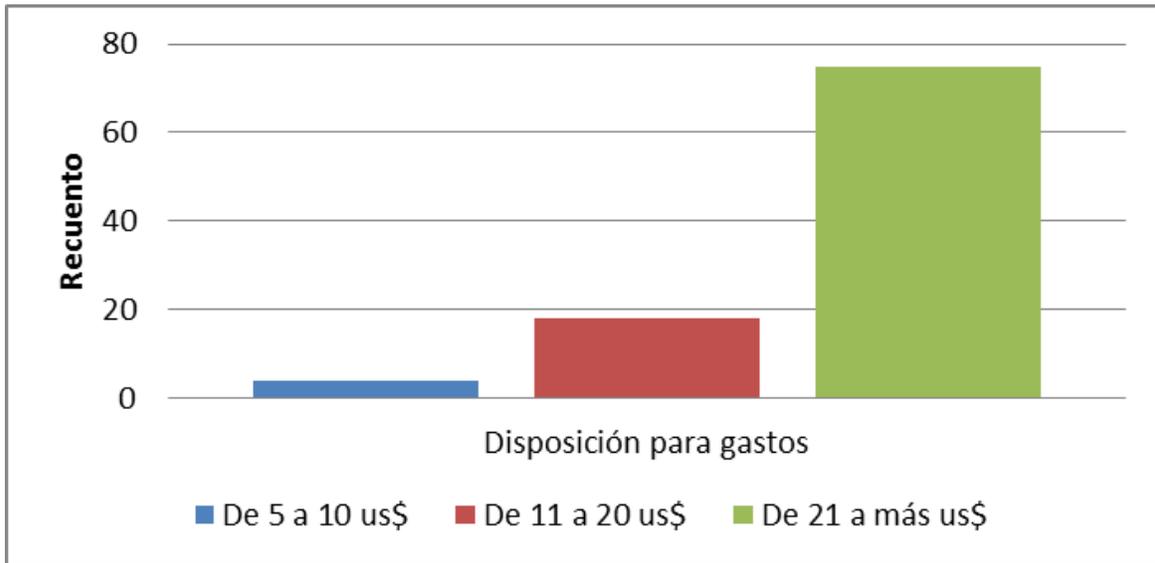
**Anexo 10. Preferencia de Hospedaje.**



**Anexo 11. Aspectos considerados en la elección del hospedaje.**



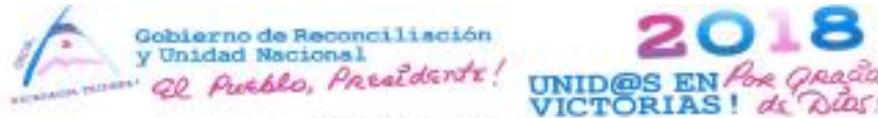
Anexo 12. Disposición para gastos.



PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
"VISTAS DEL ANGEL"



Anexo 13. Acta de ajuste al Salario Mínimo del periodo 2018.



ACUERDO MINISTERIAL

ALTB-01-03-18

SOBRE LA APLICACIÓN DE LOS SALARIOS MINIMOS  
APROBADOS POR EL MINISTERIO DEL TRABAJO

LA MINISTRA DEL TRABAJO

En uso de las facultades que le confiere la Ley No. 185 "Código del Trabajo"  
y Ley No. 625 "Ley del Salario Mínimo"

CONSIDERANDO

I

Que de acuerdo a lo estipulado en el Artículo 4 de la Ley No. 625 "Ley de Salario Mínimo", publicada en La Gaceta, Diario Oficial, No. 120 del 26 de Junio del año 2007, la Ministra del Trabajo convocó el día once de Enero del año dos mil dieciocho a la Comisión Nacional de Salario Mínimo para la aprobación de los nuevos salarios mínimos que regirán los diversos sectores.

II

Que de conformidad a la Ley No. 625 "Ley de Salario Mínimo", los nuevos salarios mínimos entran en vigencia a partir del uno de marzo del año dos mil dieciocho hasta el veintiocho de febrero del año dos mil diecinueve.

III

De conformidad a lo ordenado en la parte final del artículo 11 de la Ley N° 625, "Ley de Salario Mínimo", se acuerda:

**Artículo 1.-** Reajustar el actual salario mínimo en cada uno de los sectores de la economía nacional del campo y la ciudad de la siguiente forma:

- Sectores Económicos : 10.40%



**CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!**

MINISTERIO DEL TRABAJO

De donde fue el Estadio Nacional Denis Martinez 400mts al norte.  
Teléfono: 2222-2115 - www.mitrab.gob.ni



# PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO "VISTAS DEL ANGEL"



Gobierno de Reconciliación  
y Unidad Nacional  
*El Pueblo, Presidente!*

**2018**  
*UNIDOS EN POR GRACIA  
VICTORIAS! de Dios!*

La aplicación será en dos periodos de forma semestral, conforme a las siguientes tablas:

A partir del uno de marzo al treinta y uno de agosto del dos mil dieciocho:

SECTOR DE ACTIVIDAD	PORCENTAJE (%)	MENSUAL (Córdoba)	DIARIO (Córdoba)	BOGA (Córdoba)
Agropecuaria <sup>1/</sup>	5.20	3,970.05	132.33	16.54
Pesca	5.20	6,036.58	201.21	25.15
Minas y Canteras	5.20	7,130.04	237.66	29.70
Industria Manufacturera	5.20	5,338.17	177.93	22.24
Industrias sujetas a Régimen Especial <sup>2/</sup>	8.25	5,460.87	182.02	22.75
Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional	5.20	4,265.60	142.18	17.77
Electricidad, Gas y Agua; Comercio, Restaurantes y Hoteles; Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones;	5.20	7,281.87	242.72	30.34
Construcción; Establecimientos Financieros y Seguros	5.20	8,884.60	296.15	37.01
Servicios Comunales, sociales y Personales	5.20	5,565.58	185.51	23.18
Gobierno Central y Municipal	5.20	4,950.83	165.02	20.62

<sup>1/</sup> Más Alimentación

<sup>2/</sup> Vigente a partir del 1<sup>o</sup> enero de 2018



**CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!**

MINISTERIO DEL TRABAJO

De donde fue el Estadio Nacional Denis Martinez 400mtr al norte.  
Teléfono: 2222-2115 - [www.mitrab.gob.ni](http://www.mitrab.gob.ni)



# PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO "VISTAS DEL ANGEL"



Gobierno de Reconciliación  
y Unidad Nacional  
*El Pueblo, Presidente!*

**2018**  
*UNID@S EN Por Gracia*  
**VICTORIAS! de Dios!**

A partir del uno de septiembre del dos mil dieciocho al veintiocho de febrero del dos mil diecinueve:

SECTOR DE ACTIVIDAD	PORCENTAJE	MENSUAL (Córdobas)	DIARIO (Córdobas)	HORA (Córdobas)
Agropecuaria <sup>1/</sup>	5.20	4,176.49	139.21	17.40
Pesca	5.20	6,350.48	211.60	26.46
Minas y Canteras	5.20	7,500.80	250.08	31.25
Industria Manufacturera	5.20	5,615.75	187.19	23.39
Industrias sujetas a Régimen Especial <sup>2/</sup>	0.00	5,460.87	182.02	22.75
Micro y pequeña industria artesanal y turística nacional	5.20	4,487.41	149.58	18.69
Electricidad, Gas y Agua;				
Comercio, Restaurantes y Hoteles; Transportes, Almacenamiento y Comunicaciones;	5.20	7,660.52	255.35	31.91
Construcción;				
Establecimientos Financieros y Seguros	5.20	9,346.59	311.55	38.94
Servicios Comunes, sociales y Personales	5.20	5,854.99	195.16	24.39
Gobierno Central y Municipal	5.20	5,208.27	CS173.60	CS21.70

<sup>1/</sup> Más Alimentación

<sup>2/</sup> Vigente a partir del 1<sup>o</sup> enero de 2018

**Artículo 2.-** Los nuevos salarios mínimos serán aplicados a aquellas pensiones de jubilación que así estén consideradas en la Ley de Seguridad Social.

**Artículo 3.-** En los casos en que el salario sea estipulado en base a normas de producción o rendimiento, las unidades de medidas deberán mantenerse sin ninguna alteración, en consecuencia debe revalorizarse cada operación o pieza como efecto del incremento en el salario mínimo.



**CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!**

**MINISTERIO DEL TRABAJO**

De donde fue el Estadio Nacional Denis Martinez  
Teléfono: 2222-2115 - www.mitrab.gob.ni



**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
"VISTAS DEL ANGEL"**



Gobierno de Reconciliación  
y Unidad Nacional  
*El Pueblo, Presidente!*

**2018**  
*UNID@S EN Por Gracia*  
**VICTORIAS!** *de Dios!*

**Artículo 4.-** Se ratifica el acuerdo salarial para las industrias de zona franca, que reajustó el salario mínimo en un 8.25% para el año 2018, con vigencia a partir del uno de enero del corriente año.

**Artículo 5.-** En ninguna circunstancia se podrá practicar disminuciones de salario en los casos en que se estén pagando salarios superiores a los aquí establecidos.

**Artículo 6.-** Se convoca La Comisión Nacional de Salario Mínimo para el veintitrés de agosto del año en curso, a fin de ratificar los salarios que entrarán en vigencia a partir del uno de septiembre del dos mil dieciocho hasta el veintiocho de febrero del dos mil diecinueve.

**Artículo 7.-** A fin de darle cumplimiento a la Ley de Salario Mínimo, la Comisión Nacional de Salario Mínimo queda convocada para la segunda semana del mes de enero del año dos mil diecinueve para discutir los salarios mínimos del año dos mil diecinueve.

Dado en la ciudad de Managua, a los nueve días del mes de Marzo del año dos mil dieciocho.

  
Dra. Alba Luz Torres Briones  
Ministra del Trabajo



**TIEMPOS DE  
VICTORIAS!**

*Por Gracia  
de Dios!*



**CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!**

**MINISTERIO DEL TRABAJO**

De donde fue el Estadio Nacional Denis Martínez 400mtr al norte.  
Teléfono: 2222-2115 - [www.mitrab.gob.ni](http://www.mitrab.gob.ni)

Anexo 14. Ficha Ocupacional.

Análisis de Cargo	
Cargo	Gerente General
Especificaciones	Edad 30 – 50 años. Sexo Masculino
Estudios	<p><b>Nivel Académico</b> Licenciado en ciencias Admirativas, contables o Financieras.</p> <p><b>Conocimiento</b> Administración de empresas de productos alimenticios.</p> <p><b>Experiencia</b> Mínimo un año en cargos similares o 3 años en cargos de ventas.</p>
Experiencia Profesional	2 Años mínimos en la dirección de operaciones y administración de empresas.
Relaciones Humanas	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar las decisiones Inmediatas de la empresa para el buen funcionamiento de la misma.</li> <li>• Velar por el crecimiento productivo y financiero eficaz de la empresa.</li> <li>• Representación de la empresa en aspectos económicos, administrativos, judiciales y extrajudiciales.</li> <li>• Planifica y evalúa las propuestas de trabajo dada por cada uno de los jefes de áreas.</li> </ul>
Requisitos Físicos	Destreza Corporal
Condiciones de Trabajo	Disponibilidad de Horario
Prueba a Someterse	Entrevista.

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



<b>Análisis de Cargo</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Administrador</b>
<b>Especificaciones</b>	Edad 18 – 35 años. Sexo Femenino
<b>Estudios</b>	Licenciatura en Gestión y Desarrollo del Turismo, Administración Turística
<b>Experiencia Profesional</b>	2 años como mínimo en puestos similares.
<b>Relaciones</b>	Trabajo en Equipo, Cumplimiento de Me Grupales
<b>Funciones</b>	Identificar procesos eficientes y eficaces para el mejoramiento continuo del Hostal Evaluar resultados de los reportes que semanalmente presenten los colaboradores. Distribuir y coordinar el trabajo entre las personas a su cargo Supervisar y controlar que se cumplan los protocolos y estándares de calidad establecidos. Atender y resolver los posibles reclamos o sugerencias de los usuarios. Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento a los empleados. Mantener un apropiado clima laboral.
<b>Requisitos Físicos</b>	Presentar certificado de salud en la entrevista.
<b>Condiciones de</b>	Disponibilidad de Horario y Viaje en casos de representación de la empresa en congresos
<b>Prueba a Someterse</b>	Entrevista, Test Psicométrico y Semana de Entrenamiento

<b>Análisis de Cargo</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Contador</b>
<b>Especificaciones</b>	Edad 25 – 45 años. Sexo Masculino
<b>Estudios</b>	Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, Finanzas, o Carreras a
<b>Experiencia Profesional</b>	3 año en puestos similares
<b>Relaciones Humanas</b>	Trabajo en Equipo.
<b>Funciones</b>	Elaborar Estados de Resultados y Balance General del Hostal. Realizar cierre mensual de caja. Inventario contable de productos. Pago de Nómina.
<b>Requisitos Físicos</b>	Destreza manual, manejo del estrés corporal.

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



<b>Condiciones de Trabajo</b>	Disponibilidad de Horario
<b>Prueba a Someterse</b>	Entrevista, Pruebas Matemáticas. Test Psicométrico.

<b>Análisis de Cargo</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Recepcionista</b>
<b>Especificaciones</b>	Edad 25 – 35 años. Sexo Femenino
<b>Estudios</b>	Técnico medio en Gestión y Desarrollo del Turismo, Administración
<b>Experiencia Profesional</b>	1 año como mínimo en puestos similares.
<b>Relaciones</b>	Trabajo en Equipo, Excelente atención al cliente, orientada
<b>Funciones</b>	Recibir clientes. Manejar la Central telefónica. Causar buena impresión de la Compañía a favor de las Relaciones Públicas. Manejo de herramientas ofimáticas (office) Controlar la documentación entregada y recibida memorándums según requerimientos. Manejar la agenda de huéspedes y realizar llamadas de promoción. Organizar la agenda y la planificación diaria. Atender y posibles reclamos o
<b>Requisitos Físicos</b>	Control de personalidad y manejo del stress. Visión clara, voz agradable y bien articulada.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	Contrato Indefinido y Disponibilidad de Horario
<b>Prueba a Someterse</b>	Entrevista, prueba básica de inglés con terminología turística, prueba de entrenamiento en dos días en el cargo.

<b>Análisis de Cargo</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Guarda de Seguridad</b>
<b>Especificaciones</b>	Edad 20 – 45 años. Sexo Masculino.
<b>Estudios</b>	Primaria Aprobada
<b>Experiencia Profesional</b>	No Requerida
<b>Relaciones Humanas</b>	Trabajo en Equipo. Orientado a la atención al cliente.
<b>Funciones</b>	Resguardo de la seguridad de

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



<b>Requisitos Físicos</b>	Destreza Corporal.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	Disponibilidad de Horario
<b>Prueba a Someterse</b>	Entrevista

<b>Análisis de Cargo</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Conserje</b>
<b>Especificaciones</b>	Edad 20 – 45 años. Sexo Femenino.
<b>Estudios</b>	Primaria aprobada
<b>Experiencia Profesional</b>	1 año en puestos similares
<b>Relaciones</b>	Trabajo en Equipo. Orientado a la atención al cliente.
<b>Funciones</b>	Colaborar en los pedidos y conservación de materias primas y productos de uso en la limpieza del hostel. Colaborar en la gestión de costes e inventarios, así
<b>Requisitos Físicos</b>	Destreza manual, manejo del estrés corporal. Presentar certificado de salud.
<b>Condiciones de Trabajo</b>	Disponibilidad de Horario
<b>Prueba a</b>	Entrevista

<b>Análisis de Cargo</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Jardinero</b>
<b>Especificaciones</b>	Edad 25 – 50 años. Sexo Masculino
<b>Estudios</b>	No Requeridos.
<b>Experiencia Profesional</b>	1 año como mínimo prestando los servicios de jardinería.
<b>Relaciones</b>	Trabajo en Equipo
<b>Funciones</b>	Acondiciona la tierra para la siembra de plantas. Suministra abonos y fertilizantes a las plantas que se
<b>Requisitos</b>	Destreza Corporal
<b>Condiciones de Trabajo</b>	Disponibilidad de Horario
<b>Prueba a</b>	Entrevista.

**PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO  
“VISTAS DEL ANGEL”**



**Anexo 15. Tabla de amortización del préstamo.**

Tabla de amortización de préstamo					
Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo	
0				\$ 10,734.32	
<b>Año 1</b>					
1	\$ 298.74	\$ 134.18	\$ 164.57	\$ 10,569.75	
2	\$ 298.74	\$ 132.12	\$ 166.62	\$ 10,403.13	
3	\$ 298.74	\$ 130.04	\$ 168.70	\$ 10,234.43	
4	\$ 298.74	\$ 127.93	\$ 170.81	\$ 10,063.61	
5	\$ 298.74	\$ 125.80	\$ 172.95	\$ 9,890.66	
6	\$ 298.74	\$ 123.63	\$ 175.11	\$ 9,715.55	
7	\$ 298.74	\$ 123.63	\$ 175.11	\$ 9,540.44	
8	\$ 298.74	\$ 119.26	\$ 179.49	\$ 9,360.95	
9	\$ 298.74	\$ 117.01	\$ 181.73	\$ 9,179.22	
10	\$ 298.74	\$ 114.74	\$ 184.00	\$ 8,995.22	
11	\$ 298.74	\$ 112.44	\$ 186.30	\$ 8,808.91	
12	\$ 298.74	\$ 110.11	\$ 188.63	\$ 8,620.28	
<b>Año 2</b>					
13	\$ 298.74	\$ 107.75	\$ 190.99	\$ 8,429.29	
14	\$ 298.74	\$ 105.37	\$ 193.38	\$ 8,235.91	
15	\$ 298.74	\$ 102.95	\$ 195.80	\$ 8,040.12	
16	\$ 298.74	\$ 100.50	\$ 198.24	\$ 7,841.88	
17	\$ 298.74	\$ 98.02	\$ 200.72	\$ 7,641.15	
18	\$ 298.74	\$ 95.51	\$ 203.23	\$ 7,437.92	
19	\$ 298.74	\$ 92.97	\$ 205.77	\$ 7,232.15	
20	\$ 298.74	\$ 90.40	\$ 208.34	\$ 7,023.81	
21	\$ 298.74	\$ 87.80	\$ 210.95	\$ 6,812.87	
22	\$ 298.74	\$ 85.16	\$ 213.58	\$ 6,599.28	
23	\$ 298.74	\$ 82.49	\$ 216.25	\$ 6,383.03	
24	\$ 298.74	\$ 79.79	\$ 218.96	\$ 6,164.07	
<b>Año 3</b>					
25	\$ 298.74	\$ 77.05	\$ 221.69	\$ 5,942.38	
26	\$ 298.74	\$ 74.28	\$ 224.46	\$ 5,717.92	
27	\$ 298.74	\$ 71.47	\$ 227.27	\$ 5,490.65	
28	\$ 298.74	\$ 68.63	\$ 230.11	\$ 5,260.53	
29	\$ 298.74	\$ 65.76	\$ 232.99	\$ 5,027.55	
30	\$ 298.74	\$ 62.84	\$ 235.90	\$ 4,791.65	
31	\$ 298.74	\$ 59.90	\$ 238.85	\$ 4,552.80	
32	\$ 298.74	\$ 56.91	\$ 241.83	\$ 4,310.96	
33	\$ 298.74	\$ 53.89	\$ 244.86	\$ 4,066.11	
34	\$ 298.74	\$ 50.83	\$ 247.92	\$ 3,818.19	
35	\$ 298.74	\$ 47.73	\$ 251.02	\$ 3,567.17	
36	\$ 298.74	\$ 44.59	\$ 254.15	\$ 3,313.02	
<b>Año 4</b>					
37	\$ 298.74	\$ 41.41	\$ 257.33	\$ 3,055.69	
38	\$ 298.74	\$ 38.20	\$ 260.55	\$ 2,795.14	
39	\$ 298.74	\$ 34.94	\$ 263.80	\$ 2,531.33	
40	\$ 298.74	\$ 31.64	\$ 267.10	\$ 2,264.23	
41	\$ 298.74	\$ 28.30	\$ 270.44	\$ 1,993.79	
42	\$ 298.74	\$ 24.92	\$ 273.82	\$ 1,719.97	
43	\$ 298.74	\$ 21.50	\$ 277.24	\$ 1,442.72	
44	\$ 298.74	\$ 18.03	\$ 280.71	\$ 1,162.01	
45	\$ 298.74	\$ 14.53	\$ 284.22	\$ 877.79	
46	\$ 298.74	\$ 10.97	\$ 287.77	\$ 590.02	
47	\$ 298.74	\$ 7.38	\$ 291.37	\$ 298.65	
48	\$ 298.74	\$ 3.73	\$ 298.65	\$ -	
<b>Año 1</b>					
				Interés	Capital
				\$ 1,470.89	\$ 2,114.04
<b>Año 2</b>					
				Interés	Capital
				\$ 1,128.72	\$ 2,456.21
<b>Año 3</b>					
				Interés	Capital
				\$ 733.87	\$ 2,851.06
<b>Año 4</b>					
				Interés	Capital
				\$ 275.55	\$ 3,313.02

## 10. GLOSARIO.

- **Flujo grama:** es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado.
- **Inflación:** Proceso económico provocado por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda; causa una subida continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y una pérdida del valor del dinero para poder adquirirlos o hacer uso de ellos.
- **Auge:** Crecimiento o desarrollo notables y progresivos de algo, en especial de un proceso o una actividad.
- **Producto Interno Bruto:** conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año.
- **Población Económicamente Activa:** Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad.
- **Segmento Socioeconómico:** El nivel socioeconómico es la jerarquía que tiene una persona o un grupo con respecto a otro o al resto. Usualmente se mide por el ingreso como individuo y/o como grupo, y otros factores educación y ocupación.
- **Exhaustiva:** Que es muy completo y profundo.
- **Enajenación:** Venta, donación o cesión del derecho o el dominio que se tiene sobre un bien o una propiedad.

- **Demanda latente:** es una situación que se produce cuando los consumidores tienen la necesidad de adquirir un producto o servicio pero esta demanda no puede ser satisfecha por alguna razón.
- **Población Finita:** es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos, como el número de especies, el número de estudiantes, el número de obreros.
- **Hallazgos:** Acción de hallar o conseguir, ver, saber dónde está una cosa o persona que se quería obtener o recuperar.
- **Susceptible:** Que tiene las condiciones necesarias para que suceda o se realice aquello que se indica.
- **Tipografía:** Técnica de imprimir textos o dibujos, a partir de tipos o moldes en relieve que, entintados, se aplican sobre el papel.
- **Isologo:** es un identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad.
- **Asequible:** Que puede alcanzarse o conseguirse.
- **Plan de negocio:** es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito.
- **Valor Actual Neto (VAN):** es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno.

- **Periodo de Recuperación (PR):** es un método de valoración de inversiones que mide el tiempo que una inversión tarda en recuperar el desembolso inicial, con los flujos de caja generados en el futuro por la misma.
- **Prueba de Liquidez:** es uno de los indicadores de liquidez frecuentemente usados como indicador de la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, sin contar con la venta de sus existencias.
- **Cursograma:** Es la representación simbólica de un procedimiento administrativo u operativo.
- **Demanda:** Es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.
- **Depreciación:** El término depreciación se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.
- **Diagrama de Gantt:** es una popular herramienta gráfica cuyo objetivo es mostrar el tiempo de dedicación previsto para diferentes tareas o actividades a lo largo de un tiempo total determinado.
- **Inflación:** Es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda, sostenido durante un período de tiempo determinado.
- **Mano de obra:** Esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. El concepto también se aprovecha para apuntar hacia el costo de esta labor (es decir, el dinero que se le abona al trabajador por sus servicios). En el ámbito de la contabilidad empresarial, se entiende por mano de obra al coste absoluto vinculado a los trabajadores. En este sentido, la mano de obra incluye los salarios, las cargas sociales y los impuestos.
- **Mano de obra Directa:** cuando influye directamente en la fabricación del producto terminado. Se trata de un trabajo que puede asociarse fácilmente al bien en cuestión.

## PLAN DE NEGOCIO HOTEL ECOLOGICO “VISTAS DEL ANGEL”



- **Mano de obra Indirecta:** Cuando se reserva a áreas administrativas, logísticas o comerciales. No se asigna, por lo tanto, a la fabricación del producto de manera directa ni tiene gran relevancia en el precio de éste.
- **Participación de Mercado:** Porción de mercado que abarcan las ventas totales de un producto en particular. Puede referirse a una empresa o varias, así como a un producto o varios.