



NEGOCIOS INTERNACIONALES

Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Negocios Internacionales.

AUTORES:

Mariana Gómez Gil
Renato Guerrero Angelelli
Damaris Erika Tulcán Mosquera
María Del Cisne Procel Sánchez
Angeled Jhuliana Rojas Castillo
Roberto Daniel Ramírez Fajardo

TUTOR:

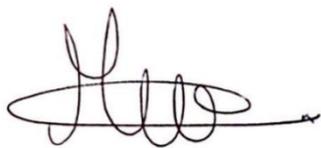
Ing. Andrea Carolina Sotomayor Feijóo, Msc.

Plan de Negocios Tiny House Eco Hotel.

Certificación De Auditoria

Yo, Mariana Gómez Gil, Renato Guerrero Angelelli, Robert Daniel Ramírez Fajardo, María Del Cisne Procel Sánchez, Damaris Erika Tulcán Mosquera, Anged Jhuliana Rojas Castillo declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

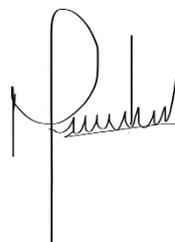
Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



Mariana Gómez Gil
C.I 1761311321



Renato Guerrero Angelelli
C.I 0951460955



María del Cisne Procel Sánchez
C.I 0706570926



Roberto Daniel Ramírez Fajardo
C.I 1751012517



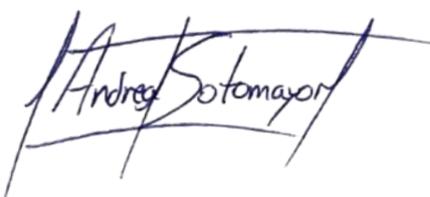
Damaris Erika Tulcán Mosquera
C.I 1753651890



Anged Jhuliana Rojas Castillo
C.I 1950037083

Aprobación Del Tutor

Yo Andrea Carolina Sotomayor Feijoó, certifico que conozco a los autores del presente trabajo de titulación “Plan de Negocios Tiny House Eco Hotel”, Mariana Gómez Gil, Renato Guerrero Angelelli, Roberto Daniel Ramírez Fajardo, María Del Cisne Procel Sánchez, Damaris Erika Tulcán Mosquera y Anged Jhuliana Rojas Castillo, siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

A handwritten signature in blue ink that reads "Andrea Sotomayor". The signature is stylized with a large initial 'A' and is enclosed within a hand-drawn rectangular border.

.....

Andrea Carolina Sotomayor Feijoó

Resumen Ejecutivo

El segmento del turismo sostenible experimenta un crecimiento significativo, impulsado por la creciente conciencia ambiental y la búsqueda de experiencias responsables por parte de los viajeros. El objetivo del presente proyecto es desarrollar "Tiny House Eco Hotel", una propuesta de hospedaje innovadora que integra sostenibilidad y confort. Este alojamiento ecológico estaría equipado con paneles solares y sistemas de recolección de agua, reduciendo el impacto ambiental y promover un turismo responsable en Baños de Agua Santa.

El público objetivo está compuesto por turistas nacionales e internacionales de nivel socioeconómico medio-alto, interesados en experiencias auténticas y ecológicas. Las estrategias de marketing estarán centradas en la promoción digital mediante redes sociales, plataformas especializadas en turismo sostenible y alianzas estratégicas con la comunidad.

El análisis financiero revela que el proyecto es viable, con un potencial significativo de rentabilidad derivado de la creciente demanda por hospedajes sostenibles. Este tipo de proyectos poseen diversas oportunidades de financiamiento a través de programas de crédito destinados a emprendimientos sostenibles. Por lo cual, los resultados financieros indican que el proyecto es viable, con un VAN de 896.495 USD, además, el periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 2.10 años.

En General, el Tiny House Eco Hotel es un propuesta innovadora y rentable, alineada con las tendencias globales del turismo sostenible. No solo contribuirá a la conservación del medio ambiente, sino que también impulsará el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales. Sin duda este negocio tiene un alto potencial de éxito tanto a nivel nacional como internacional.

Palabras clave: Tiny House, ecoturismo, energías renovables, hospedaje ecológico, naturaleza.

Abstract

The sustainable tourism sector is experiencing significant growth, driven by increasing environmental awareness and travelers' demand for responsible experiences. The objective of this project is to develop the "Tiny House Eco Hotel," an innovative lodging concept that integrates sustainability and comfort. This eco-friendly accommodation will be equipped with solar panels and water collection systems, reducing environmental impact and promoting responsible tourism in Baños de Agua Santa.

The target audience consists of domestic and international tourists from a mid-to-high socioeconomic background who seek authentic and eco-conscious experiences. Marketing strategies will focus on digital promotion through social media, specialized sustainable tourism platforms, and strategic partnerships with the community.

The financial analysis indicates that the project is viable, with significant profitability potential driven by the growing demand for sustainable accommodations. This type of project benefits from various financing opportunities through credit programs aimed at sustainable ventures. The financial results confirm the project's viability, with a Net Present Value (NPV) of USD 896,495 and an investment payback period (IRR) of 2.10 years.

Overall, the Tiny House Eco Hotel is an innovative and profitable proposal aligned with global sustainable tourism trends. It will not only contribute to environmental conservation but also drive the socio-economic development of local communities. Without a doubt, this business has a high potential for success both nationally and internationally.

Keywords: Tiny House, ecotourism, renewable energy, eco-friendly lodging, nature.

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto en especial a nuestras familias y a todas las personas que han sido parte de todos estos años de carrera y que nos animaron a perseguir nuestros sueños.

-Mariana, Damaris, María del Cine, Anged, Roberto y Renato.

Agradecimiento

Agradecemos a Dios y a nuestras familias por habernos apoyado en este camino lleno de retos y desafíos, gracias a nuestros profesores por toda la enseñanza y aprendizaje en la UIDE.

-Mariana, Damaris, María del Cine, Anged, Roberto y Renato.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	10
FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO.....	13
IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	22
IDEA DE NEGOCIO.....	27
VALIDACIÓN DE VIABILIDAD - DESEABILIDAD	39
ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	55
PLAN DE MARKETING	65
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	74
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES	98
BIBLIOGRAFÍA.....	99
ANEXOS	103

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Matriz de selección de mercados</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 2 PESTEL Ecuador</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 3 PESTEL Costa Rica</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 4 Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 5 FODA CRUZADO.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 6 Segmentación del mercado.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 7 Análisis de Resultados Entrevistas al mercado objetivo.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 8 Modelo de Monetización</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 9 Localización Ecuador.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 10 Localización Costa Rica.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 11 Precio</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 12 Activos fijos para cabañas tipo A.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 13 Activos fijos para cabañas tipo B.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 14 Activos fijos para zona de coworking y Coffe shop</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 15 Activos fijos para área de recepción y administración</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 16 Activos intangibles</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 17 Depreciaciones y amortizaciones</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 18 Depreciaciones y amortizaciones</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 19 Tabla de amortización del préstamo.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 20 Tasas de ocupación proyectadas</i>	<i>81</i>
<i>Tabla 21 Presupuesto de ingresos</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 22 Costos variables totales de amenities</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 23 Costos variables totales de insumos de tour y talleres</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 24 Costos variables totales de insumos de limpieza cabañas</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 25 Sueldos año 2026</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 26 Presupuesto de costos y gastos proyectado 2026 - 2030.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 27 Estado de pérdidas y ganancias proyectado 2026 - 2030.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 28 Flujo de caja proyectado 2026 - 2030</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 29 Estado de pérdidas y ganancias proyectado 2026 - 2030.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 30 Valor actual neto.....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 31 Periodo de recuperación</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 32 Balance general escenario más probable</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 33 Balance general escenario pesimista</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 34 Estado de pérdidas y ganancias escenario pesimista</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 35 Flujo de caja proyectado escenario pesimista.....</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 36 Balance general escenario optimista</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 37 Estado de pérdidas y ganancias escenario optimista</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 38 Flujo de caja proyectado escenario optimista.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 39 Flujo de caja proyectado escenario optimista.....</i>	<i>97</i>

INDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Prototipo 1.0</i>	28
<i>Ilustración 2 Prototipo 1.0</i>	29
<i>Ilustración 3 Experto 1 María Isabel Vásquez Andrade</i>	47
<i>Ilustración 4 Experto 2 Mariela Zárate Murillo</i>	49
<i>Ilustración 5 Prototipo 2.0</i>	51
<i>Ilustración 6 Prototipaje 3D – Habitación</i>	52
<i>Ilustración 7 Prototipaje 3D – Habitación</i>	52
<i>Ilustración 8 Sistema recolección agua de lluvias</i>	53
<i>Ilustración 9 Presentación Comercial del Prototipo</i>	72
<i>Ilustración 10 Presentación Comercial del Prototipo</i>	73

INDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1 Importancia de un Hotel Ecológico</i>	44
<i>Gráfico 2 Aspectos de sostenibilidad</i>	45
<i>Gráfico 3 Preferencias para estadias prolongadas</i>	45
<i>Gráfico 4 Actividades preferidas</i>	46
<i>Gráfico 5 Precio dispuesto a pagar</i>	46

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el turismo sostenible se ha convertido en una prioridad dentro del sector hotelero; ya que, existe una creciente demanda de viajeros interesados en experiencias responsables con el medio ambiente. La crisis climática y la necesidad de reducir la huella ecológica han impulsado la creación de nuevas soluciones de alojamiento que minimicen el impacto ambiental, sin comprometer la comodidad y experiencia del huésped (Bores, 2024).

Dentro de este contexto el presente estudio desarrolla un Plan de Negocios para un Tiny House Eco Hotel, un concepto innovador que busca combinar el turismo, la sostenibilidad y la eficiencia energética en una oferta de hospedaje diferenciado.

El proyecto parte desde una idea de negocio viable para un servicio de alojamiento compuesto por las Tiny houses autosuficientes, integradas en entornos naturales y construidas con materiales ecológicos y tecnologías sostenibles. A través de este estudio, se busca evaluar la viabilidad del modelo desde una perspectiva de mercado, financiera y operativa, identificando factores clave para que su implementación sea un éxito.

La metodología empleada en esta investigación combina enfoques cualitativos y cuantitativos para garantizar un análisis integral, se llevaron a cabo estudios de mercado con potenciales clientes y expertos en ecoturismo, utilizando herramientas como el focus groups y entrevistas estructuradas para comprender las experiencias y expectativas del público objetivo. Además, se realizó un análisis PESTEL y de las Cinco Fuerzas de Porter para evaluar el entorno competitivo y factores que pueden influir en la expansión internacional del proyecto, con un enfoque particular en Costa Rica como mercado potencial.

El desarrollo del Tiny House Eco Hotel no solo representa una oportunidad de negocio alineada con las tendencias actuales del turismo sostenible, sino que también contribuye al desarrollo local mediante la generación de empleo y la integración de prácticas ecológicas. A través de este estudio, se busca demostrar que un alojamiento innovador y ambientalmente responsable puede ser financieramente rentable y socialmente beneficioso, posicionándose como una alternativa distinta en el mercado turístico actual.

Objetivo General

Desarrollar un Plan de Negocios para un Tiny House Eco Hotel en Ecuador que fomente el turismo sostenible y responda a la creciente demanda de experiencias ecológicas, minimizando el impacto ambiental. El proyecto busca posicionarse como el primer Tiny house eco hotel independiente del país que opera con energías renovables, promoviendo la eficiencia en el uso de recursos naturales y ofreciendo una alternativa innovadora en la industria hotelera.

Objetivos Específicos

1. Analizar la demanda actual del turismo sostenible en Ecuador, identificando las preferencias y expectativas de los viajeros que buscan experiencias ecológicas y responsables con el medio ambiente.
2. Evaluar el entorno competitivo y macroeconómico mediante el análisis PESTEL y el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, determinando oportunidades y desafíos para la implementación del Tiny House Eco Hotel.
3. Diseñar un modelo de negocio innovador y sostenible, que integre energías renovables, materiales ecológicos y prácticas de eficiencia energética para minimizar la huella ambiental del hotel.
4. Realizar un análisis financiero detallado, evaluando la viabilidad económica del proyecto a través de la estimación de costos de inversión, proyecciones de ingresos y herramientas financieras como VAN y TIR.

5. Medir el impacto del proyecto en el desarrollo local, considerando su contribución a la generación de empleo, la economía circular y la promoción de prácticas ecológicas en la comunidad.
6. Desarrollar estrategias de diferenciación y posicionamiento para consolidar el Tiny House Eco Hotel como la primera alternativa de hospedaje autosuficiente con energías renovables en Ecuador, destacando su valor ecológico y su contribución al turismo sostenible.

FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO

La creciente preocupación por los efectos del cambio climático y la sostenibilidad del planeta ha impulsado la búsqueda de alternativas habitacionales más amigables con el medio ambiente. En este contexto, el concepto de "Tiny Houses" o casas pequeñas cuentan con un diseño y construcción que permite distribuir el espacio de forma eficiente y accesible promoviendo el uso eficiente de los recursos y reduciendo el impacto ecológico; respondiendo a una tendencia que incentiva un estilo de vida minimalista, que soluciona la necesidad de consumir menos desde la perspectiva del espacio, dado que este modelo arquitectónico de casa no supera los 50 metros cuadrados; este método no solo se presenta para venta a particulares; si no, como lugares turísticos donde cumplen la función de hospedar (Villalobos, 2024).

La crisis energética y los desafíos ambientales actuales exigen iniciativas que minimicen el impacto ecológico. Los *Tiny Houses* no solo reducen significativamente su huella ambiental mediante el uso de materiales ecológicos y energías renovables, sino que educan a los visitantes en la importancia de adoptar un estilo de vida eco-amigable.

Turismo sostenible como respuesta a la crisis ambiental

La sostenibilidad es un elemento transversal en los discursos actuales sobre el desarrollo y el progreso, incluyendo el turismo. En este ámbito, se aboga por la implementación de prácticas como el ahorro de energía y agua, la conservación de los recursos naturales y la clasificación de residuos sólidos. Sin embargo, para lograr la inserción de la sostenibilidad en cualquier sector, no basta con la voluntad de institucionalizarla o con tener definiciones teóricas. Es crucial fomentar una cultura organizacional que genere una conducta colectiva orientada a la participación activa y efectiva de los miembros de las organizaciones. Este enfoque busca garantizar la calidad de los servicios ofrecidos mientras

se preservan los recursos naturales, en línea con una gestión ambiental y social responsable (Moreno & Alvarez, 2022, págs. 57-68) .

Requisitos y Retos para la Apertura de Alojamientos Turísticos.

El turismo sostenible es una tendencia en auge y abrir un alojamiento turístico implica sumarse a este movimiento. Además de los requisitos legales como el registro de turismo, obtener la licencia de funcionamiento y asegurar que la infraestructura esté adecuada a la categoría que en nuestro caso sería única, dado que podemos manejar las Tiny Houses bajo el contexto de casa de huéspedes, es importante incluir la accesibilidad para personas con discapacidad y sistemas de seguridad como iluminación de emergencia, señalización de evacuación y extintores; el Reglamento te invita a ser responsable con el medio ambiente, reduciendo el consumo de agua y energía, y gestionando los residuos de manera adecuada. También es crucial contar con personal capacitado y bilingüe, especialmente en áreas de atención directa al cliente. Por último, se deben pasar inspecciones regulares para evitar sanciones por incumplimiento, lo que subraya la necesidad de planificación y recursos suficientes para garantizar una operación adecuada (Padilla,2020).

El sector hotelero enfrenta una creciente presión para adoptar prácticas sostenibles debido al aumento en la demanda de experiencias ecológicas por parte de los clientes. Este fenómeno responde tanto a un interés genuino por el cuidado del medio ambiente como a la búsqueda de experiencias que cumplan con estándares de sostenibilidad, lo cual mejora la percepción de los hoteles tanto social como ambientalmente responsables (Boston Consulting Group, 2024).

En el aspecto ambiental, se busca mantener la explotación de los recursos dentro de los límites de regeneración natural, considerando el impacto que su uso tiene sobre los ecosistemas. Por otro lado, desde una perspectiva económica, se promueve el crecimiento

sostenible mediante la adopción de tecnologías limpias y energías renovables que reduzcan la contaminación y el agotamiento de los recursos no renovables, creando así un equilibrio entre desarrollo económico y la preservación ambiental (Zarta, 2018, págs. 411-413).

El desarrollo de proyectos turísticos representa una oportunidad estratégica para contribuir al turismo sostenible y la diversificación económica. Estos proyectos no solo impulsan el sector turístico, sino que también generan empleo, fomentan la inversión y fortalecen el desarrollo local.

A través del Ministerio de Turismo y BanEcuador que ofrecen créditos con tasas de interés accesibles y plazos flexibles mediante programas como el "Crédito Productivo 5%". Estas iniciativas están diseñadas para apoyar emprendedores que busquen implementar soluciones sostenibles y de impacto turístico (BanEcuador, 2023).

La Corporación Financiera Nacional (CFN), mediante el programa Progresar, facilita el acceso a financiamiento de mediana y gran escala para proyectos turísticos innovadores. Este enfoque forma parte de la estrategia de cambio de la matriz productiva, incentivando inversiones entre USD 25,000 y USD 25 millones (Ministerio de Turismo, 2019).

Análisis del Entorno

Matriz de selección de mercados

El análisis PESTEL resulta de vital importancia para evaluar las oportunidades y desafíos que enfrenta el proyecto Tiny House Eco Hotel en su expansión internacional. El análisis inicio con Ecuador, debido a que es en donde empezará el proyecto, el cual también tiene como objetivo explorar su internacionalización hacia mercados potenciales como lo son Colombia, Costa Rica y República Dominicana. Por ello, al identificar factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que podrían influir en la implementación y el éxito del proyecto en cada uno de estos países, posteriormente al realizar la selección de mercados con

la información del análisis PESTEL se determinó que la mejor opción es Costa Rica.

[Ver Anexo 1](#)

MATRIZ DE SELECCIÓN MERCADOS

COMPETIDORES								
N	FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO	Peso	Colombia		Costa Rica		República Dominicana	
			CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN
1	Demanda de turismo sostenible	0,14	2	0,28	4	0,56	2	0,28
2	Estabilidad política y económica	0,15	1	0,15	3	0,45	3	0,45
3	Regulaciones ambientales y turísticas	0,12	3	0,36	4	0,48	4	0,48
4	Infraestructura y conectividad	0,10	3	0,30	4	0,40	3	0,3
5	Competencia y saturación del mercado	0,11	1	0,11	1	0,11	1	0,11
6	Costo y disponibilidad de recursos	0,12	2	0,24	4	0,48	3	0,36
7	Apoyo gubernamental e incentivos	0,04	3	0,12	3	0,12	3	0,12
8	Comportamiento y características del turista objetivo	0,07	2	0,14	4	0,28	2	0,14
9	Reputación del país como destino turístico	0,07	3	0,21	4	0,28	3	0,21
10	Adaptabilidad cultural y climática	0,08	3	0,24	4	0,32	3	0,24
Total		1		2,15		3,48		2,69

Nota. El gráfico representa la Matriz del Perfil Competido en relación con otras empresas que realicen la misma actividad económica/ Los valores de calificación son las siguientes: 1= mayor debilidad, 2=menor debilidad, 3 = menor fortaleza, 4= mayor fortaleza. Referencia. Elaboración propia.

Tabla 1 Matriz de selección de mercados

Fuente: Los autores (2025)

Características del Segmento

Enfoque en la sostenibilidad

Las personas interesadas en las Tiny Houses valoran la reducción del impacto ecológico, buscando soluciones habitacionales que promuevan la eficiencia energética, el uso de materiales sostenibles y la gestión responsable de recursos como el agua y los residuos.

Preferencia por el minimalismo

Este segmento adopta un estilo de vida minimalista, priorizando la funcionalidad y el uso eficiente del espacio. Las Tiny Houses les ofrecen la posibilidad de vivir de manera sencilla, reduciendo su consumo material y aprovechando cada metro cuadrado.

Búsqueda de alternativas económicas

Debido al alto costo de la vivienda tradicional, muchas personas recurren a las *Tiny Houses* como una opción más asequible. Además, estas casas implican menores gastos de mantenimiento y energía.

Interés por el ecoturismo

En el ámbito turístico, las *Tiny Houses* atraen a viajeros que buscan una experiencia más cercana a la naturaleza y menos masificada. Este segmento valora alojamientos únicos y sostenibles.

Posicionamiento frente a otros alojamientos sostenibles

Las Tiny Houses se destacan en el sector turístico sostenible al ofrecer una experiencia única que combina minimalismo, contacto directo con la naturaleza y personalización. A diferencia de opciones más tradicionales como cabañas ecológicas, lodges o glamping, las Tiny Houses

presentan ventajas específicas:

- Menor impacto ambiental en la instalación
- Movilidad y flexibilidad
- Costos accesibles para propietarios y turistas
- Estilo distintivo y personalizable

Comodidad en espacios reducidos: Innovaciones tecnológicas y diseño funcional

Para garantizar la comodidad en espacios limitados, las *Tiny Houses* han integrado soluciones tecnológicas y de diseño que transforman cada metro cuadrado en una oportunidad de confort:

- Muebles multifuncionales con diseño de interiores inspirado en la naturaleza
- Automatización y tecnología inteligente
- Materiales y acabados ergonómicos

Necesidades del Segmento

Diseños funcionales y adaptables

Los usuarios de *Tiny Houses* necesitan diseños que maximicen el espacio disponible, utilizando muebles multifuncionales y soluciones de almacenamiento inteligente.

Conexión con la naturaleza

La integración con el entorno natural es clave. Este segmento busca viviendas que estén ubicadas en paisajes naturales y que utilicen materiales ecológicos, como madera o piedra,

para mantener una armonía con el paisaje.

Eficiencia energética y autosuficiencia

Es fundamental que las *Tiny Houses* ofrezcan opciones de energía renovable, como paneles solares, y sistemas que permitan la recolección de agua, buscando la autosuficiencia tanto para quienes viven permanentemente como para los turistas.

Comodidad en espacios reducidos

Aunque el espacio sea limitado, los usuarios requieren un diseño que garantice confort y bienestar, con espacios cálidos y bien distribuidos que favorezcan el descanso y la funcionalidad.

Buyer Persona

SOFÍA CASTRO



EDAD	28 a 45 años
SEXO	Mujer
PAÍS	Norteamérica- Europa
EDUCACIÓN	Superior
SOCIOECONOMICO	Medio alto Alto
ESTADO CIVIL	Indiferente

Gustos y aficiones

- Actividades al aire libre
- Estilo de vida ecológico
- Viajar y fotografía
- Bienestar

Biografía

Apasionada por la naturaleza, el ecoturismo y la sostenibilidad. Su carrera freelance le permite trabajar desde cualquier lugar del mundo, lo que la ha convertido en una viajera constante y comprometida con el impacto positivo en los destinos que visita. Le encanta explorar paisajes únicos, conectar con culturas locales y aprender sobre prácticas sostenibles que pueda incorporar en su vida cotidiana.

Motivaciones

Reducir su impacto ambiental y promover la sostenibilidad, conectar profundamente con la naturaleza, aprender sobre prácticas ecológicas y aplicarlas en su vida, sumergirse en culturas locales para apoyar a las comunidades, e inspirar a otros a viajar de forma responsable y consciente a través de sus redes sociales.

Objetivos

Minimizar su huella ecológica, descubrir destinos naturales únicos, conectar auténticamente con la cultura local, aprender nuevas prácticas ecológicas, apoyar a comunidades y emprendimientos locales en sus viajes, y compartir sus experiencias para inspirar a otros a adoptar un turismo responsable.

Personalidad



¿Cuáles son sus miedos?

Que su viaje tenga un impacto ambiental negativo, que la experiencia sea superficial o comercial, que sus actividades no contribuyan realmente a la comunidad, que la sostenibilidad implique incomodidades en su estadía, y que el proyecto no esté alineado con sus valores de turismo responsable.

¿Cómo podemos ayudarlo?

- Espacios de Compartir
- Experiencias Personalizadas
- Conexión con la Naturaleza
- Itinerarios Sostenibles
- Información de Impacto

Mapa de Empatía

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

Se preocupa por el impacto de sus decisiones en el medioambiente y busca experiencias que le permitan aprender y contribuir positivamente. Tiene interés en conectar con la naturaleza y apoyar a las comunidades locales.

¿QUÉ VE?

Siente satisfacción y motivación al saber que sus viajes pueden tener un impacto positivo. También siente una ligera inquietud sobre la autenticidad de las experiencias y el nivel de compromiso sostenible de los lugares que visita.

¿QUÉ OYE?

Escucha recomendaciones y experiencias de otros viajeros y seguidores en redes sociales. También presta atención a las opiniones de influencers y expertos en turismo responsable.



Observa la creciente oferta de turismo sostenible y busca alojamientos que demuestren un compromiso real con el medio ambiente. Ve campañas de ecoturismo y sigue en redes sociales a otros viajeros sostenibles y defensores del medio ambiente.

¿QUÉ DICE Y HACE?

Elige alojamientos y experiencias ecológicas, participa en actividades de voluntariado en sus viajes y documenta sus prácticas de viaje sostenible. Investiga y pregunta antes de reservar para asegurarse de que el lugar cumple con sus valores. Habla sobre la importancia de un turismo consciente en redes sociales y comparte sus experiencias sostenibles para inspirar a otros.

¿QUÉ LE DUELE?

Greenwashing y la falta de compromiso real con la sostenibilidad. Le duele que las experiencias resulten superficiales o comerciales y que su impacto ambiental involuntario sea negativo.

¿A QUÉ ASPIRA?

Aspira a vivir experiencias auténticas, aprender sobre sostenibilidad, dejar un impacto positivo en las comunidades y la naturaleza, e inspirar a otros a viajar de forma responsable.

IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Problemas del segmento

Restaurante Sostenible

Problemática. Según Washesky (2018), estudiante de tercer año, Gestión de Agronegocios la desconexión entre los consumidores y el origen de sus alimentos es un fenómeno creciente, Estudios muestran que los consumidores suelen ignorar el impacto ambiental de la producción y transporte de alimentos, como la huella de carbono y la degradación del suelo debido a prácticas agrícolas intensivas.

Idea de negocio Farm-to-Table Experience. GastroPub que se abastece de granjas locales y utiliza productos orgánicos y de temporada. Puedes incluir un huerto en el propio restaurante donde los clientes puedan ver de dónde proviene su comida.

Cero Desperdicio

Problemática. La industria alimentaria enfrenta un desafío significativo debido a la gran cantidad de residuos orgánicos y plásticos que genera, los cuales tienen un impacto negativo en el medio ambiente.

Reducir el desperdicio de alimentos es una práctica fundamental para fomentar el desarrollo humano sostenible y garantizar un uso eficiente de los recursos. La Agenda 2030 de las Naciones Unidas determina en su Objetivo 12 - "Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles" (InterAmerican Investment Corporation, 2020).

Idea de negocio. Concepto de restaurante donde todo, desde los ingredientes hasta la decoración, está diseñado para minimizar el desperdicio. Utilizar residuos de cocina para crear compost y reciclar materiales es una parte clave del concepto.

Menú Plant-Based

Problemática. La problemática relacionada con la dependencia de productos de origen animal y su impacto ambiental está ampliamente documentada por la FAO. Según esta fuente, el sector ganadero es responsable de aproximadamente el 14.5% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero, siendo uno de los mayores contribuyentes al cambio climático. Además, este sector ejerce una presión significativa sobre los recursos naturales, incluyendo el uso intensivo de agua, tierra y energía (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, s.f.). La ganadería también contribuye a la degradación del suelo, la deforestación y la pérdida de biodiversidad.

Idea de negocio. Restaurante que se especialice en cocina plant-based, destacando el impacto positivo de una dieta basada en plantas sobre el medio ambiente.

Hotel Sostenible

Problemática. La huella ambiental de la industria hotelera, que consume altos niveles de energía y agua, además de generar residuos. Los hoteles pueden generar hasta 1 tonelada de residuos textil cada año. Según la Organización Mundial de Turismo, la actividad hotelera origina hasta un 5% de las emisiones de dióxido de carbono generadas por este sector. “Se estima que cada turista emite desde 10 kg hasta más de 100 kg de CO₂ por cada noche de estancia en un hotel” (LEANpio, 2022).

Idea de negocio Eco-Resort. Un hotel que se construya con materiales ecológicos y que funcione con energías renovables. Podrías incluir programas de educación ambiental para los huéspedes y actividades relacionadas con la sostenibilidad, como reforestación o limpiezas de playas.

Tiny House Eco Hotel

Problemática. La industria del turismo enfrenta una presión creciente debido a la escasez de recursos básicos como electricidad y agua, agravada por el cambio climático y el crecimiento poblacional en zonas de alta demanda turística. El mundo actualmente enfrenta diversas crisis por el cambio climático, en algunas zonas del mundo con exceso de calor y en otro exceso de lluvias, según la Organización Meteorológica Mundial (2024) “Entre enero y septiembre de 2024, la temperatura media del planeta superó en $1,54 (\pm 0,13)$ °C el valor de referencia de la era preindustrial” lo que refleja un incremento continuo año tras año. Este contexto evidencia la necesidad urgente de implementar prácticas sostenibles y herramientas innovadoras para garantizar la autosuficiencia energética e hídrica en el sector turístico. Adoptar soluciones sustentables no solo mitiga el impacto ambiental, sino que también fortalece las bases del turismo, permitiendo su evolución hacia un modelo autosustentable que responda a las exigencias del cambio climático y asegure su viabilidad a largo.

Idea de negocio Un concepto de alojamiento en pequeñas casas sostenibles que ofrecen una experiencia única y eco-amigable. Estas casas podrían estar ubicadas en un entorno natural y utilizar tecnologías como paneles solares y sistemas de recolección de agua de lluvia.

Esta idea es muy interesante porque no solo aborda una tendencia creciente en la preferencia del consumidor por productos y servicios sostenibles, sino que también ofrece un impacto positivo en el medio ambiente. Además, puede diferenciarse en el mercado por su compromiso con la sostenibilidad, algo que muchas personas valoran cada vez más.

Selección del Problema con Mayor Oportunidad de Negocio

El Tiny House Eco Hotel fue el elegido ya que representa una oportunidad alineada con las tendencias y necesidades del mercado actual. En el foro económico mundial (Gifford & Cheer, 2023), en un estudio acerca del turismo del futuro en el mundo resalta la importancia de que “el turismo debe volverse más sostenible para apoyar la salud del planeta y garantizar los medios de vida de las comunidades que dependen de él”. Los centros turísticos que no se revienten y se alineen con el bienestar del planeta desaparecerán tarde que temprano. En un contexto de creciente conciencia ambiental, los consumidores valoran cada vez más opciones que promuevan la sostenibilidad, el uso de energías renovables y el cuidado del agua. Este concepto no solo aborda estas demandas, sino que también ofrece una experiencia única: la posibilidad de cultivar y cosechar tus propios alimentos, educando a los huéspedes sobre prácticas agrícolas sostenibles y fomentando un estilo de vida más responsable.

“El turismo y la conservación son aliados naturales, pero aún quedan dudas sobre si obstaculizan o ayudan a las iniciativas de conservación. Se prevé que el turismo de vida silvestre sea un negocio global de 300 mil millones de dólares para 2032, a medida que aumenta el deseo de los viajeros de acercarse a la naturaleza” Foro económico mundial (Gifford & Cheer, 2023).

La combinación de turismo ecológico y aprendizaje práctico convierte al *Tiny House Eco Hotel* en una propuesta diferenciada y de gran potencial en un mundo que enfrenta una crisis ambiental sin precedentes.

Tendencia del Turismo 2024

Según la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2024), “El primer trimestre de 2024 mostró una tendencia mixta en el turismo de Ecuador. En enero, Quito recibió 45.365 visitantes no residentes, lo que representó una disminución del 35% en

comparación con diciembre de 2023. Sin embargo, en febrero, el número de visitantes aumentó ligeramente a 46.501, evidenciando una recuperación parcial. A pesar de estos altibajos, la duración promedio de la estadía de los turistas internacionales se mantuvo en torno a los 10 días, lo que representa una oportunidad económica significativa para los sectores de alojamiento, restauración y servicios turísticos del Distrito Metropolitano de Quito”.

Propuesta preliminar (Fase 3 Ideación – Innovación e Impacto Social)

El *Tiny House Eco Hotel* es un concepto innovador de alojamiento que combina turismo, sostenibilidad e impacto social positivo. Este modelo de negocio se basa en ofrecer a los huéspedes una experiencia única en pequeñas casas sostenibles, diseñadas con materiales ecológicos y tecnología eficiente para minimizar el impacto ambiental. Cada unidad está equipada con sistemas de energías renovables, como paneles solares, y un sistema de recolección y reutilización de aguas lluvias, optimizando el uso de recursos naturales.

Además de su compromiso con la sostenibilidad, el *Tiny House Eco Hotel* incluye parcelas para el cultivo de frutas y vegetales propios de la región. Estas parcelas no solo proporcionan ingredientes frescos para la cocina del hotel, sino que también invitan a los huéspedes a participar en actividades prácticas, como sembrar, cuidar y cosechar los alimentos. De esta forma, no solo se fomenta un estilo de vida más consciente, sino que también se generan conocimientos que los visitantes pueden aplicar en su vida cotidiana.

IDEA DE NEGOCIO

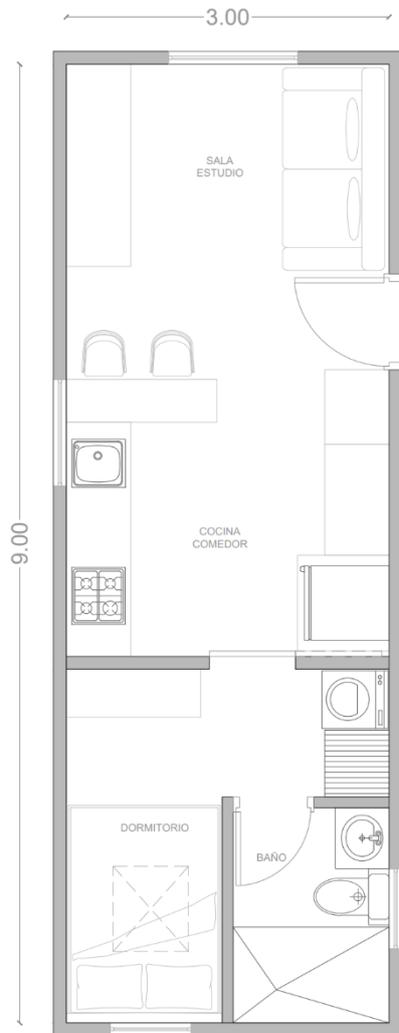
Lean Canvas

<p>Problema</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la demanda por turismo sostenible y ecológico. • Falta de alojamientos verdaderamente comprometidos con la sostenibilidad. • Necesidad de reducir el impacto ambiental en la industria turística. 	<p>Solución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de alojamientos sostenibles (tiny houses) utilizando materiales ecológicos y energías renovables. • Experiencias personalizadas como actividades de reforestación, cultivo orgánico y educación ambiental. • Integración con la comunidad local para generar impacto positivo. 	<p>Propuesta de Valor Única</p> <p>"Vive una experiencia inmersiva y sostenible en contacto con la naturaleza, mientras contribuyes al cuidado del medio ambiente y aprendes sobre prácticas ecológicas."</p>	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turistas internacionales y nacionales de 18 a 55 años, con nivel socioeconómico medio-alto. • Amantes de la naturaleza, el ecoturismo y las experiencias auténticas. • Viajantes conscientes interesados en el impacto ambiental positivo. 	<p>Relación con los Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencias personalizadas y atención al detalle. • Creación de comunidades digitales para compartir experiencias. • Programas de fidelización y beneficios exclusivos para clientes recurrentes.
<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de las tiny houses sostenibles. • Implementación de energías renovables y sistemas de reutilización de agua. • Marketing y promoción internacional. • Capacitación del personal en sostenibilidad y hospitalidad. 		<p>Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de materiales ecológicos y tecnología renovable. • Comunidades locales para integración y desarrollo conjunto. • Organizaciones medioambientales para certificaciones y respaldo. 		<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones sostenibles y tiny houses diseñadas con tecnología ecológica. • Equipo capacitado en hospitalidad y sostenibilidad. • Redes y alianzas con comunidades locales y organizaciones ecológicas.
<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tarifas de hospedaje. • Actividades adicionales (tours, talleres, certificados de sostenibilidad). • Venta de productos locales y ecológicos. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales (Instagram, Facebook, YouTube) con contenido visual atractivo. • Plataformas de turismo responsable como Airbnb y TripAdvisor. • Blogs de viajes y alianzas con influencers de ecoturismo. • Ferias de turismo y campañas directas en mercados internacionales. 		<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción y mantenimiento de las instalaciones sostenibles. • Organización de actividades educativas y de conservación ambiental. • Marketing enfocado en ecoturismo y turismo responsable.

Prototipaje 1.0

Prototipaje

El prototipaje es una fase crucial para dar forma al concepto del Tiny Houses Eco Hotel. A través de renders y modelos 3D, se busca no solo mostrar el diseño arquitectónico eficiente y sostenible, sino también anticipar la experiencia única que los huéspedes disfrutarán. A continuación, se presenta el render de uno de los prototipos, el cual ha sido diseñado para maximizar el uso eficiente del espacio, fomentar la conexión con la naturaleza y aplicar principios ecológicos en todas sus facetas. Además, se proponen dos opciones de servicios que enriquecerán la experiencia en el complejo.



Diseñador: Sarahí Vidal
Arquitecta Interiorista

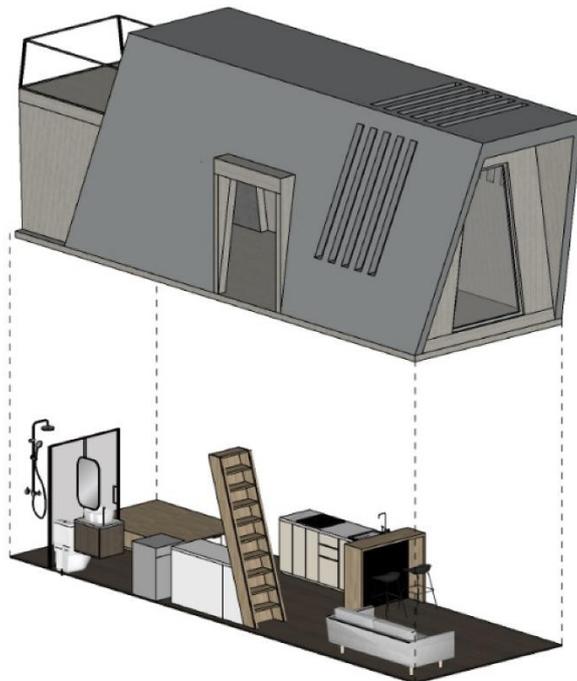


Ilustración 1 Prototipo 1.0

Opción 1: Taller de cocina sostenible

Este servicio ofrece a los huéspedes la oportunidad de participar en un taller de cocina donde aprenderán a preparar platos utilizando ingredientes locales y de temporada. Durante la actividad, se enfatiza el uso de técnicas de bajo impacto ambiental, como la reducción de desperdicios y el uso de productos cultivados de forma sostenible. Los participantes no solo disfrutarán de la preparación de la comida, sino que también se llevarán conocimientos prácticos sobre cómo aplicar estos principios en su vida diaria para llevar un estilo de vida más responsable y ecológico.

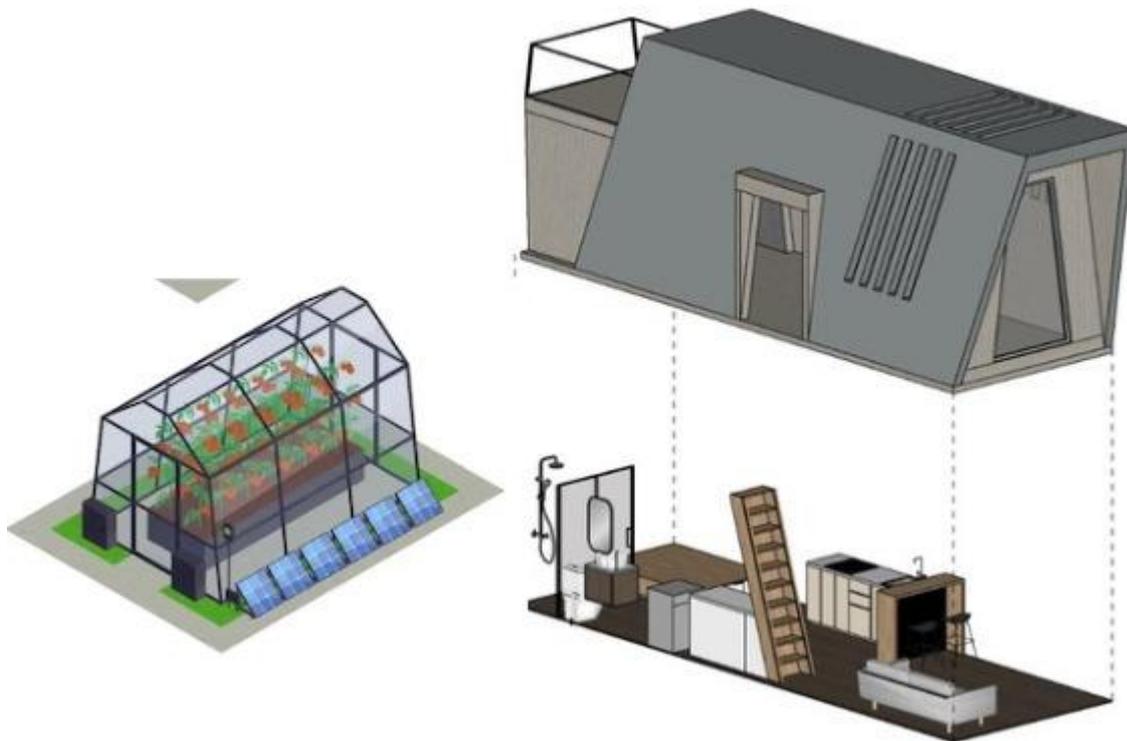


Ilustración 2 Prototipo 1.0

Opción 2: Tour completo en la experiencia de nuestra huerta

Los huéspedes tendrán la oportunidad de realizar un recorrido interactivo por la huerta del complejo, donde podrán conocer cómo cultivamos nuestros propios alimentos utilizando

prácticas agrícolas sostenibles. Durante el tour, podrán plantar algo en el huerto, una experiencia que fomenta la conexión directa con la naturaleza. Aunque ellos mismos siembren, los productos que cosecharán en el futuro serán parte de la comida que podrán disfrutar en el hotel, completando el ciclo de la experiencia sostenible. Este servicio ofrece un enfoque educativo, estimulando la participación y el aprecio por los procesos agrícolas responsables.

Análisis del Macroentorno – PESTEL

[Ver Anexo 1](#)



PESTEL Ecuador

Aspecto	Variable	Impacto	Amenaza	Oportunidad	
Político – Legal	Regulación ambiental: Ecuador ha implementado normas estrictas para la conservación ambiental, como su compromiso con la protección de la biodiversidad en áreas sensibles, especialmente en regiones como la Amazonía y la Sierra. Esto favorece a negocios ecológicos, que pueden recibir apoyo y facilidades para operaciones sostenibles. LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION (Patent N.o Codificación 19). H.				X
	Incentivos para energías renovables: Existen políticas de fomento al uso de energías limpias y eficiencia energética, lo que beneficia a proyectos que implementen paneles solares o sistemas de recolección de aguas pluviales, como es el caso de un Tiny House Eco Hotel. Universidad Europea en Ecuador. (2023, November 28). EC				X
	La obtención de permisos para construcción en áreas rurales puede ser compleja y costosa debido a la legislación de zonificación y uso de suelos, que busca proteger áreas naturales y limitar el impacto ambiental de las edificaciones. probación de registro de construcción en predio rural Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. (n.d.).			X	
	La inestabilidad política en Ecuador puede impactar significativamente el turismo, especialmente en un sector que depende de la percepción de seguridad y estabilidad para atraer a visitantes internacionales. Ecuador: panorama general. (n.d.). World Bank.			X	
Económico	Crecimiento en el sector turístico: El turismo en Ecuador ha mostrado una recuperación post-COVID, con un incremento en la demanda de ecoturismo y experiencias de naturaleza, lo cual favorece a proyectos como los eco-hoteles que ofrecen experiencias diferenciadas. Hosteltur. (n.d.). Turismo en Ecuador en 2024			X	

	Inflación y costos de importación: La inflación en Ecuador y la dependencia de importaciones pueden afectar los costos de construcción y mantenimiento de un negocio de tiny house, especialmente en la adquisición de tecnologías sostenibles y materiales de construcción ecológicos. Primicias, R. (2024, June 6).				X	
	Acceso a financiamiento sostenible: Existe una creciente disponibilidad de financiamiento para proyectos sostenibles, lo que podría facilitar la inversión en infraestructura verde, aunque el acceso sigue siendo limitado para algunos proyectos en regiones remotas. Sánchez, D. (2023, June 9). Sostenibilidad y Financiamiento Verde: Un Futuro Brillante. Banco ProCredit					X
Social	Conciencia ambiental en los consumidores: Cada vez más personas valoran prácticas sostenibles y prefieren alojamientos que minimicen su impacto ambiental. Esto representa una ventaja para el Tiny House Eco Hotel, al alinearse con las expectativas de turistas conscientes. Terán, R. a. L. (2024, January 26). ¿Los ecuatorianos son conscientes de su impacto al ambiente como consumidores? prensa.ec.					X
	Preferencia por experiencias de inmersión natural: La demanda de experiencias auténticas y contacto con la naturaleza ha aumentado, especialmente entre los turistas nacionales e internacionales que visitan destinos como Mindo, baños y galápagos. Redacción. (2024, January 29). Ecuador, gran protagonista de FITUR 2024.					X
	Cambio demográfico: Los millennials y la generación Z constituyen un grupo significativo de viajeros interesados en sostenibilidad, lo que impulsa el desarrollo de opciones de hospedaje más ecológicas y de menor impacto en el entorno. La generación Z está preocupada por la sostenibilidad, y está empezando a hacer que los demás sientan lo mismo. (2024, September 10). Foro Económico Mundial.					X
Tecnológico	Energía renovable: El avance y la reducción de costos en tecnologías de paneles solares facilita la implementación de energías renovables, haciendo viable la autosuficiencia energética en un proyecto de este tipo. Gp, V. (n.d.). Paneles Solares en Ecuador: Reducir Costos Energéticos en 2024. Ventas GP.					X
	Las innovaciones en la recolección y tratamiento de aguas pluviales, así como en la gestión de residuos sólidos, permiten que un Tiny House Eco Hotel implemente prácticas de cero desperdicio. Estrategia Hídrica en Ecuador. (n.d.). The Nature Conservancy.					X
	Acceso a tecnologías digitales: La digitalización del sector turístico, mediante plataformas en línea y marketing digital, permite llegar a audiencias interesadas en ecoturismo, lo cual es crucial para la visibilidad de un eco-hotel en Ecuador. Plataformas como airbnb, Booking y Trivago, además de otras plataformas desarrolladas por Ecuatorianos como Viaja Ecuador.					X

Tabla 2 PESTEL Ecuador

Fuente: Los autores (2025)

PESTEL Costa Rica

Aspecto	Variable	Impacto			Amenaza	Oportunidad
Político – Legal	Según Arias (2024), Costa Rica se convirtió desde el 2010 en uno de los primeros países de la región en crear un marco regulatorio en términos de Responsabilidad Social Corporativa Turística (RSCT). Este marco se establece con el fin de combatir principalmente la explotación sexual de menores de edad, cualquier tipo de trabajo forzado o de igual manera un desequilibrio al momento de convivir con el medio ambiente en el sector hotelero.					X
	Requisitos para el ingreso: En Costa Rica, el desarrollo de nueva infraestructura hotelera está regulado bajo estándares diseñados para garantizar la calidad, la seguridad y la sostenibilidad de las instalaciones turísticas. Según lo establecido en el Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas, las empresas de hospedaje que planean construir nuevas instalaciones deben comprometerse, desde el inicio del proyecto, a cumplir con los requisitos mínimos de equipamiento e infraestructura detallados en el Anexo 1 de dicho reglamento (Instituto Costarricense de Turismo [ICT], s.f.).					X
	El rápido crecimiento del turismo en Costa Rica durante las últimas décadas trajo consigo una serie de impactos negativos que amenazaban la sostenibilidad del sector y el bienestar de las comunidades locales. En respuesta, el Gobierno implementó el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), un programa que busca equilibrar el desarrollo turístico con la conservación ambiental y el fortalecimiento social y económico de las comunidades (Molina, 2018). Este certificado se convirtió en una herramienta clave para promover prácticas responsables y sostenibles dentro de la industria, asimismo, los estudios realizados sobre el impacto de esta certificación indican que los hoteles certificados con el CST tienden a percibir una mayor generación de beneficios socioeconómicos para las comunidades locales.				X	
Económico	El crecimiento de la actividad económica en Costa Rica durante 2023 refleja una notable recuperación y dinamismo en sectores clave de la economía. Los datos muestran que el Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) registró un aumento interanual del 6,5% en septiembre de 2023, destacando un fortalecimiento significativo en áreas estratégicas (OECD, 2023).					X
	El turismo en Costa Rica representa un pilar fundamental para la economía nacional, aportando alrededor del 8.2% del Producto Interno Bruto (PIB) y convirtiéndose en una de las principales fuentes de ingreso de divisas (Esquivel, 2023). Asimismo, el sector genera aproximadamente el 15.5% del empleo total del país, considerando tanto el empleo directo como el relacionado con actividades conexas.					X
	Costa Rica ha evidenciado un notable crecimiento en la llegada de turistas internacionales en los últimos años, reflejando la importancia del sector turístico para la					X

	<p>economía nacional. En el año 2022, el país recibió aproximadamente 2.2 millones de visitantes, cifra que aumentó a más de 2.4 millones en el 2024. Este incremento representa un crecimiento del 16.7% en las llegadas por vía aérea(Forbes, 2024). Es así que se ha consolidado al país como un destino atractivo en el ámbito global gracias a su rica biodiversidad, políticas sostenibles y oferta turística de alta calidad.</p>				
Social	<p>La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Costa Rica está compuesta por siete ejes clave que abordan aspectos esenciales para la sostenibilidad empresarial. Estos incluyen la promoción de organizaciones más sostenibles, la transparencia y el buen gobierno, la gestión responsable de las personas, la educación, el respeto por el medio ambiente, el consumo responsable (Alianza Empresarial para el Desarrollo [AED], 2024). Asimismo, la relación con proveedores, la inversión socialmente responsable y la responsabilidad social en las relaciones exteriores.</p>				X
	<p>Programa turismo social con Integridad: lanzado en 2018 por el Instituto Costarricense de Turismo, surge como una iniciativa para promover la participación activa de la ciudadanía en el turismo social y accesible (Instituto Costarricense de Turismo [ICT], 2020). Su enfoque se centra en integrar a las comunidades mediante el fortalecimiento de alianzas estratégicas y el aprovechamiento de las fuerzas vivas locales, fomentando un modelo inclusivo y sostenible de desarrollo turístico</p>				X
	<p>Para alcanzar la neutralidad de carbono en 2050, Costa Rica deberá mantener su compromiso con el 100% de electricidad generada a partir de fuentes renovables, promover la reducción de emisiones en el sector transporte mediante la electrificación y el uso de transporte público (OECD, 2023). Asimismo, debe continuar aumentando su cobertura forestal, mejorar las tasas de reciclaje y compostaje.</p>				X
Tecnológico	<p>El internet de las cosas LOT: En Costa Rica, se posiciona como una herramienta clave para la gestión de recursos energéticos, permitiendo la implementación de redes inteligentes que optimizan el consumo, minimizan las pérdidas energéticas y facilitan la integración de fuentes de energía renovable (Granados, 2023). Esto no solo contribuye a una mayor eficiencia energética, sino que también refuerza el compromiso del país con la sostenibilidad y la transición hacia un modelo energético más limpio y responsable.</p>				X
	<p>La fabricación mediante impresión 3D ha revolucionado el proceso de producción al simplificar la creación de prototipos y productos finales. Este avance tecnológico ha eliminado la dependencia de los procesos tradicionales, a menudo costosos y lentos, permitiendo a los emprendedores diseñar y producir piezas y componentes personalizados de manera rápida y eficiente (Granados, 2023). Como resultado, los ciclos de desarrollo se acortan considerablemente, lo que no solo reduce los costos de producción, sino que también facilita la innovación y la adaptación al mercado de manera más ágil y rentable.</p>				X

<p>Costa Rica se encuentra en medio de una profunda transformación digital, impulsada por el Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones (PNDT) 2022-2027. Este plan busca fomentar políticas proactivas que promuevan la digitalización y la innovación, adaptando las mejores prácticas internacionales a la realidad costarricense (Solano, 2024). El objetivo principal es mejorar los indicadores nacionales de conectividad y tecnología, así como maximizar los beneficios de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para toda la población, contribuyendo al desarrollo económico y social de la nación de manera equitativa y sostenible</p>					<p>X</p>
--	--	--	--	--	----------

Tabla 3 PESTEL Costa Rica

Fuente: Los autores (2025)

Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter

Análisis de las Fuerzas de Porter		
Definición y Valoración de Oportunidades y Amenazas		
5 fuerzas de Porter	Oportunidades	Amenazas
<p>Amenaza de la entrada de nuevos competidores</p>	<p>La facilidad con la que un nuevo competidor pueda superar obstáculos como regulaciones, distribución y costos determina el nivel de amenaza que representa para tu negocio. Mientras más fácil sea para ellos entrar al mercado, mayor será el riesgo. (Santander, 2022)</p>	<p>Podemos crear alianzas estratégicas con la entrada de un hotel de lujo, para ofrecer a los clientes una experiencia mixta de máximo confort en ciudad y la experiencia de un entorno natural en nuestras tiny houses con actividades vivenciales únicas. (Arévalo & Domínguez, 2024)</p>
	<p>La actividad turística suele centrarse más en la ciudad, lo que nos brinda una oportunidad para los alojamientos ecológicos que, al colaborar estrechamente con las comunidades nativas, pueden ofrecer experiencias auténticas y sostenibles. (Arevalo&Dominguez, 2024)</p>	<p>Las bajas barreras de entrada que caracterizan a esta industria permiten un flujo constante de nuevas empresas relacionadas con las Actividades Características del Turismo. Esta situación genera un entorno altamente competitivo, donde cualquier emprendedor con una idea innovadora o una propuesta de valor diferenciada puede encontrar un espacio en el mercado (GONZÁLEZ, ORMAZÁBAL, & SANTANA, 2021).</p>
	<p>El sector hotelero enfrenta obstáculos respecto a la tecnología lo que representa un desafío en la implementación de soluciones de automatización en el sector. Un estudio de Canary Technologies destaca que "la falta de experiencia tecnológica cualificada en los hoteles [...]"</p>	<p>El programa Gobierno ecuatoriano que financia y asesora a pequeñas empresas turísticas con ideas innovadoras. En 2023, se otorgaron USD 250.000 para proyectos en sus primeras etapas y para aquellos que ya están consolidados (Ministerio de Turismo, 2023). El Sistema de Banca para el Desarrollo, en coordinación con el Instituto Costarricense de Turismo y la Cámara Nacional de Turismo ofrecen USD 50 millones en créditos para impulsar a pequeñas empresas turísticas en Costa Rica. Estos fondos se destinan a mejorar sus negocios y fortalecer la industria turística. (Instituto Costarricense de Turismo, 2020) Estos programas fomentan la entrada de nuevos participantes en el mercado.</p>

		afecta a más de la mitad de los hoteleros" (Michalis, 2024).	
Rivalidad entre competidores	Analiza el nivel de competitividad que tiene la empresa frente a la cantidad de organizaciones que ofrezcan un producto o servicio similar en el mercado (Santander, 2022).	<p>De los alojamientos que se encuentran en Baños y San Carlos podemos identificar a los mejores competidores y a aquellos establecimientos que destacan en áreas específicas, como la gestión de la experiencia del cliente, la eficiencia operativa o la sostenibilidad. Al analizar las prácticas y estrategias de estos líderes del mercado, podemos identificar oportunidades de mejora en nuestros propios procesos y servicio. (VILLAORDUÑA, 2021)</p>	<p>Según el último catastro turístico de Baños, existen 139 establecimientos de alojamiento activos y 20 inactivos. (GAD Municipal del Cantón Baños de Agua Santa, 2023) Por otro lado, San Carlos es reconocido por su significativa contribución a la economía de Costa Rica, especialmente en el sector agropecuario. Aunque la actividad hotelera es relevante, no es la principal fuente de ingresos del cantón. En 2020 San Carlos registró una actividad económica por alojamiento de \$31.217 millones, representando una participación relativa del 59,9% en este sector a nivel nacional. (Delgado, 2023)</p> <p>En Baños, con el turismo muestra alta competitividad como actividad económica clave, mientras que, en San Carlos, pese a su relevancia en alojamiento, su contribución económica es limitada, lo que refleja una menor dependencia.</p>
		<p>Nuestra Tiny House busca ofrecer vivencias personalizadas y servicios exclusivos que justifiquen precios más altos y atraigan a un público que valora experiencias únicas implementando estrategias de optimización de costos y eficiencia en la operación recalcando su enfoque en el ecoturismo y la sostenibilidad. (Triana, Benítez, & Castillo, 2024)</p>	<p>La alta atracción turística que tiene Baños y San Carlos, nos presenta competencia fuerte que ya está posicionada como: La Villas Bossano que cuentas con alojamiento de 2 a 8 personas con Vista al Volcán Tungurahua, a la Cascada de la Virgen, a los Parques Nacionales Llanganates y Sangay. (Villas Bossano, 2024). En Costa Rica tenemos la presencia de Nayara Springs con sus villas privadas en medio de la naturaleza están equipadas con piscinas termales. (NAYARA SPRINGS, 2024)</p>
		<p>Por medio de los metabuscadores, analizamos a la competencia proporcionando una ventaja competitiva al permitirme ajustar mis servicios y operaciones según las expectativas del mercado, evitando los mismos errores y destacándome por los aspectos que los clientes realmente valoran. (Suárez, 2020)</p>	<p>La competencia en el mercado del alojamiento se ha vuelto cada vez más feroz debido a la entrada de plataformas como Airbnb. Estas plataformas permiten a una gran cantidad de propietarios ofrecer sus casas a costos más bajos. (Amancha, Vilmote, Valle, & Porras, 2024, pág. 94)</p>

		<p>Una investigación realizada en Ecuador ha evidenciado un creciente interés por la sostenibilidad en el sector turístico, especialmente entre las generaciones X, Y y Z. (Pinargote, Blázquez, & Martínez, 2022)</p> <p>El Consejo Global de Turismo Sostenible ha reconocido a Costa Rica como un referente mundial en turismo sostenible por sus esfuerzos continuos. (Instituto Costarricense de Turismo, 2020) Estos datos reflejan una tendencia creciente que permite a la tiny house con el modelo sustentable, crear un programa de fidelización de la marca.</p>	<p>Las cabañas modulares son una gran amenaza como producto sustituto para las tiny houses en el sector del alojamiento sostenible. Al combinar la sostenibilidad con una estética similar, estas cabañas ofrecen una mayor capacidad y personalización, lo que las convierte en una opción atractiva para familias y grupos. Su diseño, pensado para integrarse en la naturaleza, y su mayor espacio interior las posicionan como una opción más cómoda y versátil para aquellos que buscan una experiencia sostenible en grupo.</p>
<p>Amenaza de productos o servicios sustitutos</p>	<p>Se presentan alternativas en el mercado que tengan buena relación calidad - precio que pueden sustituir a otros (Santander, 2022).</p>	<p>Los viajeros buscan experiencias a la medida y servicios personalizados que se adapten sus necesidades y deseos de cada uno de ellos. (Díaz, 2024) Las tiny houses, gracias a su flexibilidad y opciones de personalización, se adaptan a las necesidades de un público variado, desde jóvenes nómadas hasta jubilados que buscan una vida más simple.</p>	<p>Los alojamientos rurales y ecológicos representan la competencia más directa en el nicho del ecoturismo. Cuentan con la diferenciación que radica en la calidad y autenticidad de los servicios ofrecidos. Factores como la comodidad, la conexión con la naturaleza, la oferta gastronómica local y la experiencia general del huésped son elementos clave en este tipo de alojamiento. (Triana, Benítez, & Castillo, 2024)</p> <p>Dentro de este concepto tenemos a Arenal Oasis Eco Lodge & Wildlife Refuge que está comprometido con la sostenibilidad, ofreciendo alojamiento en un entorno natural con un enfoque en la conservación del medio ambiente. Su refugio de vida silvestre y las prácticas ecológicas que emplea son atractivos para los viajeros que buscan una experiencia respetuosa con la naturaleza. (Booking, 2024)</p>
		<p>Un reporte de Booking (2022), indica que el 71% de los viajeros globales afirmaron estar dispuestos a optar por alternativas turísticas sostenibles, ya que buscan reducir el impacto de su viaje en el medio ambiente y promover estándares responsables de vida. Según esta tendencia, la demanda futura por alojamientos eco sustentables, incluidas las tiny houses, muestra un posicionamiento fuerte.</p>	<p>Los glampings representan una competencia significativa para las tiny houses ecosustentables al ofrecer experiencias similares de conexión con la naturaleza y sostenibilidad, pero con mayor flexibilidad y sin el compromiso de propiedad. (Triana, Benítez, & Castillo, 2024)</p> <p>Un ejemplo de esto es el Glamping Hostería Las Orquídeas que ofrece una experiencia de lujo en la naturaleza, combinando confort con el encanto del camping. (Booking, 2024)</p>

Poder de negociación del proveedor	Los proveedores tienen poder de acuerdo a distintos factores que como en un mercado que existe mucha competencia, la diferencia de costos entre ellos. El proveedor pueda actuar como participante más y demás amenazas que puedan afectar la rentabilidad (Santander, 2022).	<p>En Ecuador con el apoyo del Gobierno, con BanEcuador, existen programas de financiamiento y subsidios que fomentan proyectos sostenibles, como lo es el crédito productivo con una tasa de interés del 5% reduciendo costos iniciales y fortaleciendo las cadenas de suministro. (BanEcuador 2023).</p>	<p>A nivel privado y en medio de la crisis de apagones, las alternativas para instalar paneles solares en hogares y residencias se multiplican (Primicias, 2024)</p> <p>Equipos como paneles solares o sistemas de tratamiento de agua son más costosos si no hay proveedores locales (Primicias, 2024)</p>
		<p>La colaboración con productores locales de materiales ecológicos y tecnología renovable (como paneles solares) puede garantizar costos competitivos y fortalecer la propuesta sostenible.</p>	<p>La industria textil en Ecuador enfrenta desafíos significativos relacionados con la dependencia de materiales importados y la presencia de contrabando, lo que afecta su competitividad y rentabilidad. Adicionalmente, la pandemia complicó la situación al interrumpir la importación de materia prima de países como China, Colombia y Brasil, encareciendo los costos hasta un 25% (Vistazo , 2021) Esto nos perjudica en la indumentaria de las habitaciones.</p>
		<p>Acceso a tecnologías avanzadas Innovaciones tecnológicas en energía renovable y sistemas de recolección de agua facilitan la implementación de soluciones sostenibles a costos reducidos.</p>	<p>El ICE tiene el monopolio de la distribución y generación de electricidad en Costa Rica. Si bien existen excepciones para algunas instituciones públicas, empresas privadas (Ley 7200) y cooperativas, el ICE tiene control total sobre quién puede producir y vender energía eléctrica. Esto le permite mantener prácticas anticompetitivas y asegurar su dominio en la producción y distribución de electricidad. (Government of Canada, 2024)</p>
Poder de negociación del cliente	Los consumidores pueden asociarse para obtener una mejor calidad en los productos y servicios o para llegar a un acuerdo respecto al precio (Santander, 2022).	<p>La demanda por experiencias responsables y ecológicas está en aumento en Ecuador. En 2023, se registró un crecimiento del 12.77% en el turismo receptor, mostrando que cada vez más viajeros valoran destinos con prácticas sostenibles, lo que permite a los negocios ofrecer servicios especializados a precios competitivos. (Hosteltur, 2024)</p>	<p>La inseguridad en Ecuador representa un desafío crítico para el sector turístico, amenazando su desarrollo económico y sostenibilidad. Bravo Macias , M. A., Cruzatty Quijije, J. S., & Hermoza Robles, C. I. (2024).</p>
		<p>Baños de Agua Santa ha expandido su oferta turística hacia experiencias que combinan ecoturismo y turismo de aventura, y combinado a un tiny house eco hotel eco sostenible, atraen a un mercado en crecimiento de turistas nacionales e internacionales interesados en nuevas experiencias que también respeten el medio ambiente.</p>	<p>Los turistas cada vez comparan más precios en plataformas digitales, lo que obliga a los alojamientos a ofrecer tarifas más bajas o promociones frecuentes, afectando la rentabilidad. En un mercado con muchos competidores similares, los clientes tienen mayor poder para negociar precios más favorables</p>

Costa Rica alcanzó al martes pasado un acumulado de 99,98 % de generación eléctrica renovable con las cinco fuentes limpias que utiliza, por lo que superará por séptimo año consecutivo el 98 % de producción limpia, informó este jueves una fuente oficial. (Swissinfo, 2021)

En Costa Rica, los clientes son altamente exigentes en términos de sostenibilidad, lo que incrementa las expectativas hacia prácticas ambientales estrictas en los alojamientos. Cualquier incumplimiento o percepción de falta de responsabilidad ambiental puede llevar a críticas negativas y pérdida de clientes potenciales. (Hosteltur, 2024)

Tabla 4 Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter

Fuente: Los autores (2025)

Foda Cruzado

<p><i>Tiny House Eco Hotel</i></p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diseño sostenible y autosuficiente, atractivo para un mercado consciente del medio ambiente. -Uso de energías renovables y materiales ecológicos que refuerzan el compromiso ambiental. -Experiencia única de conexión con la naturaleza y actividades como la cosecha en el huerto. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Inversión inicial alta para la implementación de tecnologías sostenibles. -Necesidad de educar al mercado sobre el concepto de Tiny Houses. -Sistemas como paneles solares o recolección de agua requieren mantenimiento especializado, lo que podría aumentar los costos operativos.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento del ecoturismo en América Latina y el mundo. -Demanda de experiencias de viaje únicas y sostenibles por parte de turistas internacionales. -Expansión en mercados como Costa Rica, reconocido por su biodiversidad y liderazgo en turismo sostenible. 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar el diseño sostenible y autosuficiente para destacar como líder en el mercado del ecoturismo en crecimiento. -Promocionar el uso de energías renovables y materiales ecológicos como valor agregado para turistas internacionales que buscan experiencias sostenibles. -Crear paquetes turísticos que integren la conexión con la naturaleza y actividades únicas, como la cosecha en el huerto, para atraer a los mercados interesados en turismo sostenible como Costa Rica. 	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buscar subvenciones o financiamiento de organismos internacionales interesados en promover el ecoturismo para mitigar la alta inversión inicial. - Desarrollar campañas de marketing y educación para posicionar las Tiny Houses como una opción innovadora y sostenible entre los turistas internacionales. -Asociarse con proveedores locales especializados en mantenimiento sostenible para reducir los costos operativos en mercados clave como Costa Rica.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competencia creciente en el sector del ecoturismo. - Impactos del cambio climático que podrían afectar los entornos naturales. - Barreras legales o regulatorias en Ecuador y 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Destacar la diferenciación del diseño sostenible y autosuficiente frente a la competencia creciente en el ecoturismo. - Incluir en la propuesta de valor acciones para mitigar los 	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar la estructura de costos para mantener precios competitivos y compensar la inversión inicial alta frente a la competencia. -Implementar programas educativos dirigidos tanto al

Costa Rica para proyectos sostenibles.	impactos del cambio climático, como programas de reforestación o huertos comunitarios. -Desarrollar relaciones estratégicas con reguladores y gobiernos locales para mostrar el compromiso del proyecto con la sostenibilidad y el desarrollo regional.	mercado como a reguladores para facilitar la aceptación del concepto de Tiny Houses. - Diseñar sistemas sostenibles con opciones de bajo mantenimiento para minimizar riesgos operativos y garantizar la sostenibilidad frente a los desafíos climáticos.
--	--	--

Tabla 5 FODA CRUZADO

Fuente: Los autores (2025)

VALIDACIÓN DE VIABILIDAD - DESEABILIDAD

Investigación de Mercado

Población (mercado objetivo)

El mercado objetivo del **Tiny House Eco Hotel** se compone de un segmento específico de turistas con intereses y necesidades concretas, alineados con los principios de sostenibilidad, ecoturismo y experiencias auténticas. Dada la naturaleza especializada de los servicios ofrecidos, como hospedaje en alojamientos ecológicos y actividades personalizadas en contacto con la naturaleza, el grupo de potenciales clientes es limitado, pero claramente definido.

La segmentación del mercado incluye factores como edad, género, intereses, estilo de vida y motivaciones de los viajeros. Este desglose permitirá identificar a los clientes ideales que buscan minimizar su impacto ambiental mientras disfrutan de experiencias únicas en un entorno natural.

<i>Factores Demográficos</i>	<i>Factores Psicográficos</i>
Edad: <ul style="list-style-type: none"> • 18 a 55 años. Género: <ul style="list-style-type: none"> • Hombres y mujeres. Estado Civil: <ul style="list-style-type: none"> • Solteros, parejas y familias pequeñas. Origen: <ul style="list-style-type: none"> • Internacional y Nacional Nivel Educativo: <ul style="list-style-type: none"> • Personas con educación superior o técnica. 	Intereses: <ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo, aventura, y conexión con la naturaleza. Sostenibilidad y prácticas de vida eco-friendly. Estilo de Vida: <ul style="list-style-type: none"> • Activos, disfrutan actividades al aire libre y experiencias únicas. Valoran el bienestar físico y emocional a través de la conexión con la naturaleza.
<i>Factores Socioeconómicos</i>	<i>Factores Conductuales</i>
Nivel Socioeconómico: <ul style="list-style-type: none"> • Medio-alto y alto. Capacidad de Gasto: <ul style="list-style-type: none"> • Dispuestos a pagar precios premium por experiencias sostenibles y de alta calidad. Ocupación: <ul style="list-style-type: none"> • Profesionales independientes, freelancers, gerentes, emprendedores, y estudiantes de posgrado. Frecuencia de Viajes: <ul style="list-style-type: none"> • Nacionales: 1-2 veces al año. Internacionales: 1 vez al año en promedio. 	Motivaciones: <ul style="list-style-type: none"> • Reducir su impacto ambiental mientras disfrutan de una experiencia auténtica. • Aprender sobre prácticas sostenibles. • Desconectarse de la rutina urbana. Hábitos de Consumo: <ul style="list-style-type: none"> • Investigan y valoran testimonios en redes sociales y plataformas Fidelidad: <ul style="list-style-type: none"> • Alta disposición a recomendar alojamientos que ofrezcan experiencias auténticas y sostenibles. Canales de Reserva: <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas digitales de turismo. • Contacto directo a través de redes sociales o página web.

Tabla 6 Segmentación del mercado

Fuente. Los autores (2025)

En el Ecuador se estima que para este año hay 19'101.943 de habitantes, además que de esta población al menos el 70% es parte de la población en edad para trabajar, alrededor de 13'371.360 personas y claro, la población económicamente activa por su parte es del 64% de la población para trabajar. Por otro lado, se ha considerado según el INEC que aproximadamente el estrato alto de clase A alcanza el 1.9% de los hogares, y el estrato b 11.2%, factores que consideraremos para la muestra.

Muestra

La muestra para la investigación del **Tiny House Eco Hotel** está basada en un enfoque cualitativo que combina dos reuniones con expertos en ecoturismo y sostenibilidad,

y un focus group con 8 participantes representativos del mercado objetivo. Este enfoque permite obtener una comprensión clara y profunda de las percepciones, preferencias y necesidades de los potenciales clientes, asegurando que los datos recolectados reflejen los intereses y expectativas de quienes buscan experiencias de turismo sostenible. La duración de las actividades se mantuvo en rangos que facilitarían la participación, con tiempos promedio de 25-35 minutos en el focus group. La información obtenida de esta muestra será clave para ajustar las estrategias del proyecto y garantizar su alineación con las tendencias y demandas del mercado.

Desde el punto de vista cuantitativo y según lo expuesto la fórmula se desarrolla de la siguiente manera.

$$\text{MUESTRA} = (((\text{PT} \times \text{PET}) \times \text{PEA})) \times (\% \text{ESTRATO A} + \% \text{ESTRATO B})$$

Donde, PT es Población total, PET es en Población en edad para trabajar y PEA es la Población económicamente activa.

$$(((19'101.943 \times 70\%) \times 60\%) \times (1,9\% + 11,2\%))$$

$$((13'371.360 \times 60\%) \times 13,1\%)$$

$$8'558.670 \times 13,1\%$$

1'125.185 personas

Instrumento de Recolección de Información

El Focus Group fue la herramienta utilizada para la recolección de información debido a su capacidad para crear un espacio interactivo y dinámico en el que los participantes pudieran expresar sus opiniones, percepciones y expectativas de manera detallada. Este método permitió obtener información cualitativa sobre el concepto del Eco Tiny House Hotel, lo cual facilitó el intercambio de ideas.

El principal beneficio del focus group radica en su flexibilidad, ya que permite explorar aspectos clave como las preferencias sobre sostenibilidad, las expectativas de los

huéspedes en términos de servicios y comodidades, y las impresiones generales del modelo que fue propuesto. Además, fomenta la interacción entre los participantes, lo que ayuda a identificar puntos en común, contrastes y posibles áreas de mejora que serían difíciles de captar con otros instrumentos, como encuestas o entrevistas individuales.

Otro aspecto relevante es que este método permitió al investigador observar reacciones no verbales y dinámicas grupales lo que ayudó a la comprensión de los datos, y obtener retroalimentación inmediata sobre elementos específicos del proyecto, como el diseño de las Tiny Houses, las prácticas sostenibles implementadas y la experiencia deseada por los visitantes.

(Los detalles específicos sobre la metodología aplicada y los resultados obtenidos se encuentran en los anexos del presente documento).

Análisis de Resultados 8 entrevistas al mercado objetivo

[Ver Anexo 2](#)

En el marco del análisis de mercado para el proyecto del Eco Tiny House Hotel, se llevaron a cabo ocho entrevistas dirigidas a un grupo representativo del público objetivo. Estas entrevistas tuvieron como propósito profundizar en aspectos clave relacionados con las expectativas de los huéspedes, las prioridades en términos de sostenibilidad, y las características deseadas en este tipo de alojamiento innovador. Los comentarios obtenidos proporcionaron información valiosa sobre las preferencias, percepciones y disposición de pago de los participantes, permitiendo identificar patrones comunes y áreas de mejora. A continuación, se presentan los hallazgos más destacados e importantes en forma de tablas y resultados gráficos en forma porcentual, que resumen tanto las respuestas individuales como los principales puntos en común.

Importancia de un hotel ecológico y sostenible

Pregunta	Respuesta Henry	Respuesta André	Resumen General
¿Es importante para ti que un hotel sea ecológico?	Es muy importante por el cuidado ambiental.	Sí, debe integrarse al ecosistema sin dañarlo.	Valoran el enfoque ecológico como esencial en el diseño del hotel.
Del 1 al 10, ¿qué tanto valoras energías renovables?	10 - Muy importante para la naturaleza.	10 - La energía renovable es fundamental.	Ambos consideran prioritario el uso de energías renovables.

Sostenibilidad y características deseadas

Pregunta	Respuesta Naomi	Respuesta Angie	Resumen General
¿Qué otros aspectos relacionados te gustaría incluir?	Energía eólica como alternativa a los paneles solares.	Impulsar el reciclaje (plástico, papel, cartón, etc.).	Quieren un enfoque integral en sostenibilidad, diversificando energías y fomentando el reciclaje.

Experiencia del cliente y atracción del Tiny House

Pregunta	Respuesta Julia	Respuesta Adrián	Resumen General
¿Por qué es atractivo alojarse en un Tiny House?	Por la experiencia en la naturaleza y energía renovable.	Rodearse de naturaleza y desconectar de la ciudad.	Encuentran atractivo el aislamiento natural y las características innovadoras.

Preferencias para estadias prolongadas

Participante	Espacio y confort	Menú variado	Nuevas experiencias y actividades	Enfoque ecológico	Servicio personalizado
Julia			X		
Naomi			X		
Adrián	X	X	X	X	X
Daniela			X		
Angie			X		
André			X		

Actividades y experiencias preferidas

Participante	Avistamiento de aves	Tour privado	Cultivo de vegetales orgánicos	Spa y masajes
--------------	----------------------	--------------	--------------------------------	---------------

Adriana		X	
Naomi		X	X
Jonathan	X	X	
Angie		X	
Daniela		X	
André		X	

Precio dispuesto a pagar

Participante	\$60-\$80	\$80-\$100	\$100-\$120	\$120 o más
Naomi	X			
Julia	X			
Daniela			X	
André			X	
Angie				X
Adrián				X

Factores que influyen en la decisión

Participante	Comodidad	Sostenibilidad	Ubicación	Precio
Henry		X		
Naomi		X		
André	X			

Tabla 7 Análisis de Resultados Entrevistas al mercado objetivo

Fuente: Los Autores (2025)

Tabulación Con Gráficos

Importancia de un Hotel Ecológico

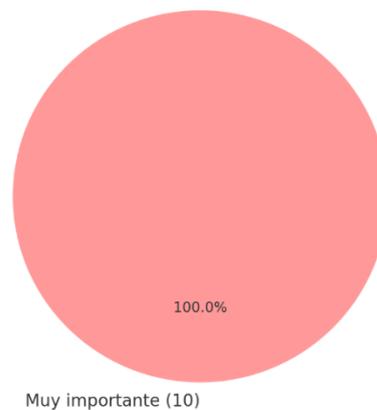


Gráfico 1 Importancia de un Hotel Ecológico

Fuente: Los autores (2025)

El 100% de los participantes considera que es muy importante que un hotel sea ecológico y contribuya al cuidado del medio ambiente. Esto demuestra una clara preferencia por prácticas sostenibles y una creciente conciencia ambiental entre los consumidores.

Aspectos de sostenibilidad

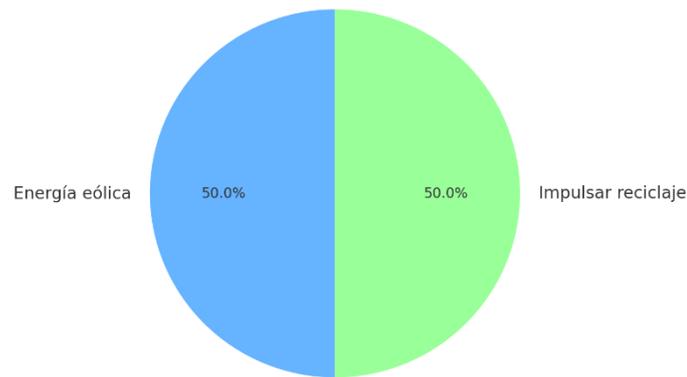


Gráfico 2 Aspectos de sostenibilidad

Fuente: Los autores (2025)

Los participantes destacan la importancia de diversificar las fuentes de energía renovable (como la energía eólica) y fomentar el reciclaje dentro del hotel. Estas sugerencias indican que los clientes buscan iniciativas sostenibles más integrales y prácticas en sus alojamientos.

Preferencias para estadias prolongada

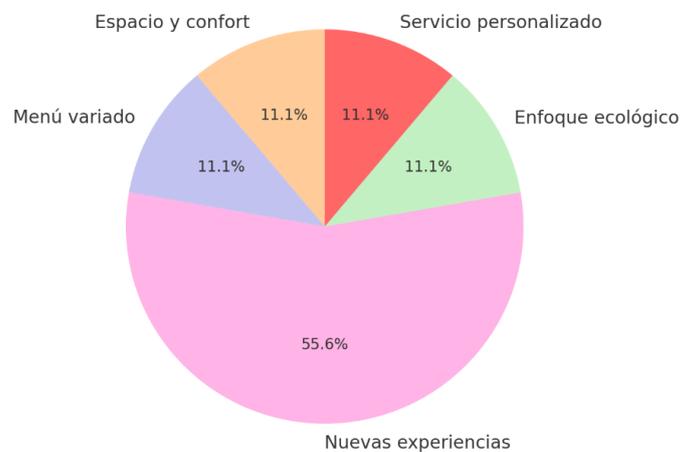


Gráfico 3 Preferencias para estadias prolongadas

Fuente: Los autores (2025)

La opción "Nuevas experiencias y actividades" es la más votada, preferencia, seguida por "Espacio y confort" y "Menú variado", cada una con un 11%. Esto indica que, aunque la mayoría busca actividades innovadoras y únicas, aún existe una necesidad secundaria de comodidad y variedad en la oferta gastronómica, lo que podría influir en la duración de la estadía.

Actividades preferidas

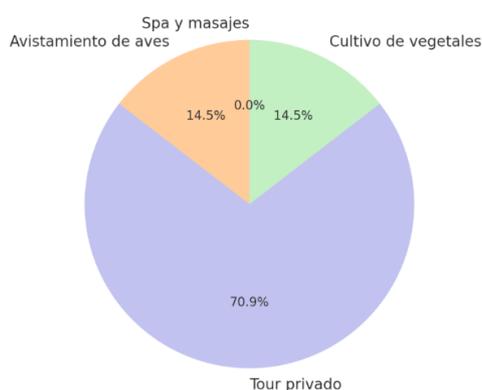


Gráfico 4 Actividades preferidas

Fuente: Los autores (2025)

El 70.9% de los participantes selecciona "Tour privado por el parque Nacional Llanganates y/o cascadas icónicas" como la actividad más memorable. Esto indica una fuerte preferencia por actividades exclusivas que conecten a los huéspedes con el entorno natural del hotel. Actividades como el avistamiento de aves o el cultivo de vegetales tuvieron menor relevancia.

Precio dispuesto a pagar



Gráfico 5 Precio dispuesto a pagar

Fuente: Los autores (2025)

El precio dispuesto a pagar por noche se distribuye uniformemente entre tres rangos: \$60-\$80, \$100-\$120, y \$120 o más, representando cada uno el 33% de las respuestas. Esto sugiere que existe un público dispuesto a pagar precios premium si las características del hotel lo justifican.

Validación con el Segmento de Mercado-Testing

Experto 1 María Isabel Vásquez Andrade



Maria Isabel Vasquez · 2°

Director of Sales at W Panama

Panamá, Panamá, Panamá · [Información de contacto](#)



Ilustración 3 Experto 1 María Isabel Vásquez Andrade

Con más de 15 años de experiencia en el mundo de las ventas y el mercadeo anteriormente estuvo como directora de Ventas y Mercadeo en el hotel Marriot Guyana y actualmente es directora de ventas del W Panamá.

En cuanto a los comentarios que nos dio en cuanto al precio es que podemos cobrar mucho más que entre el rango de precios que se había establecido \$60-\$70, recalando que cuando es ecológico a la larga lo ecológico es mucho más costoso. Nos planteó un ejemplo, dado que se encuentra actualmente en Panamá nos contó que hay un proyecto similar al nuestro, el cual visito recientemente y pago \$265 por noche netamente por el hecho de ser ecológico y la gente lo sabe y acepta pagar ese valor porque quiere desconectarse de la vida cotidiana, recalando que es un valor agregado y, por ende, las personas están dispuestas a pagarlo.

Por otro lado, nos mencionó que le encanta nuestro proyecto y que creía que va a

alcanzar mucho impacto. Sin embargo, consideraba que para darlo por hecho debemos importar varias cosas y es ahí donde debemos tener pendiente el tema de las tarifas que vamos a manejar, presupuestarlas de mejor manera para poder lograr las ganancias que necesitamos. Asimismo, comento que incluso las tarifas de Costa Rica tienen un nivel alto rondan los \$360 dólares, basándose en que trabaja con hoteles marrocos y suelen competir con las tarifas que tienen en Costa Rica. Por ello, nosotros deberíamos establecer tarifas no tan bajas. También nos sugirió que definamos la manera en cómo se va a mercadear y que lo hagamos con grupos ecológicos ya que estos tienen un poder adquisitivo muy alto, además algunos recorren varios sitios del mundo.

Además, nos sugirió tanto para baños como para Costa Rica tener ya establecidos recorridos ecológicos que puedan hacer los huéspedes y también se realicen capacitaciones constantes de cómo deben manejar todos los colaboradores siempre viendo la manera de ser más ecológicos posibles. Sin dejar de lado la parte del mercadeo, ya que es sumamente importante, para saber cómo lo vamos a promocionar. En cuanto a la tarifa de Baños nos sugirió una tarifa alrededor de \$180 de igual manera basándose en que ha ido a Baños y ha pagado entre \$80 a \$110 siendo hoteles básicos, mientras al ver nuestro servicio como tal siento que es una villa ecológica, donde va a tener todas las comodidades, donde va a ver un lugar bonito, lindo y aparte de eso va a ver biodiversidad, sin duda pagaría mucho más recalcando siempre que nuestra idea de negocio es muy viable. También nos dio a conocer que hay muchas agencias de viajes en Ecuador, pero en el ecoturismo solo hay dos y que no están muy enfocadas en comercializar a estos grupos que hay a nivel mundial que son enfocados en el ecoturismo. Otro dato importante que nos dio es que suele haber personas que no escogen ningún otro hotel que no sean ecofriendly y nos dio como referencia que, en Panamá, lo primero me menciona en el hotel donde trataba es decir son ecofriendly y ahí los seleccionan.

Algo que resalto, es que en la actualidad la tendencia está creciendo mucho más porque no van solo la familia van también los hijos y ahí siguen subiendo y siguen aprendiendo mucho más sobre este ecoturismo, que es algo que en realidad debería importar a todos. El estatus del mercado es medio alto por ello si tienen el poder adquisitivo para pagar este tipo de habitaciones.

Finalmente, en cuanto al prototipo, nos dijo que lo veía bien, sin embargo, sería mejor poner una visión 360 de cómo se vería todo, como sería en realidad el proyecto, añadir la biodiversidad a los costados que es lo que finalmente va a vender.

Experto 2 Mariela Zárate Murillo



Ilustración 4 Experto 2 Mariela Zárate Murillo

Mariela destacó la importancia de establecer tarifas competitivas sin devaluar el producto. Inicialmente, se contemplaron precios bajos para Ecuador (\$60-\$70), pero sugirió tarifas más altas, alrededor de \$120, basándose en la percepción del valor que los clientes asignan a experiencias ecológicas. En comparación, tarifas en Costa Rica para este tipo de servicios oscilan en niveles similares o superiores debido al 5.2% de biodiversidad que el país alberga y a su enfoque en ecoturismo.

Sugirió aprovechar estas ventajas competitivas, planteando como posibles ubicaciones zonas como el Caribe o Monteverde, donde el tipo de turismo predominante se alinea con el proyecto.

Mariela consideró clave añadir certificaciones internacionales de sostenibilidad, ya que estas se han convertido en un estándar en la industria hotelera, tanto para clientes corporativos como de ocio.

El diseño de las unidades habitacionales se basa en el concepto de tiny houses, con espacios eficientes y servicios sustentables. Algunas observaciones incluyen:

- ✓ Añadir mesas de noche o puntos de apoyo.
- ✓ Espacios comunes diseñados como áreas de co-working, ideales para nómadas digitales.
- ✓ Incluir senderos naturales, destacando recorridos hacia la huerta o espacios ecológicos dentro de la propiedad, como mariposarios.
- ✓ Garantizar la accesibilidad con habitaciones adaptadas para personas con discapacidad, cumpliendo regulaciones locales que exigen un 10% de estas.

Mariela, nos comentó que lo siguiente, deberíamos de pensar en agregarlo.

- ✓ Seguridad: Priorizar estándares de seguridad ocupacional y estructural, garantizando infraestructuras resistentes y accesibles.
- ✓ Certificaciones: Incorporar certificaciones de sostenibilidad como estrategia de marketing y diferenciación en el mercado.
- ✓ Mercadeo: Orientar la promoción hacia un público con interés en el ecoturismo y grupos internacionales que buscan experiencias sostenibles.

Mariela elogió el avance y visión del proyecto, señalando que tiene gran potencial para captar un mercado ecológico en auge. Resaltó la importancia de cuidar detalles en diseño, accesibilidad y sostenibilidad para garantizar su viabilidad y éxito en el sector.

Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)

Ilustración 5 Prototipo 2.0

Fuente: Los autores (2025)

Prototipaje 3D – Habitación.



Ilustración 6 Prototipaje 3D – Habitación

Fuente: Los Autores (2025)



Ilustración 7 Prototipaje 3D – Habitación

Fuente: Los Autores (2025)

Sistema recolección agua de lluvias

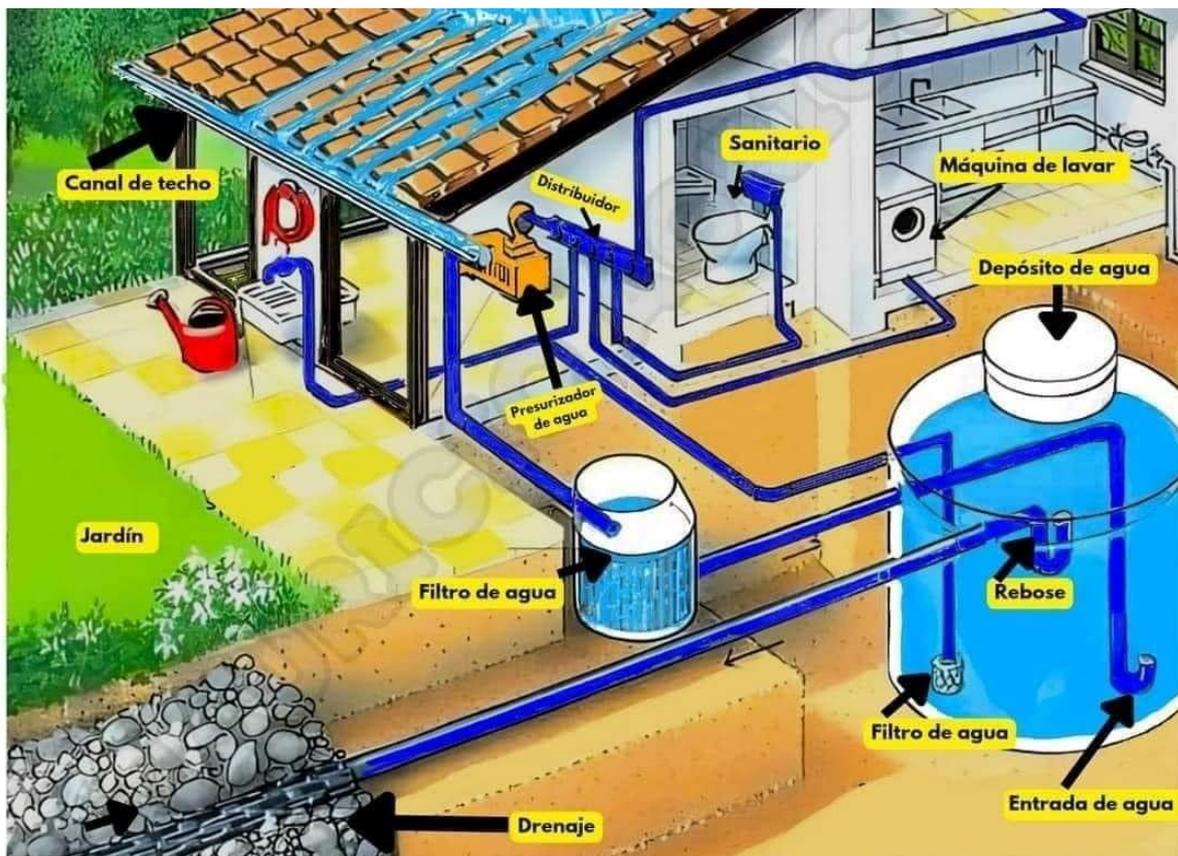


Ilustración 8 Sistema recolección agua de lluvias

Fuente: Los Autores (2025)

Para la mejora del prototipo 2.0 fueron tomadas las recomendaciones de los expertos, incrementamos el área de coworking para nómadas digitales además del área de Coffe shop, ajustamos el espacio y distribución del espacio de la villa y las Eco Tiny Houses, además con la investigación realizada en el focus group reafirmamos el concepto de las parcelas con vegetales ecológicos puesto que tuvo un gran porcentaje de aceptación en el público objetivo.

La sustentabilidad de la villa se va a llevar a cabo gracias a un sistema de recolección de aguas de lluvias que permitirá la reutilización de este recurso tan importante como lo es el agua a demás los paneles solares instalados en el techo de cada Eco Tiny House permitirá el uso del 100% de energía renovable en toda la villa.

Paneles Solares

- ✓ Monocristalinos de alta eficiencia (SunPower, LG, REC, Q CELLS).
- ✓ Policristalinos (Canadian Solar, JA Solar) si el presupuesto es limitado

Baterías (si es necesario almacenamiento)

- ✓ Litio (Tesla Powerwall, BYD) para mayor eficiencia y durabilidad.

Inversores

Micro inversores (Enphase) para máxima eficiencia y monitoreo.

- ✓ Inversores String (Fronius, SMA, Sungrow) si el presupuesto es limitado.

Garantías y Certificaciones

- ✓ Asegúrate de que los equipos cuenten con una garantía de 10-25 años y cumplan con las normas internacionales.

Modelo de Monetización

El modelo de monetización del Tiny House Eco Hotel está diseñado para ofrecer una experiencia todo incluido que integre alojamiento, actividades sostenibles y servicios complementarios. Este enfoque busca maximizar la satisfacción del cliente mientras se diversifican las fuentes de ingresos del proyecto. El hospedaje se divide en cabañas tipo suite para solteros y parejas, y cabañas de dos habitaciones para familias y amigos, con precios que incluyen actividades ecológicas y experiencias inmersivas.

Categoría	Detalle	Descripción	Costo
Hospedaje All Inclusive	Cabañas tipo suite	Cabañas sostenibles diseñadas para solteros y parejas, con una habitación y terraza privada.	\$150- \$300 por noche
	Cabañas de dos habitaciones	Espacios para familias y amigos, con áreas comunes, terrazas amplias y conexión con la naturaleza.	\$300 - \$400 por noche
	Incluye actividades	- Talleres educativos como reforestación, agricultura sostenible, y uso de energías renovables.	Incluido en el precio
		- Tours guiados a huertas locales para conocer la producción sostenible de alimentos.	Incluido en el precio
		- Participación en actividades prácticas como siembra y recolección de productos en la parcela del hotel.	Incluido en el precio
Coffe Shop	-Coffe shop y venta de camisetas, gorras y souvenirs.	Precio Variable	

Tabla 8 Modelo de Monetización

Fuente: Los Autores (2025)

El enfoque de monetización centrado en el hospedaje permite ofrecer un modelo atractivo para los clientes, priorizando la experiencia y percepción del valor al incluir actividades sostenibles dentro de la tarifa. Fortaleciendo el atractivo del hotel como un destino alineado con las tendencias actuales en pro de tanto de la fidelización como del interés en mantenerse alojado la máxima cantidad de tiempo posible en el hotel asegurando la viabilidad económica del proyecto.

ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL

Plan de internacionalización (NI)

Tiny House Eco Hotel para internacionalizarse a Costa Rica va a utilizar **Joint Venture**.

Acuerdos legales y contractuales

Para establecer un Joint Venture con éxito entre el Tiny House Eco Hotel en Ecuador y una contraparte en Costa Rica en este caso con Nayara Resorts, debe ser fundamental establecer los términos contractuales y legales. Empezando por establecer las responsabilidades de cada

uno de los socios y sus porcentajes de participación, además de asegurar que se cumplan las normativas ambientales de Costa Rica ya que el proyecto tiene un concepto sostenible.

Asimismo, se debe definir el proceso que se llevaría a cabo en el caso de terminar el Joint Venture por conflictos de la partes o incumplimiento de los objetivos.

Inversión de Capital y Recursos

Es importante que este determinado el monto que va a aportar cada socio y a su vez realizar una planificación de financiamiento tanto a mediano como a largo plazo. En conjunto con esto también se deberá buscar un financiamiento que les complemente. Según Travel And Tour World (2024), Costa Rica está tomando las medidas respectivas para que el sector turístico sostenible siga desarrollándose, para ello participa con frecuencia en eventos mundiales los cuales son claves para atraer inversiones extranjeras.

Ahora bien, formar una joint venture con ellos es una buena opción porque Nayara Springs Resorts ya es una empresa establecida en Costa Rica y reconocida por brindar alojamientos, además de contar con un prestigio en el sector del eco-turismo (Nayara Springs, s.f.). Lo cual ayudaría a generar confianza y atraer a clientes, asimismo, ya tiene experiencia en este mercado y, por ende, saben cómo manejar las regulaciones locales y desafíos operativos.

Además, los dos proyectos tienen un enfoque en la sostenibilidad y el turismo responsable, lo cual, va a hacer que sea más fácil alinear de valores y estrategias. Sin dejar de lado que al tener una base de clientes y un reconocimiento daría apertura que Tiny House Eco Hotel se presente como una extensión de los servicios que ofrecen.

Por otra parte, Nayara Springs Resorts también se vería beneficiada, debido a que con Tiny House ofrecería una propuesta innovadora y complementaria a las villas y suites tradicionales. Asimismo, podrá aprovechar que las Tiny House contarán con sistemas de

recolección de agua de lluvia, paneles solares y huertas para fortalecer su reconocimiento como líderes en el turismo sostenible.

Localización (MATRIZ)

Para determinar la mejor ubicación para el servicio de la Tiny House eco sustentable, hemos utilizado una matriz de localización, donde hemos considerado cinco factores clave que nos ayudan a elegir de manera consciente; cada factor tiene un peso asignado, que indica su importancia relativa, y una calificación que evalúa el desempeño de cada opción en ese factor. Al multiplicar el peso por la calificación, se obtiene la "calificación ponderada", que permite comparar las opciones de manera más objetiva.

Ecuador

Factor relevante	Peso asignado	Baños de Agua Santa		Mindo	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Demanda turística	0,3	4	1,2	3	0,9
Accesibilidad	0,2	4	0,8	4	0,8
Costo de operación	0,2	3	0,6	3	0,6
Apoyo Gubernamental	0,15	3	0,45	3	0,45
Atractivo turístico	0,15	4	0,6	4	0,6
Suma	1		3,65		3,35

Tabla 9 Localización Ecuador

Fuente: Los Autores (2025)

La demanda turística en el sector de Baños de Agua Santa la demanda es alta; Se le asigna una calificación de 4 (ponderada en 1,2), ya que es uno de los destinos más visitados de Ecuador. Recibe alrededor de 1.5 millones de turistas anualmente especialmente fines de semana y feriados donde la mayoría de las veces ocupa el 100% de ocupación (Ministerio de Turismo, 2023). Por otro lado, en Mindo Se le asigna una calificación de 3 (ponderada en 0,9), ya que la afluencia turística es menor en comparación con Baños. Recibe cerca de 200,000 visitantes al año, la mayoría de ellos interesados en el ecoturismo (GAD Parroquial de Mindo, 2024).

La accesibilidad en Baños es muy buena, podemos llegar a Baños por una carretera de primer orden, en transporte privado o público. Dentro de la ciudad cuenta con líneas de buses para pasear por la ciudad y sus alrededores. La mayoría de las calles de esta ciudad están pavimentadas o adoquinadas (Ministerio de Turismo, 2021). Mindo también tiene buena accesibilidad desde Quito. Sin embargo, las vías hacia Mindo pueden ser más complicadas en temporadas de lluvia.

Los costos de operación de un alojamiento turístico en Baños de Agua Santa varían según la categoría del establecimiento y los servicios ofrecidos. Por ejemplo, la Ordenanza Municipal de Baños de Agua Santa establece tasas administrativas para establecimientos de alojamiento turístico basadas en el porcentaje del Salario Básico Unificado (SBU) y la categoría del establecimiento. Estas tasas varían desde el 0.33% del SBU para un hostel de 1 estrella hasta el 1.12% del SBU para un hotel de 5 estrellas (GAD Baños de Agua Santa, 2021). Mindo es una zona rural, donde los costos de terrenos y servicios básicos pueden ser más bajos que en Baños. Sin embargo, la disponibilidad de ciertos servicios puede ser limitada, lo que aumenta los costos operativos.

El apoyo gubernamental Ecuador es bueno, porque el turismo es una de las principales actividades económicas. El gobierno ecuatoriano presentó su Plan de Turismo 2024 con el objetivo de dinamizar el sector turístico este año. Este plan incluye nuevas normas, reformas en regulaciones y la creación de un marco legal más sólido para el turismo. Además, busca fortalecer la colaboración entre el sector público y privado para impulsar el crecimiento sostenible del turismo en el país (Ministerio de Turismo, 2021).

Estos dos destinos son muy reconocidos por su atracción turística, Baños conocido por su combinación de naturaleza, aventura y relajación. Sus principales atractivos incluyen la Cascada El Pailón del Diablo, el "Columpio del Fin del Mundo" en la Casa del Árbol, y las

aguas termales de la Virgen. También destaca la Ruta de las Cascadas, actividades como rafting, canopy y puenting, y su proximidad al volcán Tungurahua, que ofrece vistas panorámicas y oportunidades para el ecoturismo (Ministerio de Turismo, 2021).

En cambio, en Mindo, un pintoresco pueblo ecuatoriano ubicado cerca de Quito, es famoso por su diversa biodiversidad, exuberantes bosques tropicales y abundantes oportunidades para el ecoturismo. Su proximidad a la capital, junto con su impresionante belleza natural, la ha convertido en un destino popular tanto para viajeros locales como internacionales. El ecosistema único de la región, caracterizado por bosques nubosos, ríos y una rica variedad de flora y fauna, ofrece una variedad de actividades como observación de aves, caminatas y recorridos de canopy (GAD Parroquial de Mindo, 2024).

Con base en la matriz de localización, Baños de Agua Santa es la mejor opción para establecer un tiny house eco hotel. Esto se debe a su mayor accesibilidad, y amplia oferta de actividades turísticas, lo que garantiza un flujo constante demanda turística, de visitantes y mayores ingresos potenciales.

Costa Rica

Factor relevante	Peso asignado	Guanacaste		San Carlos, CR	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Demanda turística	0,3	4	1,2	4	1,2
Accesibilidad	0,2	4	0,8	4	0,8
Costo de operación	0,2	2	0,4	3	0,6
Apoyo Gubernamental	0,15	3	0,45	3	0,45
Atractivo turístico	0,15	4	0,6	4	0,6
Suma	1		3,45		3,65

Tabla 10 Localización Costa Rica

Fuente: Los Autores (2025)

Guanacaste es un destino turístico importante en Costa Rica. En 2023, el Aeropuerto de Guanacaste registró 1.652.078 pasajeros, lo que representa un incremento del

35% respecto al 2019 (Arrieta, 2024). Por otro lado, en San Carlos, también tiene una demanda en aumento, especialmente feriados donde registró una ocupación turística superior al 95% durante las festividades de fin e inicio de año (Camarillo, 2023).

En Guanacaste a la presencia del Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós en Liberia, facilita el acceso directo desde varios países. Además, la infraestructura vial en la región es adecuada (Instituto Costarricense de Turismo, 2020). En San Carlos, la situación es óptima porque podemos llegar en autobús, en carro o en avión, lo que le permite tener llegada eficiente de sus turistas.

En la operación de un alojamiento en Costa Rica, suele ser más elevados influyendo el alto costo del terreno, la calidad superior de los acabados en las viviendas, y los salarios más altos en el sector de la construcción. Además, los trámites y permisos necesarios para construir son largos y costosos, los materiales de construcción también tienen precios más altos, y las altas tasas de interés afectan el valor de las compras, lo que en conjunto incrementa los costos de construcción (Nuñez, 2023).

Guanacaste y San Carlos, ambas ubicadas en Costa Rica, presentan contrastes significativos en términos de costos. Guanacaste, al ser un destino turístico de primer nivel, se caracteriza por precios de terrenos y servicios considerablemente más altos. Por otro lado, San Carlos ofrece una alternativa más económica, con terrenos más accesibles y servicios básicos a un costo menor.

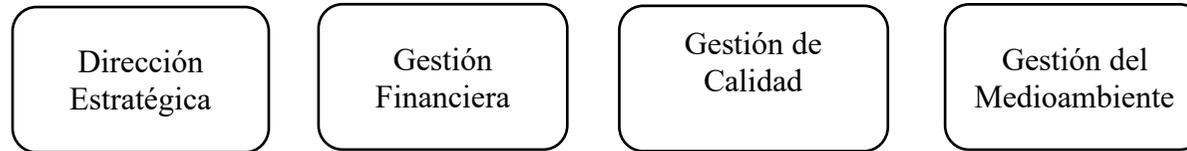
El apoyo del gobierno en Costa Rica, apuesta por la innovación y la diversificación de su oferta turística para atraer a nuevos mercados y fortalecer su economía. El Plan Nacional de Turismo 2022-2027 busca impulsar productos turísticos únicos y experiencias auténticas, siempre con un enfoque en la sostenibilidad (Instituto Costarricense de Turismo, 2022).

Guanacaste, se expande desde la frontera con Nicaragua hasta la península de Nicoya, son famosos por sus playas de arena blanca y aguas cristalinas ideales para nadar, bucear y practicar surf. Además de sus playas paradisíacas, con una gran variedad de ecosistemas, desde bosques secos tropicales hasta montañas y humedales. Esta diversidad natural ha llevado a la creación de numerosas áreas protegidas, que resguardan una gran cantidad de flora y fauna. Los visitantes pueden explorar parques nacionales, reservas biológicas y refugios de vida silvestre, donde tendrán la oportunidad de observar aves exóticas, monos, reptiles y otras especies únicas (Costa Rica Tourism Board, 2024).

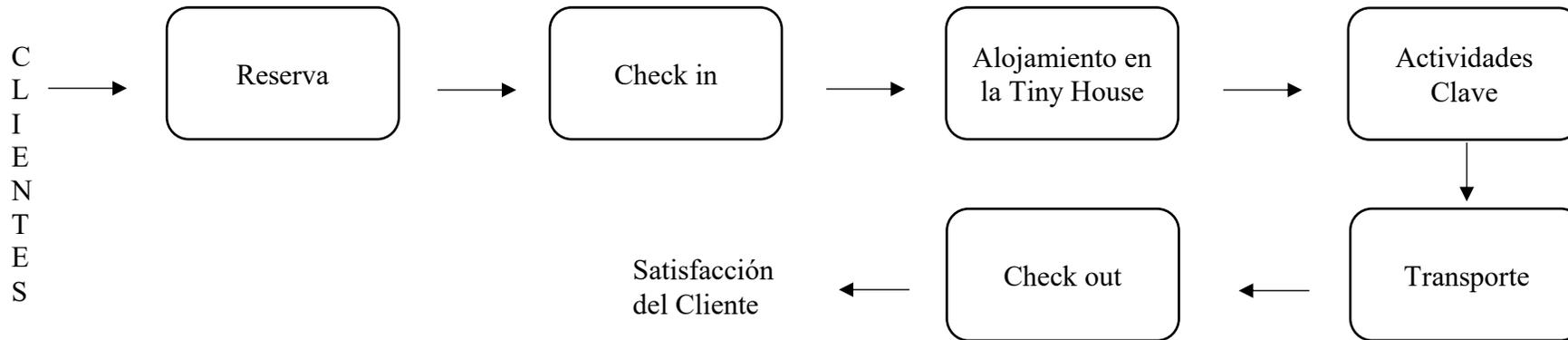
En otra parte tenemos a San Carlos, en Costa Rica, es un paraíso natural que cautiva a los visitantes con su impresionante volcán Arenal, sus refrescantes aguas termales y el majestuoso Lago Arenal, ideal para deportes acuáticos. Los amantes de la aventura pueden explorar las exuberantes selvas del Parque Nacional Volcán Arenal, descender por las cascadas del Río Fortuna o adentrarse en las misteriosas Cavernas de Venado. Para aquellos que buscan una conexión más profunda con la naturaleza es un destino que combina la emoción de la aventura con la tranquilidad de la naturaleza (Garza, 2020) En otra parte tenemos a San Carlos, en Costa Rica, es un paraíso natural que cautiva a los visitantes con su impresionante volcán Arenal, sus refrescantes aguas termales y el majestuoso Lago Arenal, ideal para deportes acuáticos. Los amantes de la aventura pueden explorar las exuberantes selvas del Parque Nacional Volcán Arenal, descender por las cascadas del Río Fortuna o adentrarse en las misteriosas Cavernas de Venado. Para aquellos que buscan una conexión más profunda con la naturaleza es un destino que combina la emoción de la aventura con la tranquilidad de la naturaleza (Garza, 2020)

Operaciones (Mapa de procesos)

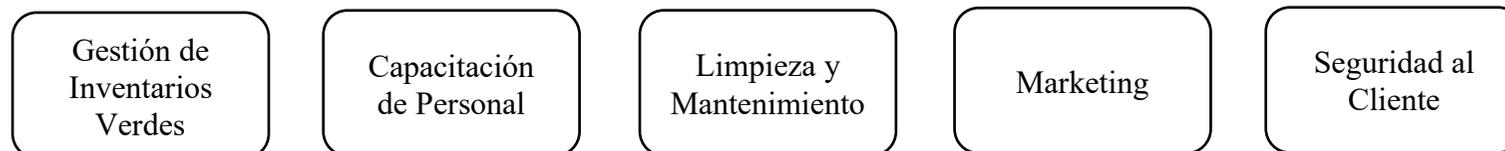
Procesos Estratégicos



Procesos Clave

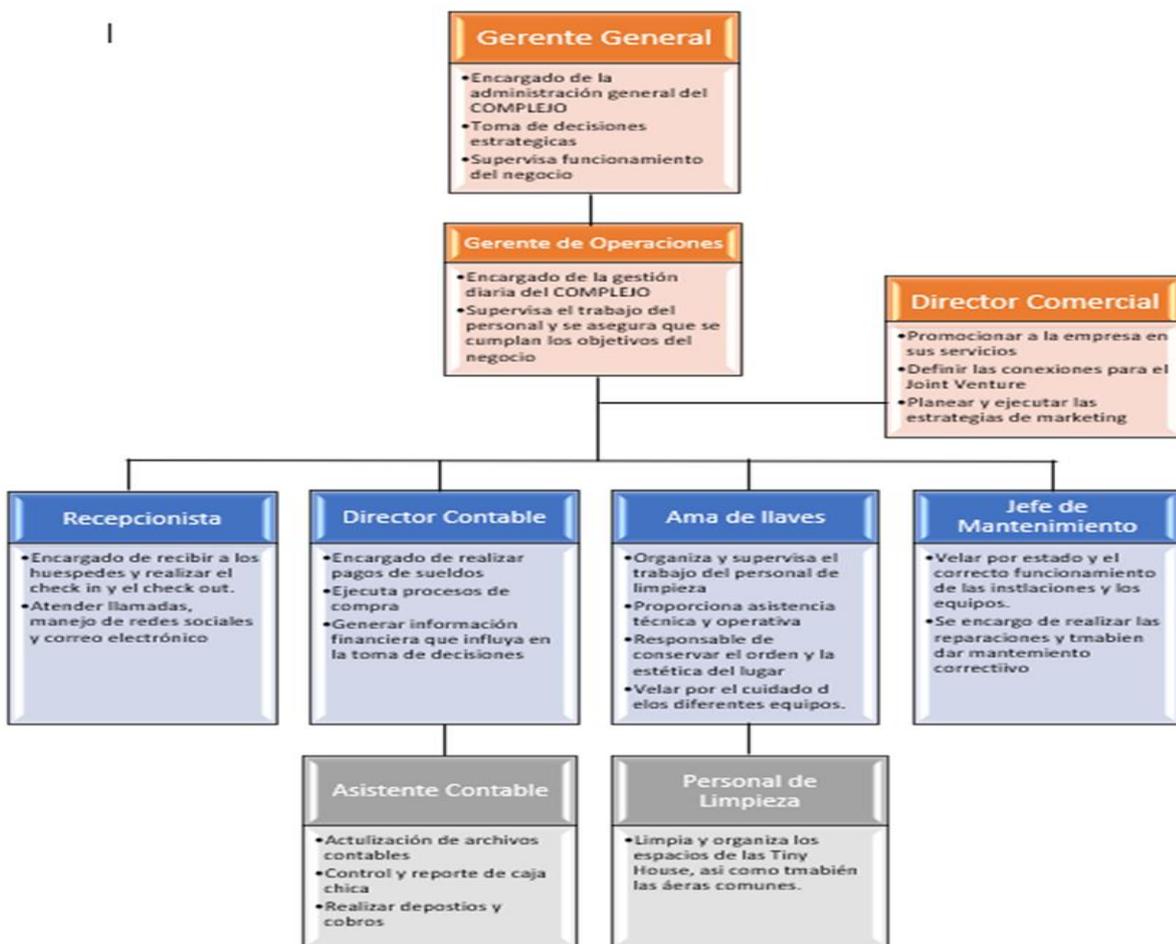


Procesos de Soporte



Diseño Organizacional y funciones

Para que el proyecto tenga una correcta viabilidad en su ejecución es necesario tener bien definido el organigrama con sus respectivas funciones ya que eso permitirá tener éxito en los objetivos que se quiere lograr, una correcta distribución de las funciones también ayudará para optimizar recursos, que es parte fundamental de este proyecto. Para el proyecto se ha establecido el siguiente organigrama:



Fuente: Los Autores (2025)

Conformación Legal

El proyecto que se quiere formar con las Tiny Houses vendrían constituirse como una empresa turística que generalmente son sociedades anónimas en el apartado legal, y que son constituidas con al menos 4 socios fundadores que contribuyen en valor con sus aportaciones y la cual ejercerán comercio en base a una razón social. El proyecto de las Tiny Houses debe acoplarse a las normativas de cada país donde se planean establecerse, en este caso se registrará bajo las normativas ecuatorianas, donde para las sociedades anónimas se establecen mediante contrato y escritura pública, son de carácter mercantil y su representación la ejercen administradores legalmente autorizado. Por tanto, es necesario cumplir con los requisitos que demanda la ley para su funcionamiento tales como: (Ministerio de Turismo, 2011)

Registro de Turismo. - la persona natural o jurídica se inscribirá como prestador de servicios turísticos, cumpliendo con los requisitos que establece la Ley de Turismo.

Licencia Anual de Funcionamiento. - constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a las empresas dedicadas a las actividades turísticas, sin este documento no se podrá operar, este permiso tiene validez por un año cuando se lo otorga.

Afiliación a las Cámaras Provinciales de Turismo. - toda empresa dedicada a la actividad turística deben afiliarse a las cámaras provinciales de acuerdo al sitio donde planean ejercer sus actividades

Permisos Sanitarios. - de acuerdo a la ley todo centro turístico que brinde los servicios de alojamiento, entretenimiento y animación deben tener el permiso sanitario el cual es concedido por la Jefatura Provincial de Salud del lugar en donde ejerce sus actividades. Adicional se debe tener el permiso sanitario otorgado por la Dirección de Higiene y Salud Municipal, que dictamina que todo lugar que expendia alimentos y bebidas debe contar con este permiso, caso contrario sería una falta grave que provocaría el cese de operaciones.

PLAN DE MARKETING

Producto

Nuestro proyecto implementa sistemas integrales para garantizar la sostenibilidad y la eficiencia en cada una de sus áreas:

Recolección de agua de lluvias

Las Tiny Houses cuentan con un sistema de captación de agua de lluvia basado en canaletas de acero inoxidable conectadas a un filtro de primera etapa para retención de hojas y sedimentos. Luego, el agua pasa por un sistema de filtrado multicapa compuesta por carbón activado y arena sílice, lo que permite su uso para riego de jardines y mantenimiento general de la villa.

Sistema de energía renovable

Cada unidad está equipada con paneles solares monocristalinos de alta eficiencia (rendimiento superior al 22%), optimizados con tecnología MPPT (Máximo Power Point Tracking) para maximizar la captación de energía según la radiación solar. La electricidad generada se almacena en una batería de litio LiFePO₄ de 5 kWh, permitiendo autonomía de hasta 48 horas en condiciones de baja radiación. Un inversor híbrido de onda sinusoidal pura regula la distribución de la energía, asegurando un suministro estable y seguro en todas las instalaciones.

Tratamiento de aguas residuales

El sistema de saneamiento incorpora una planta de tratamiento compacta basada en tecnología de biofiltros aeróbicos y un biodigestor de flujo ascendente, capaz de reducir hasta un 90% de los contaminantes orgánicos. El agua tratada se somete a un proceso de filtrado adicional con luz ultravioleta (UV) para eliminar patógenos y luego es reutilizada en la huerta

comunitaria para riego por goteo, optimizando el uso del recurso hídrico.

Instalación eléctrica

Las Tiny Houses cuentan con un sistema eléctrico diseñado para maximizar la eficiencia energética. Se utiliza cableado de cobre con aislamiento de baja pérdida térmica y un cuadro de distribución con protecciones diferenciales y termomagnéticas. Toda la iluminación se basa en tecnología LED de bajo consumo (4W a 10W por unidad), reduciendo significativamente la demanda energética. Además, se ha implementado un sistema de gestión inteligente que regula el uso de electrodomésticos según la disponibilidad de energía almacenada.

Materiales ecológicos

Las unidades están construidas con madera certificada FSC (Forest Stewardship Council) proveniente de bosques gestionados de manera sostenible. Adicionalmente, se incorporan paneles de aislamiento térmico a base de fibras recicladas, reduciendo la dependencia de sistemas de climatización artificial y mejorando la eficiencia energética.

Servicios para huéspedes

Nuestro proyecto ofrece una experiencia ecológica y confortable, con Tiny Houses equipadas con tecnología sostenible. Además, los huéspedes pueden participar en recorridos guiados donde se explican los sistemas de eficiencia energética y tratamiento de residuos, así como en talleres prácticos sobre energía renovable, reciclaje y permacultura.

Precio

Para determinar nuestros precios, realizamos un análisis detallado:

- **Costos internos:** Incluimos materiales de construcción, sistemas sostenibles y

mantenimiento de la villa.

- **Cuadro comparativo:**

Alojamiento	Precio por noche (USD)	Características principales
Finca Chamana pamba Guest House	120	Casa pequeña, sin sistemas sostenibles
Deluxe Volcán Primeras Suites Colgantes	150	Alojamiento con energía renovable
Tiny House Eco Hotel	140	Tiny House, energía solar, recolección de agua y diseño sostenible

Tabla 11 Precio

Fuente: Los Autores (2025)

Esto nos posiciona competitivamente, destacando nuestro enfoque en sostenibilidad como valor agregado.

Plaza

Seleccionamos **Ecuador** como punto de partida debido a su creciente interés en el turismo sostenible y la rica biodiversidad del país, lo que atrae a viajeros conscientes.

Además, planificamos nuestra expansión hacia Costa Rica por su demanda creciente de experiencias ecológicas.

Promoción

Nuestra estrategia de promoción incluye:

Redes sociales: Publicamos contenido atractivo en plataformas como Instagram, Facebook y YouTube, destacando la experiencia única de nuestras Tiny Houses.

Alianzas estratégicas:

- Colaboraciones con agencias de turismo sostenible.
- Convenios con universidades y organizaciones ambientales para fomentar el

turismo educativo.

- c. Programas con operadores turísticos locales para incluir nuestra villa en paquetes promocionales.
- d. Joint Venture con Nayara Springs en Costa Rica.

Promociones específicas:

- e. Descuentos en temporada baja.
- f. Bonificaciones para clientes frecuentes y recomendaciones.

Eventos temáticos: Organizamos talleres sobre sostenibilidad, atrayendo tanto a turistas como a la comunidad local.

Establecimiento de 2 Objetivos de Marketing

Definición de Estrategias y acciones

Objetivo General

Diseñar e implementar estrategias innovadoras orientadas a captar un mayor número de clientes para Tiny House Ecohotel.

Objetivos Específicos

1. Fomentar la fidelización de clientes mediante un programa de recompensas sostenible

Uno de los retos principales en el sector hotelero es lograr que los clientes regresen, esto puede lograrse ofreciendo un programa de fidelización que combine recompensas sostenibles y experiencias únicas. Este programa puede incentivar a los huéspedes a regresar al ofrecer beneficios personalizados relacionados con sus intereses, como descuentos en futuras estancias, actividades exclusivas o regalos de productos locales.

Estrategias Objetivo 1:

Estrategia 1: Diseño de un programa de recompensas: Crear un programa que ofrezca

beneficios alineados con los valores del ecohotel, como descuentos en estancias futuras, actividades ecológicas exclusivas.

Acciones de estrategia 1

- Crear un canal de comunicación directo: Enviar boletines informativos con ofertas exclusivas para miembros del programa de fidelización, destacando las ventajas de participar.
- Implementar un sistema de puntos: Por cada reserva directa o recomendación, los clientes acumulan puntos que pueden canjear por noches gratuitas, descuentos o experiencias exclusivas.
- Enviar encuestas post-visita para recopilar opiniones y entender mejor las preferencias de los clientes, ajustando el programa de recompensas según sus necesidades.

Estrategia 2: Ofrecer experiencias personalizadas en diferentes actividades para captar la atención de los clientes.

Acciones de estrategia 2:

- Regalo de bienvenida: Ofrecer una planta personalizada o un kit de jardinería a los nuevos clientes, reforzando la idea de conexión con la naturaleza.
- Ofrecer visitas guiadas a la naturaleza, talleres de cocina local o clases de yoga al aire libre, diseñadas en función de los intereses de los clientes.
- Otorgar un certificado por sembrar un árbol o planta endémica.

Estrategia 3: Diseñar un sistema de puntos verdes donde los huéspedes obtengan puntos por acciones eco-amigables durante su estancia.

Acciones de estrategia 3

- Diseñar un formato físico, como una libreta de puntos verdes, que los huéspedes puedan utilizar para registrar sus acciones eco-amigables durante su estancia. Este formato debe incluir categorías específicas de actividades, como la reutilización de toallas, participación en actividades de reforestación o cuidado de plantas.
 - Los huéspedes deberán acudir a la recepción para validar el cumplimiento de cada actividad y recibir un sello correspondiente, garantizando un seguimiento transparente y accesible de sus contribuciones sostenibles.
 - El huésped que obtenga más puntos será acreedor a una experiencia única como una cena privada al aire libre con un menú especial de productos locales.
2. **Aumentar las reservas directas en un 30% en los próximos 12 meses.**

Esto debido a que uno de los desafíos más importantes para los alojamientos pequeños es reducir la dependencia de plataformas de terceros como Booking, Airbnb o Expedia, las cuales suelen cobrar comisiones elevadas por cada reserva. Para un Tiny House Ecohotel, es fundamental optimizar su canal directo de ventas (su sitio web) y fomentar las reservas directas ofreciendo incentivos y una experiencia de usuario impecable. Además, es importante comunicar de forma clara los valores diferenciales del ecohotel, como su sostenibilidad, experiencias personalizadas y contacto directo con la naturaleza.

Estrategias Objetivo 2:

Estrategia 1: Optimizar el sitio web: Crear una plataforma intuitiva, rápida, fácil y estéticamente alineada con los valores de Tiny House ecohotel, que facilite el proceso de reserva directa.

Acciones de estrategia 1:

- Mejorar la navegación del sitio web: Asegurarse de que sea compatible con dispositivos móviles iOS y Android, priorizando que las reservas sean simples y

seguras mostrando de forma clara las tarifas y promociones.

- Incorporar un chatbot en el sitio web: Facilitar la comunicación inmediata para resolver dudas y aumentar la conversión de visitantes a clientes.
- Implementar testimonios y reseñas: Destacar experiencias positivas de clientes anteriores para generar confianza y motivar las reservas directas.

Estrategia 2: Crear contenido de alto valor: Generar blogs, vídeos y publicaciones en redes sociales que expliquen los beneficios de reservar directamente.

Acciones de estrategia 2:

- Lanzar campañas en redes sociales mediante la creación contenido atractivo que muestre todo lo que ofrece Tiny House Eco Hotel y redirija a los usuarios al sitio web.
- Establecer colaboraciones locales: Asociarse con negocios locales para ofrecer paquetes exclusivos que incluyan actividades o productos de la región, disponibles solo para quienes reserven directamente.
- Crear blogs en nuestro sitio web en base a la importancia de apoyar alojamientos sostenibles que promuevan el cuidado del medio ambiente y expliquen como Tiny House tiene su sistema de recolección de agua de agua y paneles solares.

Estrategia 3: Desarrollar un programa de capacitación para el equipo de venta que les permita transmitir información clara y precisa a los clientes potenciales.

Acciones para la estrategia 3:

- Capacitación para el equipo de ventas enfocada en la generación de estrategias de venta efectivas, pero también en educación ambiental y de sostenibilidad, para que puedan comunicar a los clientes los valores y beneficios únicos del hotel.
- Capacitación del uso de herramientas digitales y canales de venta.

- Organizar talleres interactivos y simulaciones de ventas para que los equipos practiquen escenarios reales.

Matriz del Plan de Marketing

[Ver Anexo 3](#)

El Plan de Marketing MATRIZ busca fortalecer la marca Tiny House mediante estrategias efectivas y optimización de recursos. Su estructura se basa en cuatro componentes clave: el objetivo, que define la meta principal; la estrategia, que orienta el enfoque; la acción, que detalla iniciativas específicas como campañas y fidelización de clientes; y el presupuesto, que asigna los costos. Este plan servirá como guía para la toma de decisiones estratégicas, impulsando el crecimiento sostenible de la marca en el mercado.

Presentación Comercial del Prototipo

<https://marianagomezgil202.wixsite.com/tinyhousecohotel#/search>

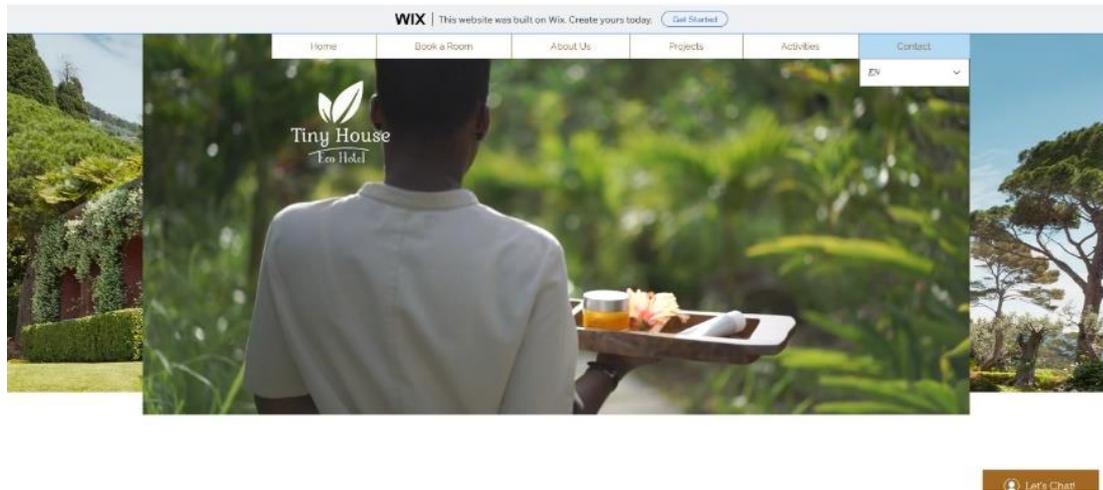


Ilustración 9 Presentación Comercial del Prototipo

Fuente: Los autores (2025)



TINY HOUSE ECO HOTEL

LOS ATRACTIVOS DE NUESTRO HOTEL

- ✓ Energía 100% renovable
- ✓ Siembra tu propia planta
- ✓ Piscina refrescante
- ✓ Senderos ecológicos
- ✓ Cultivo de vegetales
- ✓ Y mucho más

CONTACTUS

 099-979-4538

 tinyhouseecohotelec.online

Ilustración 10 Presentación Comercial del Prototipo

Fuente: Los autores (2025)

EVALUACIÓN FINANCIERA

En el presente capítulo se ha desarrollado la evaluación financiera del proyecto, para lo cual, se ha cuantificado la inversión inicial con sus formas de financiamiento. Para determinar si la nueva propuesta genera una utilidad se han proyectado los estados de costos y gastos, así como el presupuesto de ingresos, con los cuales se han construido el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja proyectado, para tres escenarios propuestos: más probable, pesimista, optimista y más probable. Para determinar si las inversiones se recuperan, y la rentabilidad del proyecto se evaluaron indicadores como el VAN, TIR, y el periodo de recuperación.

Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto contempla todos los activos fijos y gastos de constitución que necesita el proyecto para iniciar sus operaciones. Dentro de los activos fijos, se incluye la compra del terreno, y las maquinarias y equipos, muebles y enseres, equipos de cómputo, menaje de habitaciones y de cocina, entre otros que requiere cada una de las áreas tanto de cabañas, como áreas comunes y administrativas. A continuación, se muestra el detalle de las necesidades de activos.

Descripción	Área	Tipo activo	Unidades	Costo unitario	Total (20 cabañas)
Sofá cama pequeño	Sala	Muebles y enseres	1	150,00	3.000,00
Mesa de centro	Sala	Muebles y enseres	1	50,00	1.000,00
Estanterías para libros o decoración.	Sala	Muebles y enseres	1	70,00	1.400,00
Mesa plegable y dos sillas.	Sala	Muebles y enseres	1	100,00	2.000,00
Cama tamaño Queen y mesas de noche.	Descanso	Muebles y enseres	1	550,00	11.000,00
Estanterías integradas	Descanso	Muebles y enseres	1	80,00	1.600,00
Ventanas con cortinas blackout	Descanso	Muebles y enseres	3	150,00	9.000,00
Fregadero	Cocina	Muebles y enseres	1	55,00	1.100,00
Vajillas y utensilios cocina	Cocina	Muebles y enseres	1	50,00	1.000,00
Estantes y alacenas	Cocina	Muebles y enseres	1	85,00	1.700,00
Inodoro.	Baño	Muebles y enseres	1	120,00	2.400,00

Lavamanos con gabinete.	Baño	Muebles y enseres	1	135,00	2.700,00
Espejo y almacenamiento adicional.	Baño	Muebles y enseres	1	150,00	3.000,00
Set de sábanas y almohadas	Descanso	Menaje	6	50,00	6.000,00
Set de cobijas	Descanso	Menaje	6	60,00	7.200,00
Set de toallas	Baño	Menaje	12	45,00	10.800,00
Estufa de 2 quemadores	Cocina	Maquinaria y equipo	1	75,00	1.500,00
Refrigerador vertical	Cocina	Maquinaria y equipo	1	45,00	900,00
Panel solar	Cabaña	Maquinaria y equipo	1	1.500,00	30.000,00
Ducha cerrada con mampara.	Baño	Maquinaria y equipo	1	180,00	3.600,00
Cabaña construcción	Cabaña	Infraestructura	30	216,67	130.000,00
				Total	230.900,00

Tabla 12 Activos fijos para cabañas tipo A

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Descripción	Área	Tipo activo	Unidades	Costo unitario	Total (9 cabañas)
Sofá cama pequeño	Sala	Muebles y enseres	1	250,00	5.000,00
Mesa de centro	Sala	Muebles y enseres	1	50,00	1.000,00
Estanterías para libros o decoración.	Sala	Muebles y enseres	2	70,00	2.800,00
Mesa plegable y dos sillas.	Sala	Muebles y enseres	1	250,00	5.000,00
Cama tamaño Queen y mesas de noche.	Descanso	Muebles y enseres	3	550,00	14.850,00
Estanterías integradas	Descanso	Muebles y enseres	3	80,00	4.800,00
Ventanas con cortinas blackout	Descanso	Muebles y enseres	6	150,00	18.000,00
Fregadero	Cocina	Muebles y enseres	1	100,00	2.000,00
Estantes y alacenas	Cocina	Muebles y enseres	2	85,00	3.400,00
Vajillas y utensilios cocina	Cocina	Muebles y enseres	3	50,00	3.000,00
Inodoro.	Baño	Muebles y enseres	2	120,00	4.800,00
Lavamanos con gabinete.	Baño	Muebles y enseres	2	135,00	5.400,00
Espejo y almacenamiento adicional.	Baño	Muebles y enseres	2	150,00	6.000,00
Set de sábanas y almohadas	Descanso	Menaje	14	50,00	14.000,00
Set de cobijas	Descanso	Menaje	14	60,00	16.800,00
Set de toallas	Baño	Menaje	21	45,00	18.900,00
Estufa de 4 quemadores	Cocina	Maquinaria y equipo	1	150,00	3.000,00
Refrigerador vertical	Cocina	Maquinaria y equipo	1	90,00	1.800,00
Panel solar	Cabaña	Maquinaria y equipo	1	3.000,00	60.000,00
Ducha cerrada con mampara.	Baño	Maquinaria y equipo	2	180,00	7.200,00
Cabaña construcción	Cabaña	Infraestructura	70	185,71	260.000,00
				Total	457.750,00

Tabla 13 Activos fijos para cabañas tipo B

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Descripción	Área	Tipo activo	Unidades	Costo unitario	Total (1 cabañas)
Mesas	Coffe Shop	Muebles y enseres	4	550,00	2.200,00
Sillas	Coffe Shop	Muebles y enseres	16	80,00	1.280,00
Fregadero	Coffe Shop	Muebles y enseres	1	100,00	100,00
Estantes y alacenas	Coffe Shop	Muebles y enseres	2	85,00	170,00
Sofá de espera	Coffe Shop	Muebles y enseres	2	150,00	300,00
Estanterías	Coffe Shop	Muebles y enseres	2	60,00	120,00
Inodoro.	Coffe Shop	Muebles y enseres	1	120,00	120,00
Lavamanos con gabinete.	Coffe Shop	Muebles y enseres	1	135,00	135,00
Espejo y almacenamiento adicional.	Coffe Shop	Muebles y enseres	1	150,00	150,00
Menaje cafetería (vajillas y utensilios)	Coffe Shop	Menaje	5	50,00	250,00
Refrigerador vertical	Coffe Shop	Maquinaria y equipo	1	900,00	900,00
Máquina de café	Coffe Shop	Maquinaria y equipo	1	2.000,00	2.000,00
Panel solar	Coffe Shop	Maquinaria y equipo	1	3.000,00	3.000,00
Cabaña construcción	Coffe Shop	Infraestructura	30	150,00	4.500,00
				Total	15.225,00

Tabla 14 Activos fijos para zona de coworking y Coffe shop

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Descripción	Área	Tipo activo	Unidades	Costo unitario	Total (1 cabañas)
Sofás de espera	Recepción - Adm	Muebles y enseres	2	550,00	1.100,00
Counter - Recepción	Recepción - Adm	Muebles y enseres	1	80,00	80,00
Escritorios con sillas	Recepción - Adm	Muebles y enseres	3	400,00	1.200,00
Inodoro.	Recepción - Adm	Muebles y enseres	1	120,00	120,00
Lavamanos con gabinete.	Recepción - Adm	Muebles y enseres	1	135,00	135,00
Espejo y almacenamiento adicional.	Recepción - Adm	Muebles y enseres	1	150,00	150,00
Mesas de centro	Recepción - Adm	Maquinaria y equipo	1	250,00	250,00
Panel solar	Recepción - Adm	Maquinaria y equipo	1	1.500,00	1.500,00
Cabaña construcción	Recepción - Adm	Infraestructura	30	150,00	4.500,00
Computadores	Recepción - Adm	Equipo de computo	3	750,00	2.250,00
Impresoras	Recepción - Adm	Equipo de computo	2	85,00	170,00
				Total	11.455,00

Tabla 15 Activos fijos para área de recepción y administración

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Las inversiones de activos intangibles para el proyecto incluyen los gastos de constitución de la figura legal de la empresa, así como los permisos de y patentes

municipales, del Ministerio de Turismo (MINTUR), y del Ministerio de Gobiernos, así como los gastos se asesoría legal, como se muestran a continuación.

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Total
Patente Municipal	unidad	1	\$100,00	\$100,00
Permisos MINTUR	unidad	1	\$30,00	\$30,00
Permiso del Ministerio de Gobierno	unidad	1	\$100,43	\$100,43
Constitución empresa	unidad	1	\$400,00	\$400,00
Asesoría legal	unidad	1	\$500,00	\$500,00
			TOTAL	\$1.130,43

Tabla 16 Activos intangibles

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

En base a los activos requeridos en cada una de las áreas del proyecto, estos se han consolidados por tipo de activo, para calcular la depreciación y amortización, las cuáles, serán consideradas como gastos para reducir la base fiscal (en el caso del terreno se considera el supuesto que mantiene su valor). En la siguiente table se observan tanto la depreciación anual, como el valor en libros luego los 5 años que se ha planificado como tiempo de vida del proyecto.

Descripción	Monto	Tiempo vida	Depreciación anual	Valor en libros para 5to año
Terreno	\$357.142,86	NA	\$0,00	\$357.142,86
Muebles enseres	\$124.310,00	10	\$12.431,00	\$62.155,00
Maquinarias y equipos	\$115.650,00	10	\$11.565,00	\$57.825,00
Equipo de computación	\$2.420,00	3	\$806,67	\$806,67
Menaje	\$73.950,00	3	\$24.650,00	\$24.650,00
Construcciones	\$399.000,00	20	\$19.950,00	\$299.250,00
Gasto de constitución	\$1.130,43	5	\$226,09	\$0,00
Total	\$716.460,43		\$69.628,75	\$801.829,52

Tabla 17 Depreciaciones y amortizaciones

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Una vez cuantificados tanto los activos fijos como los diferidos, es necesario definir el financiamiento del proyecto, es decir, de donde provienen los recursos para inyectar el capital necesario para hacer realidad el proyecto. Como lo menciona Fierro (2022) estas pueden ser internas o externas; en el primer caso son los accionistas quienes aportan el capital, así como

se retienen utilidades ya cuando este operativo el proyecto, para financiar el crecimiento del mismos. En el caso de capital externo, la estrategia es buscar una fuente de bajo costo y con condiciones favorables para el proyecto, en general se recurre de forma tradicional a un endeudamiento, pero en este caso se ha considerado usar la alternativa de un fideicomiso de inversión.

El fideicomiso de inversión tiene como objetivo que los clientes (inversionistas) aportes diferentes sumas de dinero acorde a su capacidad, y dichos recursos serán invertidos en determinados proyectos por el Constituyente del Fideicomiso. En estos casos se tienen a los sujetos fideicomitentes, fiduciarios, beneficiarios. Las instrucciones de la inversión están dentro del centrado fiduciario, donde se estipulan como serán distribuidos a los beneficios (Quezada, 2021).

La idea de esta nueva forma de financiamiento toma como referencia al “Fideicomiso GM Hotel” el cual inició operaciones en julio de 2011 con la fase III del proyecto, que es la gestión operativa y administrativa orientada al público. Hasta abril de 2021, el hotel operó bajo la marca Sonesta Hotel Guayaquil, administrado por la empresa OPERINTER. Sin embargo, en octubre de 2020 se designó a Six Stars Hotel SSH S.A. como nueva operadora por un período de 10 años, lo que llevó al cambio de marca a Hotel Tryp by Wyndham. Según la evaluación de la calificadora, el hotel posee la capacidad de generar ingresos acordes a las condiciones del mercado, y así cumplir con sus obligaciones. Además, se anticipan resultados positivos en los próximos tres años, con beneficios para los accionistas. El monto del Fideicomiso es de 20 millones de USD, si bien, no se especifica el monto de los beneficios, pero menciona que FIDUCIA SA es quien administrara los pagos, además la calificación de riesgo es de AAA (Global Ratings, 2023).

Con estos antecedentes a continuación se muestra el financiamiento, distribuido entre capital propio, préstamo y fideicomiso.

Financiamiento	USD	% de participación
Accionista 1	\$100.000,00	9,31%
Accionista 2	\$100.000,00	9,31%
Accionista 3	\$100.000,00	9,31%
Accionista 4	\$100.000,00	9,31%
Accionista 5	\$100.000,00	9,31%
Accionista 6	\$100.000,00	9,31%
Fideicomiso de inversión	\$283.500,00	26,41%
Préstamo	\$190.103,29	17,71%
Inversión inicial	\$1.073.603,29	100,00%

Tabla 18 Depreciaciones y amortizaciones

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

El aporte neto del Fideicomiso es de 300.000 USD, sin embargo, sisen algunos costos relacionas con la emisión del mismo que se mencionan a continuación, en función del tarifario de FIDUCIA (2025).

Costos de estructuración 1% = $300.000 * 0.01 = 3.000$ USD

Costo de administración anual 0.5% = $300.000 * 0.005 * 5$ años = 7.500 USD

Convenio de adhesión = 1.000 USD * 6 accionistas = 6.000 USD

Costos totales = 16.500 USD.

Monto neto = 300.000 USD – 16.500 USD = 283.500 USD

Se deberá considerar el costo de liquidación del fideicomiso en el quinto año = 2000 USD

En el caso del prestamos, se ha tomado como referencia para los cálculos a las condiciones que brinda BanEcuador BP para créditos productivos en este caso la tasa anual es del 12.53%, que equivale al 0.989% mensual. El préstamo se lo amortizado a 60 meses, como se muestra en la siguiente tabla de amortización.

Periodo	Renta	Interés	Capital	Saldo
0				\$190.103,29
1	\$4.215,61	\$1.879,36	\$2.336,25	\$187.767,04
2	\$4.215,61	\$1.856,27	\$2.359,35	\$185.407,69
3	\$4.215,61	\$1.832,94	\$2.382,67	\$183.025,02
4	\$4.215,61	\$1.809,39	\$2.406,23	\$180.618,79
5	\$4.215,61	\$1.785,60	\$2.430,01	\$178.188,78
6	\$4.215,61	\$1.761,58	\$2.454,04	\$175.734,74
7	\$4.215,61	\$1.737,32	\$2.478,30	\$173.256,45
8	\$4.215,61	\$1.712,82	\$2.502,80	\$170.753,65
9	\$4.215,61	\$1.688,07	\$2.527,54	\$168.226,11
10	\$4.215,61	\$1.663,09	\$2.552,53	\$165.673,58
11	\$4.215,61	\$1.637,85	\$2.577,76	\$163.095,81
12	\$4.215,61	\$1.612,37	\$2.603,25	\$160.492,57
13	\$4.215,61	\$1.586,63	\$2.628,98	\$157.863,59
14	\$4.215,61	\$1.560,64	\$2.654,97	\$155.208,61
15	\$4.215,61	\$1.534,40	\$2.681,22	\$152.527,39
16	\$4.215,61	\$1.507,89	\$2.707,73	\$149.819,67
17	\$4.215,61	\$1.481,12	\$2.734,49	\$147.085,17
18	\$4.215,61	\$1.454,09	\$2.761,53	\$144.323,65
19	\$4.215,61	\$1.426,79	\$2.788,83	\$141.534,82
20	\$4.215,61	\$1.399,22	\$2.816,40	\$138.718,42
21	\$4.215,61	\$1.371,37	\$2.844,24	\$135.874,18
22	\$4.215,61	\$1.343,25	\$2.872,36	\$133.001,82
23	\$4.215,61	\$1.314,86	\$2.900,76	\$130.101,06
24	\$4.215,61	\$1.286,18	\$2.929,43	\$127.171,63
25	\$4.215,61	\$1.257,22	\$2.958,39	\$124.213,23
26	\$4.215,61	\$1.227,97	\$2.987,64	\$121.225,59
27	\$4.215,61	\$1.198,44	\$3.017,18	\$118.208,42
28	\$4.215,61	\$1.168,61	\$3.047,00	\$115.161,41
29	\$4.215,61	\$1.138,49	\$3.077,13	\$112.084,29
30	\$4.215,61	\$1.108,07	\$3.107,55	\$108.976,74
31	\$4.215,61	\$1.077,35	\$3.138,27	\$105.838,47
32	\$4.215,61	\$1.046,32	\$3.169,29	\$102.669,18
33	\$4.215,61	\$1.014,99	\$3.200,63	\$99.468,55
34	\$4.215,61	\$983,35	\$3.232,27	\$96.236,28
35	\$4.215,61	\$951,39	\$3.264,22	\$92.972,06
36	\$4.215,61	\$919,12	\$3.296,49	\$89.675,57
37	\$4.215,61	\$886,53	\$3.329,08	\$86.346,49
38	\$4.215,61	\$853,62	\$3.361,99	\$82.984,50
39	\$4.215,61	\$820,39	\$3.395,23	\$79.589,27
40	\$4.215,61	\$786,82	\$3.428,79	\$76.160,48
41	\$4.215,61	\$752,92	\$3.462,69	\$72.697,79
42	\$4.215,61	\$718,69	\$3.496,92	\$69.200,86
43	\$4.215,61	\$684,12	\$3.531,49	\$65.669,37
44	\$4.215,61	\$649,21	\$3.566,41	\$62.102,96

45	\$4.215,61	\$613,95	\$3.601,66	\$58.501,30
46	\$4.215,61	\$578,34	\$3.637,27	\$54.864,03
47	\$4.215,61	\$542,39	\$3.673,23	\$51.190,80
48	\$4.215,61	\$506,07	\$3.709,54	\$47.481,26
49	\$4.215,61	\$469,40	\$3.746,21	\$43.735,04
50	\$4.215,61	\$432,37	\$3.783,25	\$39.951,80
51	\$4.215,61	\$394,96	\$3.820,65	\$36.131,14
52	\$4.215,61	\$357,19	\$3.858,42	\$32.272,72
53	\$4.215,61	\$319,05	\$3.896,57	\$28.376,16
54	\$4.215,61	\$280,53	\$3.935,09	\$24.441,07
55	\$4.215,61	\$241,62	\$3.973,99	\$20.467,08
56	\$4.215,61	\$202,34	\$4.013,28	\$16.453,80
57	\$4.215,61	\$162,66	\$4.052,95	\$12.400,85
58	\$4.215,61	\$122,60	\$4.093,02	\$8.307,83
59	\$4.215,61	\$82,13	\$4.133,48	\$4.174,35
60	\$4.215,61	\$41,27	\$4.174,35	\$0,00

Tabla 19 Tabla de amortización del préstamo

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Presupuesto de Ventas

El presupuesto de venta para el proyecto toma en cuenta a los ingresos que se recibirán por el alquiler de las cabañas sean estas tipo A y Tipo B. Como es una nueva propuesta de hospedaje en la zona, la ocupación no será del 100% en sus primeros meses e incluso años, así como en periodos del año con una baja demanda para este tipo de servicios. En este sentido, para el escenario más probables se parte de las siguientes capacidades de ocupación.

Periodo	Temporada alta	Temporada baja
Año 1	50%	20%
Año 2	62,50%	27,50%
Año 3	75%	35%
Año 4	87,50%	42,50%
Año 5	100%	50%

Tabla 20 Tasas de ocupación proyectadas

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Cuando se habla de temporada alta son los fines de semana y feriados, los cuales a 2025 suman 117 días, el resto de días del año que son 248, se los considera periodos donde la

capacidad de ocupación de las cabañas es muy baja. No obstante, se espera que estos porcentajes vayan incrementándose progresivamente, que para el horizonte proyectado es del 100% en fines de semana y feriados y del 50% cualquier otro día del año.

Para cuantificar los ingresos se toma como referencia la estrategia de precios donde para las Cabañas tipo A se tiene un precio inicial de 150 USD (independiente si la ocupa 1 o 2 personas), y para la Cabañas tipo B un precio inicial de 300 USD (donde máximo pueden estar 6 personas). Por lo que, para el cálculo de los ingresos se lo realizo por el número de noches, como se observa en el siguiente ejemplo de cálculo para 2026.

Ejemplo ingresos Cabañas tipo A

- ✓ Número de cabañas = 20
- ✓ Porcentaje de ocupación temporada baja = 20%
- ✓ Noches ocupadas temporadas baja = $248 \text{ días} * 0.2 * 20 = 992 \text{ noches}$
- ✓ Ingreso temporada alta = $992 * 150 \text{ USD} = 148.800 \text{ USD}$
- ✓ Porcentaje de ocupación temporada alta = 50%
- ✓ Noches ocupadas temporadas baja = $117 \text{ días} * 0.50 * 20 = 1170 \text{ noches}$
- ✓ Ingreso temporada alta = $1170 * 150 \text{ USD} = 175.500 \text{ USD}$
- ✓ Ingresos esperados para 2026 cabañas tipo A = $148.000 + 175.500 = 324.300 \text{ USD}$

El proceso antes descrito se repite también para las cabañas tipo B, y para todos los años hasta 2030, se debe mencionar que el precio no permanece constante y este se ha considerado que crezca al mismo nivel de la inflación proyectada del 2.20% (Tapia, 2024). En la siguiente tabla se muestran el presupuesto de ingresos para los 5 años de horizonte del proyecto.

Año	2026	2027	2028	2029	2030
Ingreso anual Cabañas tipo A	\$324.300,00	\$433.302,45	\$546.944,05	\$665.376,16	\$788.754,56
Ingreso anual Cabañas tipo B	\$291.870,00	\$389.972,21	\$492.249,64	\$598.838,54	\$709.879,10
Ingreso total	\$616.170,00	\$823.274,66	\$1.039.193,69	\$1.264.214,69	\$1.498.633,66

Tabla 21 Presupuesto de ingresos

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja

Para el estado de costos y gastos, se van a dividir los mismo en costos variables, los sueldos y salarios tanto de personal operativo y administrativo, así como los gastos de administración y ventas.

En el caso de los costos variables estos son función del número de huéspedes o usuarios de las cabañas. En este caso la cuantificación se lo ha realizado en base a los días de temporada alta, que incluyen los fines de semana y feriados que para el caso ecuatoriano son 117 en 2025, y temporada baja la diferencia que seria 248 días. Adicional, se tienen los siguientes supuestos, que el promedio de uso de la cabaña son 2 noches, y que para las 20 cabañas tipo A se tienen a dos personas promedio y para las cabañas tipo B seis personas. Por otra parte, se ha considerado que el porcentaje de uso de ocupación hotelera vaya aumentando cada año, hasta llegar al 50% en temporada baja y el 100% en temporada alta. A continuación, se presentan la tabla de costos variables asociados a amenities, insumos para tours y talleres, e insumos de limpieza.

Amenities cabañas	2026	2027	2028	2029	2030
Porcentaje de ocupación T baja	20,0%	27,5%	35,0%	42,5%	50,0%
Porcentaje de ocupación T alta	50,0%	62,5%	75,0%	87,5%	100,0%
Huéspedes cabañas A T baja	1984	2728	3472	4216	4960
Huéspedes cabañas A T alta	2.340,00	2.925,00	3.510,00	4.095,00	4.680,00
Huéspedes cabañas A T baja	2678,4	3682,8	4687,2	5691,6	6696
Huéspedes cabañas A T alta	3.159,00	3.948,75	4.738,50	5.528,25	6.318,00
TOTAL HUESPEDES	10.161,40	13.284,55	16.407,70	19.530,85	22.654,00

Precio unitario	1,64	1,67	1,71	1,75	1,78
Total amenities	16.615,92	22.200,80	28.023,37	34.091,39	40.412,84

Tabla 22 Costos variables totales de amenities

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Insumos de tour y talleres (total por huéspedes)	2026	2027	2028	2029	2030
Guantes jardinería	\$20.769,90	\$27.751,00	\$35.029,21	\$42.614,24	\$50.516,05
Semillas	\$2.596,24	\$3.468,87	\$4.378,65	\$5.326,78	\$6.314,51
Material informativo	\$5.192,48	\$6.937,75	\$8.757,30	\$10.653,56	\$12.629,01
Materiales de compostaje	\$5.192,48	\$6.937,75	\$8.757,30	\$10.653,56	\$12.629,01
Total	\$33.751,09	\$45.095,37	\$56.922,47	\$69.248,14	\$82.088,58

Tabla 23 Costos variables totales de insumos de tour y talleres

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Insumos de limpieza y desinfección	2026	2027	2028	2029	2030
Detergentes	3.524,37	4.708,32	5.943,85	7.230,25	8.571,61
Limpiador de vidrio	2.883,57	3.852,27	4.863,15	5.915,66	7.013,13
Desinfectante baños	3.844,76	5.136,35	6.484,20	7.887,55	9.350,84
Espojas y paños de microfibra	1.601,99	2.140,15	2.701,75	3.286,48	3.896,18
Bolsas de basura	800,99	1.070,07	1.350,87	1.643,24	1.948,09
Total insumos de limpieza	\$12.655,68	\$16.907,17	\$21.343,81	\$25.963,17	\$30.779,86

Tabla 24 Costos variables totales de insumos de limpieza cabañas

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

En relación a los sueldos del personal, estos consideran el organigrama diseñado en el capítulo respectivo del presente trabajo. No obstante, se ha considerado que a medida que el proyecto aumenta la demanda requiere de más personal, específicamente: A partir del año 2028 se tendrán 3 recepcionistas en lugar de dos, algo similar ocurrida con el personal de limpieza. Para el cálculo de este gasto se han considerado todos los beneficios que impone la ley ecuatoriana, como décimo tercer y cuarto sueldo, vacaciones, fondos de reserva y el aporte patronal (12.15%). A continuación, se muestra para el cálculo de los sueldos del año 2026, y los totales operativos y administrativos para los años siguientes se han proyectado con un crecimiento de los sueldos del 2.17% (que fue el incremento del salario básico entre 2024 y 2025), así como el número de empleados mencionados.

Área	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte patronal 12.15%	Totales mensual	N.	Total anual
Administración									
Gerente general	\$1.226,09	\$102,17	\$40,02	\$102,17	\$51,09	\$148,97	\$1.670,51	1	\$20.046,11
Gerente de operaciones	\$1.021,74	\$85,14	\$40,02	\$85,14	\$42,57	\$124,14	\$1.398,76	1	\$16.785,13
Director comercial	\$817,39	\$68,12	\$40,02	\$68,12	\$34,06	\$99,31	\$1.127,01	1	\$13.524,15
Recepcionista	\$480,22	\$40,02	\$40,02	\$40,02	\$20,01	\$58,35	\$678,63	2	\$16.287,05
Vendedor	\$715,22	\$59,60	\$40,02	\$40,02	\$29,80	\$86,90	\$971,55	1	\$11.658,66
Asistente contable	\$480,22	\$40,02	\$40,02	\$40,02	\$20,01	\$58,35	\$678,63	1	\$8.143,53
Total administración	\$4.740,87	\$395,07	\$240,11	\$375,49	\$197,54	\$576,02	\$6.525,09		\$86.444,63
Operaciones									
Ama de llaves	\$480,22	\$40,02	\$40,02	\$40,02	\$20,01	\$58,35	\$678,63	2	\$16.287,05
Personal de limpieza	\$480,22	\$40,02	\$40,02	\$40,02	\$20,01	\$58,35	\$678,63	2	\$16.287,05
Jefe de mantenimiento	\$613,04	\$51,09	\$40,02	\$51,09	\$25,54	\$74,48	\$855,26	1	\$10.263,17
Total personal operaciones	\$1.573,48	\$131,12	\$120,05	\$131,12	\$65,56	\$191,18	\$2.212,52		\$42.837,27
Total general	\$6.314,35	\$526,20	\$360,16	\$506,61	\$263,10	\$767,19	\$8.737,61		\$129.281,90

Tabla 25 Sueldos año 2026

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

	2026	2027	2028	2029	2030
Total sueldos administración	\$86.444,63	\$88.323,86	\$98.745,38	\$100.892,02	\$103.085,33
Total sueldos operación	\$42.837,27	\$43.768,52	\$53.221,45	\$54.378,44	\$55.560,58
Total sueldos	\$129.281,90	\$132.092,37	\$151.966,83	\$155.270,46	\$158.645,90

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Los costos y gastos administrativos, estos se han dividido en suministros de oficina, marketing, internet, telefonía celular, insumos de limpieza generales y gastos de mantenimiento. Se debe recordar que el hotel es autosustentable, por lo que, no tiene consumo de agua potable ni electricidad de las redes públicas. A continuación, se muestra el presupuesto de costos y gastos proyectado hasta el año 2030.

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Costos y gastos operativos					
Salarios personal operativo	\$42.837,27	\$43.768,52	\$53.221,45	\$54.378,44	\$55.560,58
Amenities	\$16.615,92	\$22.200,80	\$28.023,37	\$34.091,39	\$40.412,84
Insumos tour y talleres	\$33.751,09	\$45.095,37	\$56.922,47	\$69.248,14	\$82.088,58
Insumo de limpieza	\$12.655,68	\$16.907,17	\$21.343,81	\$25.963,17	\$30.779,86
Costo directo	\$105.859,96	\$127.971,86	\$159.511,10	\$183.681,13	\$208.841,85
Gastos de administración					
Salarios administración	\$86.444,63	\$88.323,86	\$98.745,38	\$100.892,02	\$103.085,33
Suministros de oficina	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00

Servicios básicos	\$1.920,00	\$1.920,00	\$1.920,00	\$1.920,00	\$1.920,00
Insumos limpieza	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00	\$2.700,00
Mantenimiento	\$48.312,15	\$48.312,15	\$48.312,15	\$48.312,15	\$48.312,15
Depreciaciones	\$69.628,75	\$69.628,75	\$69.628,75	\$69.628,75	\$69.628,75
Gastos administrativos	\$209.185,53	\$211.064,76	\$221.486,28	\$223.632,92	\$225.826,23
Gastos de ventas					
Plan de marketing	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00
Gastos ventas	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00
Gasto financiero					
Gasto interés	\$20.976,66	\$17.266,44	\$13.091,32	\$8.393,07	\$3.106,12
Costo total	\$362.282,15	\$382.563,05	\$420.348,71	\$441.967,12	\$464.034,20

Tabla 26 Presupuesto de costos y gastos proyectado 2026 - 2030

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Una vez cuantificados los costos y gastos, y con el presupuesto de ingresos, a continuación, se presente el estado de pérdidas y ganancias para el escenario más probable.

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Ingresos	\$616.170,00	\$823.274,66	\$1.039.193,69	\$1.264.214,69	\$1.498.633,66
Costo de ventas	\$105.859,96	\$127.971,86	\$159.511,10	\$183.681,13	\$208.841,85
Utilidad Bruta	\$510.310,04	\$695.302,80	\$879.682,59	\$1.080.533,56	\$1.289.791,80
Gasto de administración	209.185,53	211.064,76	221.486,28	223.632,92	225.826,23
Gasto de ventas	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00
Gasto financiero	\$20.976,66	\$17.266,44	\$13.091,32	\$8.393,07	\$3.106,12
Gastos Fideicomiso	\$28.350,00	\$28.350,00	\$28.350,00	\$28.350,00	\$30.350,00
Utilidad Operativa	\$225.537,85	\$412.361,60	\$590.494,98	\$793.897,57	\$1.004.249,46
15% Participación Trabajadores	\$33.830,68	\$61.854,24	\$88.574,25	\$119.084,64	\$150.637,42
Utilidad antes de impuestos	\$191.707,17	\$350.507,36	\$501.920,74	\$674.812,94	\$853.612,04
25% Impuesto a la Renta	\$47.926,79	\$87.626,84	\$125.480,18	\$168.703,23	\$213.403,01
Utilidad Neta	\$143.780,38	\$262.880,52	\$376.440,55	\$506.109,70	\$640.209,03

Tabla 27 Estado de pérdidas y ganancias proyectado 2026 - 2030

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Como se puede observar a priori el proyecto tiene una generación de utilidades, las cuales muestran un crecimiento a medida que transcurre el tiempo. Partiendo de este estado se proyecta el flujo de caja, el cual, considera todas las entradas y salidas reales de efectivo, por lo que, no considera a las depreciaciones, e incluye otros rubros como el capital de trabajo, la recuperación del valor de salvamente y el pago del capital del prestamos obtenido.

Concepto	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Flujo de beneficios						
Ingreso		\$616.170,00	\$823.274,66	\$1.039.193,69	\$1.264.214,69	\$1.498.633,66
Recuperación capital de trabajo						14.544,48
Valor de activos 5to año						801.829,52
Total flujo de beneficios	-	616.170,00	823.274,66	1.039.193,69	1.264.214,69	2.315.007,66
Flujo de costos y gastos						
Inversión en activo fijo	1.072.472,86					
Inversión en activo diferido	1.130,43					
Inversión en capital de trabajo	14.544,48					
Costo de ventas		105.859,96	127.971,86	159.511,10	183.681,13	208.841,85
Gasto de administración*		139.556,78	141.436,01	151.857,53	154.004,17	156.197,48
Gasto de ventas		26.260,00	26.260,00	26.260,00	26.260,00	26.260,00
Gasto financiero		\$20.976,66	\$17.266,44	\$13.091,32	\$8.393,07	\$3.106,12
Total flujo de costos y gastos	1.088.147,77	292.653,40	312.934,30	350.719,95	372.338,37	394.405,45
Flujo económico	(1.088.147,7)	323.516,60	510.340,35	688.473,74	891.876,33	1.920.602,21
Préstamo recibido						
Fideicomiso	190.103,29					
Amortización de la deuda		\$29.610,72	\$33.320,94	\$37.496,06	\$42.194,31	\$47.481,26
Pago fideicomiso						283.500,00
Pago interés fideicomiso		28.350,00	28.350,00	28.350,00	28.350,00	28.350,00
Participación trabajadores 15%		\$33.830,68	\$61.854,24	\$88.574,25	\$119.084,64	\$150.637,42
Impuesto a la renta 25%		\$47.926,79	\$87.626,84	\$125.480,18	\$168.703,23	\$213.403,01
Flujo financiero	(614.544,48)	183.798,41	299.188,33	408.573,25	533.544,14	1.197.230,53

Tabla 28 Flujo de caja proyectado 2026 - 2030

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Como se observa el flujo de caja desde la perspectiva financiera, toma en cuenta solo el capital de los accionistas, en este caso tanto el pago del préstamo y del fideicomiso se consideran como salidas de efectivo (Taborda et al., 2022). A pesar, de las salidas adicionales de efectivo, el proyecto muestra valores positivos, que serán evaluados para observar si estos compensan las inversiones realizadas.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una medida que proporciona un punto de referencia para conocer el nivel de ingresos mínimos que deben generar un proyecto para evitar pérdidas, el cual, puede ser calculado como tanto en unidades de dinero como de producción

(Balán-Hernandez et al., 2021). Para el cálculo del punto de equilibrio se requieren los ingresos totales y los costos divididos en fijos y variables. A continuación, se muestra el punto de equilibrio para el proyecto del año 2026.

Ingresos totales = 616.170 USD

Costo variable = 105.859,96 USD

Costo fijo = 256.422,19 USD

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{ventas}}}$$

$$PE = \frac{256.422,19}{1 - \frac{105.859,96}{616.170}}$$

$$PE = 309.615,03 \text{ USD}$$

Los resultados muestran que el mínimo nivel de ventas para el proyecto para que este no genere pérdidas es de 309.615,03 USD. En base al presupuesto de ventas, el proyecto excede este valor, por lo que, desde estas perspectivas se tienen ganancias desde el primer año. Por otra parte, en función de la capacidad instalada y de ocupación, las cabañas tipo A representan el 52.6% de los ingresos y del tipo B el 47.4%, y tomando en cuenta el número de cabañas y número de personas promedio por cada una, también se ha calculado el punto de equilibrio en unidades que es el número de noches mínimas que se deben alquilar y personas que visitarían las instalaciones.

Cabañas tipo A

Ingresos equilibrio = 309.615,03 * 0.526 = 162.955,28 USD

N. noches equilibrio = 162.955,28 USD / 150 USD = 1086 noches de alquiler

$$N. \text{ huéspedes equilibrio} = 1086 * 2 = 2172 \text{ huéspedes}$$

Cabañas tipo B

$$\text{Ingresos equilibrio} = 309.615,03 * 0.474 = 146.659,75 \text{ USD}$$

$$N. \text{ noches equilibrio} = 146.659,75 \text{ USD} / 300 \text{ USD} = 489 \text{ noches de alquiler}$$

$$N. \text{ huéspedes equilibrio} = 489 * 6 = 2934 \text{ huéspedes}$$

Indicadores Financieros (WACC-VAN - TIR - Período de recuperación)

Costo promedio ponderado de capital (WACC)

El costo promedio ponderado de capital es la tasa de descuento que se utiliza para actualizar los flujos de efectivo futuros a su valor presente. Esta tasa es el mínimo rendimiento que debe genera un proyecto para generar ganancias, y está compuesto por los costos de cada una de las fuentes de financiamiento, que para el presente proyecto son el rendimiento que desean ganar los accionistas, la tasa de interés del préstamo, y el rendimiento que se pagara sobre el fideicomiso.

- ✓ Rendimiento de los accionistas

$$\text{Inflación } i = 2.20\%$$

$$\text{Riesgo país } f = 11.9\% \text{ a enero de 2025}$$

$$\text{Tasa pasiva referencial} = 8.6\%$$

$$\text{Costos del dinero} = i + f + i*f + \text{tasa pasiva}$$

$$\text{Costo del dinero} = 2.20\% + 11.9\% + 2.20\% * 11.9\% + 8.6\% = 22.9\%$$

- ✓ Tasa de la deuda

$$\text{Tasa de interés corporativa Pymes} = 12.53\%$$

Tasa corporativa = 36.25% (impuesto a la renta y participación trabajadores)

Tasa deuda después de impuestos = 12.35% (1 - 36.25%) = 7.99%

✓ Tasa del fideicomiso

Las condiciones de cada fideicomiso se negocian entre los diferentes actores del mismo, no obstante, para que esta opción sea atractiva en lugar de la deuda, se tomará como referencia una tasa más baja a la del préstamo, que sería del 10%, y después de impuestos sería:

Tasa fideicomiso después de impuestos = 10% (1 - 36.25%) = 6.38%

A continuación, se muestra la tabla resumen con los pesos y costos para cada fuente de financiamiento, con el resultado del WACC.

Inversión	Capital	% participación	Costo	Promedio
Capital propio	600.000,00	55,89%	22,94%	12,82%
Fideicomiso	283.500,00	26,41%	6,38%	1,68%
Préstamo	190.103,29	17,71%	7,99%	1,41%
Total	1.073.603,29	100,00%	WACC	15,92%

Tabla 29 Estado de pérdidas y ganancias proyectado 2026 - 2030

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Valor actual neto

Con el WACC del 15.92% se procede a calcular el VAN, el cual, es el valor actual de los flujos de efectivo, y mediante este indicador se observa si se recuperó o no la inversión, y el excedente o déficit de efectivo para el proyecto (Rebollar y Posadas, 2020). A continuación, se muestran el VAN en base al flujo de caja proyectado financiero.

$$VAN = FE_0 + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^3}$$

Año	Flujo de efectivo	Factor descuento	Flujo descontado
n	FE_n	$\frac{1}{(1+r)^n}$	
0	-\$614.544,48	1,0000	-\$614.544,48
1	\$183.798,41	0,8627	\$158.558,01
2	\$299.188,33	0,7442	\$222.657,60
3	\$408.573,25	0,6420	\$262.306,61
4	\$533.544,14	0,5538	\$295.499,06
5	\$1.197.230,53	0,4778	\$572.018,36
		VAN	896.495,18

Tabla 30 Valor actual neto

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

El proyecto muestra un VAN de 896.495 USD, lo cual, indica que existe la recuperación de la inversión, y adicional en los cinco años se generó este monto adicional. Por lo que, el proyecto puede ser recomendable en su implementación.

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es el porcentaje de rentabilidad esperado de una inversión. Una TIR superior al WACC indica que un proyecto puede ser viable para su implementación (Rebollar y Posadas, 2020). El cálculo de la TIR se lo realizo con la herramienta que proporciona Excel, en función de los flujos de caja proyectados. El resultado muestra una tasa interna de retorno del 51.97%, la cual, es una tasa superior al WACC del 15.92%, por lo que, el proyecto muestra altas probabilidades de ser viable.

Periodo de recuperación

El periodo de recuperación es el tiempo en el cual la inversión inicial ha sido recuperada mediante la generación de los flujos de efectivo del proyecto. Para que un

proyecto se considere viable se espera que el periodo se encuentre por debajo del tiempo máximo u horizonte del proyecto. Para el cálculo de este periodo de recuperación ha utilizado el flujo descontado acumulado, como se muestra en la siguiente tabla:

	Año	Flujo descontado	Acumulado
	0	-\$614.544,48	(614.544,48)
	1	\$158.558,01	-455.986,47
	2	\$222.657,60	-233.328,86
	3	\$262.306,61	28.977,75
	4	\$295.499,06	324.476,82
	5	\$572.018,36	896.495,18

Tabla 31 Periodo de recuperación

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

El periodo de recuperación de la inversión se ubica entre los años donde el flujo acumulado pasa de un valor negativo a positivo. En este caso hasta el año 2 todavía se tiene -233.328,86 USD por recuperar, los cuales se recuperan en el tercer año, ya que se tiene 262.306,61, donde el número de meses se calcula de forma proporcional.

$$\text{Meses} = (233.328,86 / 262.306,61) * 12 = 10.67 \text{ meses}$$

Por lo tanto, el periodo de recuperación son 2 años y 10.67 meses, que, al ser un tiempo menor a los cinco años, hace que el proyecto muestre muy buenas posibilidades de ser viables, ya que, los accionistas recuperarían su inversión mucho antes de lo planificado.

Estados Financieros

Tanto el estado de pérdidas y ganancias, como el estado de flujos de caja proyectados presentados en los apartados previos son el resultado de los supuestos para el escenario más probable. No obstante, se pueden presentar situaciones que pueden hacer que el proyecto muestre mejores resultados (escenarios optimistas), y lo esperado no cumpla con las expectativas (escenario pesimista), para los cuales se han realizado las respectivas proyecciones y cálculos. En primer lugar, se van a presentar el estado de situación o balance

general para el escenario más probable, para luego mostrar los estados financieros para los supuestos pesimistas y optimistas.

Activo	2026	2027	2028	2029	2030
Activo corriente					
Efectivo	\$12.323,40	\$16.465,49	\$20.783,87	\$25.284,29	\$29.972,67
Cuentas por cobrar	\$50.644,11	\$67.666,41	\$85.413,18	\$103.908,06	\$123.175,37
Inventarios	\$2.900,27	\$3.506,08	\$4.370,17	\$5.032,36	\$5.721,69
Otros activos corrientes	\$130.981,86	\$262.086,62	\$387.442,37	\$522.875,05	\$373.044,85
Total activo corriente	\$196.849,64	\$349.724,60	\$498.009,59	\$657.099,76	\$531.914,59
Activo no corriente					
Propiedad planta y equipo	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86
Depreciación acumulada	\$69.628,75	\$139.257,51	\$208.886,26	\$278.515,01	\$348.143,76
Activos intangibles	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43
Total activo no corriente	\$1.003.974,53	\$934.345,78	\$864.717,03	\$795.088,28	\$725.459,52
Total activo	\$1.200.824,18	\$1.284.070,38	\$1.362.726,62	\$1.452.188,04	\$1.257.374,11
Pasivo					
Pasivo corriente					
Proveedores	\$13.051,23	\$10.518,23	\$13.110,50	\$15.097,08	\$17.165,08
Pasivo no corriente					
Préstamo bancario	\$160.492,57	\$127.171,63	\$89.675,57	\$47.481,26	\$0,00
Fideicomiso	\$283.500,00	\$283.500,00	\$283.500,00	\$283.500,00	0
Total pasivos	\$457.043,80	\$421.189,86	\$386.286,07	\$346.078,34	\$17.165,08
Patrimonio					
Capital social	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00
Utilidad del ejercicio	\$143.780,38	\$262.880,52	\$376.440,55	\$506.109,70	\$640.209,03
Total patrimonio	\$743.780,38	\$862.880,52	\$976.440,55	\$1.106.109,70	\$1.240.209,03
Total pasivo y patrimonio	\$1.200.824,18	\$1.284.070,38	\$1.362.726,62	\$1.452.188,04	\$1.257.374,11

Tabla 32 Balance general escenario más probable

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Escenario pesimista

Para el escenario pesimista, se asume que la capacidad de ocupación de las cabañas será de un 10% menor al esperado, por lo que, se iniciaría con un 40% en temporada alta y un 10% en temporada baja, llegando luego de 5 años a un 90% y 40% de ocupación respectivamente. A continuación, se presentan los estados financieros para este escenario.

Activo	2026	2027	2028	2029	2030
Activo corriente					
Efectivo	\$8.162,40	\$12.212,95	\$16.437,78	\$20.842,58	\$25.433,24

Cuentas por cobrar	\$33.544,11	\$50.190,21	\$67.552,50	\$85.654,45	\$104.520,18
Inventarios	\$2.317,22	\$2.910,31	\$3.761,18	\$4.410,09	\$5.085,73
Otros activos corrientes	\$31.137,26	\$160.936,86	\$284.069,77	\$417.225,74	\$265.071,26
Total activo corriente	\$75.160,98	\$226.250,33	\$371.821,23	\$528.132,86	\$400.110,41
Activo no corriente					
Propiedad planta y equipo	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86
Depreciación acumulada	\$69.628,75	\$139.257,51	\$208.886,26	\$278.515,01	\$348.143,76
Activos intangibles	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43
Total activo no corriente	\$1.003.974,53	\$934.345,78	\$864.717,03	\$795.088,28	\$725.459,52
Total activo	\$1.079.135,52	\$1.160.596,11	\$1.236.538,26	\$1.323.221,14	\$1.125.569,94
Pasivo					
Pasivo corriente					
Proveedores	\$10.427,48	\$8.730,93	\$11.283,53	\$13.230,26	\$15.257,20
Pasivo no corriente					
Préstamo bancario	\$160.492,57	\$127.171,63	\$89.675,57	\$47.481,26	\$0,00
Fideicomiso	\$283.500,00	\$283.500,00	\$283.500,00	\$283.500,00	0
Total pasivos	\$454.420,05	\$419.402,55	\$384.459,10	\$344.211,52	\$15.257,20
Patrimonio					
Capital social	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00
Utilidad del ejercicio	\$24.715,47	\$141.193,55	\$252.079,16	\$379.009,61	\$510.312,74
Total patrimonio	\$624.715,47	\$741.193,55	\$852.079,16	\$979.009,61	\$1.110.312,74
Total pasivo y patrimonio	\$1.079.135,52	\$1.160.596,11	\$1.236.538,26	\$1.323.221,14	\$1.125.569,94

Tabla 33 Balance general escenario pesimista

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Ingresos	\$408.120,00	\$610.647,56	\$821.888,79	\$1.042.129,09	\$1.271.662,17
Costo de ventas	\$84.578,45	\$106.226,28	\$137.282,90	\$160.968,22	\$185.629,25
Utilidad Bruta	\$323.541,55	\$504.421,28	\$684.605,89	\$881.160,87	\$1.086.032,91
Gasto de administración	209.185,53	211.064,76	221.486,28	223.632,92	225.826,23
Gasto de ventas	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00
Gasto financiero	\$20.976,66	\$17.266,44	\$13.091,32	\$8.393,07	\$3.106,12
Gastos Fideicomiso	\$28.350,00	\$28.350,00	\$28.350,00	\$28.350,00	\$30.350,00
Utilidad Operativa	\$38.769,36	\$221.480,08	\$395.418,29	\$594.524,88	\$800.490,57
15% Participación Trabajadores	\$5.815,40	\$33.222,01	\$59.312,74	\$89.178,73	\$120.073,59
Utilidad antes de impuestos	\$32.953,96	\$188.258,07	\$336.105,54	\$505.346,15	\$680.416,98
25% Impuesto a la Renta	\$8.238,49	\$47.064,52	\$84.026,39	\$126.336,54	\$170.104,25
Utilidad Neta	\$24.715,47	\$141.193,55	\$252.079,16	\$379.009,61	\$510.312,74

Tabla 34 Estado de pérdidas y ganancias escenario pesimista

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Concepto	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Flujo de beneficios						
Ingreso		\$408.120,0	\$610.647,5	\$821.888,79	\$1.042.129,0	\$1.271.662,17
Recuperación capital de trabajo						14.083,35
Valor de activos 5to año						801.829,52
Total flujo de beneficios	-	408.120,00	610.647,56	821.888,79	1.042.129,09	2.087.575,04
Flujo de costos y gastos						
Inversión en activo fijo	1.072.472,86					
Inversión en activo diferido	1.130,43					
Inversión en capital de trabajo	14.083,35					
Costo de ventas		84.578,45	106.226,28	137.282,90	160.968,22	185.629,25
Gasto de administración*		139.556,78	141.436,01	151.857,53	154.004,17	156.197,48
Gasto de ventas		26.260,00	26.260,00	26.260,00	26.260,00	26.260,00
Gasto financiero		\$20.976,66	\$17.266,44	\$13.091,32	\$8.393,07	\$3.106,12
Total flujo de costos y gastos	1.087.686,6	271.371,88	291.188,72	328.491,75	349.625,46	371.192,85
Flujo económico	-1.087.686,6	136.748,12	319.458,84	493.397,04	692.503,63	1.716.382,20
Préstamo recibido	190.103,29					
Fideicomiso	283.500,00					
Amortización de la deuda		\$29.610,72	\$33.320,94	\$37.496,06	\$42.194,31	\$47.481,26
Pago fideicomiso						283.500,00
Pago interés fideicomiso		28.350,00	28.350,00	28.350,00	28.350,00	28.350,00
Participación trabajadores 15%		\$5.815,40	\$33.222,01	\$59.312,74	\$89.178,73	\$120.073,59
Impuesto a la renta 25%		\$8.238,49	\$47.064,52	\$84.026,39	\$126.336,54	\$170.104,25
Flujo financiero	-614.083,35	64.733,50	177.501,36	284.211,86	406.444,05	1.066.873,11

Tabla 35 Flujo de caja proyectado escenario pesimista

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Escenario optimista

Para el escenario optimista en cambio, se asume que la capacidad de ocupación de las cabañas será de un 10% mayor al esperado, por lo que, se iniciaría con un 60% en temporada alta y un 30% en temporada baja, llegando luego de 5 años (o 100% (pero ya en el año cuatro se lograría un 97.5% de ocupación), y un 60% de ocupación respectivamente. A continuación, se presentan los estados financieros para este escenario.

Activo	2026	2027	2028	2029	2030
Activo corriente					
Efectivo	\$16.484,40	\$20.718,04	\$24.851,35	\$29.726,01	\$33.057,00
Cuentas por cobrar	\$67.744,11	\$85.142,61	\$102.128,82	\$122.161,67	\$135.850,68
Inventarios	\$3.483,22	\$4.101,96	\$4.940,10	\$5.654,75	\$6.153,82
Otros activos corrientes	\$230.828,65	\$363.233,98	\$484.188,07	\$628.521,85	\$446.407,37
Total activo corriente	\$318.540,37	\$473.196,59	\$616.108,33	\$786.064,28	\$621.468,87

Activo no corriente					
Propiedad planta y equipo	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86	\$1.072.472,86
Depreciación acumulada	\$69.628,75	\$139.257,51	\$208.886,26	\$278.515,01	\$348.143,76
Activos intangibles	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43	\$1.130,43
Total activo no corriente	\$1.003.974,53	\$934.345,78	\$864.717,03	\$795.088,28	\$725.459,52
Total activo	\$1.322.514,91	\$1.407.542,37	\$1.480.825,36	\$1.581.152,55	\$1.346.928,39
Pasivo					
Pasivo corriente					
Proveedores	\$15.674,48	\$12.305,88	\$14.820,31	\$16.964,25	\$18.461,45
Pasivo no corriente					
Préstamo bancario	\$160.492,57	\$127.171,63	\$89.675,57	\$47.481,26	\$0,00
Fideicomiso	\$283.500,00	\$283.500,00	\$283.500,00	\$283.500,00	0
Total pasivos	\$459.667,05	\$422.977,51	\$387.995,88	\$347.945,51	\$18.461,45
Patrimonio					
Capital social	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00	\$600.000,00
Utilidad del ejercicio	\$262.847,86	\$384.564,86	\$492.829,48	\$633.207,05	\$728.466,94
Total, patrimonio	\$862.847,86	\$984.564,86	\$1.092.829,48	\$1.233.207,05	\$1.328.466,94
Total pasivo y patrimonio	\$1.322.514,91	\$1.407.542,37	\$1.480.825,36	\$1.581.152,55	\$1.346.928,39

Tabla 36 Balance general escenario optimista

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Ingresos	\$824.220,00	\$1.035.901,76	\$1.242.567,26	\$1.486.300,30	\$1.652.849,90
Costo de ventas	\$127.137,44	\$149.721,57	\$180.313,81	\$206.398,35	\$224.614,31
Utilidad Bruta	\$697.082,56	\$886.180,19	\$1.062.253,45	\$1.279.901,94	\$1.428.235,59
Gasto de administración	209.185,53	211.064,76	221.486,28	223.632,92	225.826,23
Gasto de ventas	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00	\$26.260,00
Gasto financiero	\$20.976,66	\$17.266,44	\$13.091,32	\$8.393,07	\$3.106,12
Gastos Fideicomiso	\$28.350,00	\$28.350,00	\$28.350,00	\$28.350,00	\$30.350,00
Utilidad Operativa	\$412.310,37	\$603.238,99	\$773.065,85	\$993.265,95	\$1.142.693,24
15% Participación Trabajadores	\$61.846,56	\$90.485,85	\$115.959,88	\$148.989,89	\$171.403,99
Utilidad antes de impuestos	\$350.463,82	\$512.753,14	\$657.105,97	\$844.276,06	\$971.289,25
25% Impuesto a la Renta	\$87.615,95	\$128.188,29	\$164.276,49	\$211.069,02	\$242.822,31
Utilidad Neta	\$262.847,86	\$384.564,86	\$492.829,48	\$633.207,05	\$728.466,94

Tabla 37 Estado de pérdidas y ganancias escenario optimista

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Concepto	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Flujo de beneficios						
Ingreso		\$824.220,00	\$1.035.901,76	\$1.242.567,26	\$1.486.300,30	\$1.652.849,90
Recuperación capital de trabajo						15.005,60
Valor de activos 5to año						801.829,52
Total flujo de beneficios	-	824.220,00	1.035.901,76	1.242.567,26	1.486.300,30	2.469.685,03

Flujo de costos y gastos						
Inversión en activo fijo	1.072.472,86					
Inversión en activo diferido	1.130,43					
Inversión en capital de trabajo	15.005,60					
Costo de ventas		127.137,44	149.721,57	180.313,81	206.398,35	224.614,31
Gasto de administración*		139.556,78	141.436,01	151.857,53	154.004,17	156.197,48
Gasto de ventas		26.260,00	26.260,00	26.260,00	26.260,00	26.260,00
Gasto financiero		\$20.976,66	\$17.266,44	\$13.091,32	\$8.393,07	\$3.106,12
Total flujo de costos y gastos	1.088.608,89	313.930,88	334.684,01	371.522,66	395.055,59	410.177,91
Flujo económico	(1.088.608,89)	510.289,12	701.217,75	871.044,60	1.091.244,71	2.059.507,12
Préstamo recibido						
	190.103,29					
Fideicomiso						
	283.500,00					
Amortización de la deuda		\$29.610,72	\$33.320,94	\$37.496,06	\$42.194,31	\$47.481,26
Pago fideicomiso						283.500,00
Pago interés fideicomiso		28.350,00	28.350,00	28.350,00	28.350,00	28.350,00
Participación trabajadores 15%		\$61.846,56	\$90.485,85	\$115.959,88	\$148.989,89	\$171.403,99
Impuesto a la renta 25%		\$87.615,95	\$128.188,29	\$164.276,49	\$211.069,02	\$242.822,31
Flujo financiero	(615.005,60)	302.865,90	420.872,67	524.962,17	660.641,49	1.285.949,56

Tabla 38 Flujo de caja proyectado escenario optimista

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Análisis de indicadores de los tres escenarios

En función de los tres escenarios (más probable, pesimista y optimista), se ha hecho una tabla comparativa para determinar el desempeño del proyecto ante los cambios que se pueden presentar en el entorno. Se debe mencionar que el WACC para los tres escenarios es el mismo, este solo depende de las fuentes de financiamiento y sus rendimientos.

	Pesimista	Mas probable	Optimista
VAN	\$526.493,20	\$896.495,18	\$1.276.811,41
TIR	36,7%	52,0%	68,4%
PRI	3,96	2,89	2,12

Tabla 39 Flujo de caja proyectado escenario optimista

Nota. Elaborado por los autores del presente estudio

Como se puede observar en el escenario pesimista el VAN baja, y la TIR se reduce a 36.7%, a pesar de esta caída, el proyecto sigue siendo viable, ya que, el hay una recuperación de la inversión y se ha superado el rendimiento por arriba del WACC (15.92%), de igual manera la inversión aún se recupera antes de los 5 años. En el caso del escenario optimista los

resultados son más atractivos con una TIR del 68.4%, y un VAN de 1.276.811,41, recuperándose la inversión incluso en menor tiempo.

CONCLUSIONES

- ✓ Viabilidad y rentabilidad: El Tiny House Eco Hotel es un modelo de negocio sostenible y rentable, con un VAN de 896.495 USD y un periodo de recuperación de 2.10 años.
- ✓ Creciente demanda de turismo sostenible: El interés por alojamientos ecológicos y experiencias responsables respalda la viabilidad del proyecto.
- ✓ Impacto positivo: El hotel reducirá el impacto ambiental con energías renovables y generará empleo local, beneficiando tanto a la comunidad como al medioambiente.
- ✓ Es un proyecto único en el país que representa el impacto de un turismo consciente y limpio que respeta y preserva la naturaleza.

RECOMENDACIONES

- ✓ Fortalecer el marketing digital para atraer clientes a través de redes sociales, influencers y plataformas especializadas.
- ✓ Diversificar los servicios con experiencias ecológicas como tours y talleres para aumentar el valor agregado.
- ✓ Explorar financiamiento sostenible para optimizar costos y evaluar la expansión a mercados como Costa Rica.

BIBLIOGRAFÍA

- Booking. (2022). *Booking.com revela las tendencias que darán forma a los viajes sostenibles en 2022, y cómo está ayudando a los alojamientos a impulsar este cambio en la industria.* <https://news.booking.com/es/bookingcom-revela-las-tendencias-que-daran-forma-a-los-viajes-sostenibles-en-2022-y-como-esta-ayudando-a-los-alojamientos-a-impulsar-este-cambio-en-la-industria/>
- Booking. (2024). *Arenal Oasis Eco Lodge & Wildlife Refuge.* <https://www.booking.com/hotel/cr/arenal-oasis-eco-lodge-amp-wildlife-refuge.es.html?aid=311839&label=arenal-oasis-eco-lodge-amp-wildlife-refuge-su0v%2AJqfgGEh3LOFFRP02wS388339882975%3Apl%3Ata%3Ap1%3Ap21.093.000%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atikwd-54447845620%3AI>
- Booking. (2024). *Glamping Hosteria Las Orquideas.* <https://www.booking.com/hotel/ec/glamping-hosteria-las-orquideas.es-mx.html?aid=356980&label=gog235jc-1FCAsoQUIfZ2xhbXBpbmctaG9zdGVyaWEtbGFzLW9ycXVpZGVhc0gKWANoQYgBAZgBUrgBF8gBDNgBAegBAfgBDIgcAagCA7gChMr6uwbAAgHSAiQ2MjNkOGM4Yy01ODVhLTQ1YWQtYTdhNy00NjA0ZTN>
- Costa Rica Tourism Board. (2024). *Atractivos turísticos en Guanacaste.* <https://es.visitcostarica.com/where-to-go/guanacaste/tourist-attractions-10-in-guanacaste>
- Delgado, M. (2023). *San Carlos es el cantón con mayor actividad económica por hoteles: 31.217 millones en 2020.* <https://sancarlosdigital.com/san-carlos-es-el-canton-con-mayor-actividad-economica-por-hoteles-31-217-millones-en-2020/>
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (2024). Informe Analítico Trimestral QuitoCifras. https://quitoturismo.gob.ec/descargas/2024/Informe_Analitico_Trimestral_QuitoCifras_2024_0520_final.pdf
- Fierro, A. (2022). Fuentes de financiación: factores de análisis en la toma de decisiones. *Administración y Desarrollo*, 52(1), 35–54. <https://doi.org/10.22431/25005227.vol52n1.3>
- GAD Baños de Agua Santa. (2021). *Ordenanza que establece la tasa administrativa, regula y controla la obtención de la licencia única anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos en el cantón baños de agua santa.* https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/ORDENANZAS/2021/12.pdf?utm_source
- GAD Municipal del cantón de Baños de Agua Santa. (2023). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL.*

https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/ORDENANZAS/2022/PDOT_BANOS_DE_A_GUA_SANTA_2019-2023-signed.pdf

GAD Parroquial de Mindo. (2024). *Atractivos Turísticos*. <https://mindogob.ec/atractivos-turisticos/>

GAD Parroquial de Mindo. (2024). *Turismo*. <https://mindogob.ec/>

Garza, J. (2020). *La Fortuna es el destino turístico más desarrollado de Costa Rica*.

<https://www.larepublica.net/noticia/la-fortuna-es-el-destino-turistico-mas-desarrollado-de-costa-rica>

Gifford, J., & Cheer, J. (2023). *The urgency for more sustainable tourism futures*. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/stories/2023/09/the-urgency-for-more-sustainable->

Global Ratings (2023). *FIDEICOMISO GM HOTEL*.

<http://www.globalratings.com.ec/site1/Adjuntos/105-2023-RESUMEN-GM%20HOTEL-TIT-ABR.pdf>

González, G., Ormazábal, J., & Santana, S. (2021). *Clúster turístico en la Región de Los Lagos*.

Obtenido de <https://repositorio.unab.cl/items/9331c03d-ca33-4066-af11-45744d527127>

Government of Canada. (24 de Julio de 2024). *Government of Canada*.

https://www.tradecommissioner.gc.ca/costa-rica/market-reports-etudes-de-marches/0007615.aspx?lang=eng&utm_source=

Hosteltur. (2024). Hosteltur. <https://www.hosteltur.com/hoteles-y-alojamientos>

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). *Costa Rica ratifica liderazgo mundial en turismo*

sostenible con obtención de premio GSTC. https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas/1718-costa-rica-ratifica-liderazgo-mundial-en-turismo-sostenible-con-obtenci%C3%B3n-de-premio-gstc.html?fbclid=IwAR2bamS0ZCy5c6jP2980s_3IW-HB6H7ZnQx2hkrUqusc30ounM8fUcJXrH8

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). *Nueva marca “Guanacaste aeropuerto” impulsa el*

turismo en el mercado internacional. <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas/1962-nueva-marca-guanacaste-aeropuerto-impulsa-el-turismo-en-el-mercado-internacional.html>

Instituto Costarricense de Turismo. (2022). *PLAN NACIONAL DE TURISMO DE COSTA RICA 2022 - 2027*.

https://tourismanalytics.com/uploads/1/2/0/4/120443739/costa_rica_plan_nacional_de_turismo_2022_-_2027

InterAmerican Investment Corporation (2020). *“Fighting Food Waste in the Tourism Sector. Challenges and Opportunities for Latin America, the Caribbean, and Beyond”*.

<https://idbinvest.org/en/publications/fighting-food-waste-tourism-sector-challenges-and-opportunities-latin-america>

- LEANpio. (2022). *Turismo sostenible y reciclaje en hoteles*.
<https://www.leanpio.com/es/blog/reciclaje-en-hoteles>
- MÍchalis, B. (2024). *La automatización hotelera es la próxima gran novedad en el sector hotelero*.
<https://www.canarytechnologies.com/es/post/hotel-automation-benefits>
- Ministerio de Turismo. (2021). *El Ministerio de Turismo presentó su Plan de Turismo 2024*.
<https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-presento-su-plan-de-turismo-2024>
- Ministerio de Turismo. (2011). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS*.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2021). *Baños, un carismático y tranquilo lugar al pie de un volcán*.
<https://www.turismo.gob.ec/banos-un-carismatico-y-tranquilo-lugar-al-pie-de-un-volcan/>
- Ministerio de Turismo. (2021). *Baños, un carismático y tranquilo lugar al pie de un volcán*.
<https://www.turismo.gob.ec/banos-un-carismatico-y-tranquilo-lugar-al-pie-de-un-volcan/>
- Ministerio de Turismo. (2023). *2022: Un año récord en ingresos por gasto turístico en feriados*.
<https://www.turismo.gob.ec/2022-un-ano-record-en-ingresos-por-gasto-turistico-en-feriados/#:~:text=Seg%C3%BAn%20Geovanny%20Romo%2C%20vicepresidente%20de,pa%C3%ADs%E2%80%9D%2C%20remarc%C3%B3%20el%20funcionario.>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Implementar proyectos turísticos*.
<https://www.turismo.gob.ec/creditos-para-repotenciar-e-implementar-proyectos-turisticos/>
- Moreno Rentería, K. J., & Álvarez Sánchez, I. N. (2022). Las prácticas sustentables y su efecto en el sector hotelero. *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS*, n. 27, pp. 57-68.
- Nayara Springs. (s.f.). Esta es nuestra historia. <https://nayasprings.com/about/>
- Nayaras Prings. (2024). *Villa De Los Manantiales*. <https://nayasprings.com/>
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., & Hernández, N. (2020). *Estrategias comunicacionales en el sector turismo*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384407>
- Nuñez, M. (2023). *Elevado precio de casas en costa rica responde a una suma de causas*.
<https://semanariouniversidad.com/pais/elevado-precio-de-casas-en-costa-rica-responde-a-una-suma-de-causas/>
- Organización Meteorológica Mundial (2024). *El año 2024 va camino de ser el más cálido jamás registrado*. <https://wmo.int/es/news/media-centre/el-ano-2024-va-camino-de-ser-el-mas-calido-jamas-registrado-en-un-momento-en-que-el-calentamiento>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (s.f) *La Ganadería y el Medio Ambiente*. <https://www.fao.org/livestock-environment/es>

- Padilla, M. (2020). *Conciencia y visibilidad retos a las prácticas de gestión o principios del turismo sostenible*.
https://revistas.uazuay.edu.ec/html/revistas/UVERDAD/076/articulo03/uazuay.conciencia_y_visibilidad_retos_a_las_practicas_de_gestion_o_principios_del_turismo.html
- Pinargote, K., Blázquez, J., & Martínez, M. (2022). *Preferencias de consumo y sostenibilidad turística en Ecuador desde la postpandemia*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890692>
- Primicias. (2024). Primicias. <https://www.primicias.ec/ciencia-tecnologia/paneles-solares-energia-fotovoltaica-cortes-luz-ecuador-81078/>
- Quezada, R. (2021). Los fideicomisos de inversión: análisis jurídico de su utilidad y seguridad [Universidad Central del Ecuador].
<https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/46a618e9-53b0-4ae6-8e41-cbb57d415ffb>
- Rebollar, S., & Posadas, R. R. (2020). Aportes a Indicadores De Evaluación Privada De Proyectos De Inversión. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 46, 444-461.
- Santander. (2022). 5 fuerzas de Porter: cuáles son y para qué sirven.
<https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter.html>
- Suarez, T. (2020). *ANÁLISIS DE LAS HABILIDADES BLANDAS ENCONTRADAS EN RESEÑAS*.
<https://revistas.poligran.edu.co/index.php/encuentros/article/download/2648/2610>
- Swissinfo. (2021). *Costa Rica alcanza en 2021 el 99,98 % de generación eléctrica renovable*
https://www.swissinfo.ch/spa/costa-rica-alcanza-en-2021-el-99-98-de-generaci%C3%B3n-el%C3%A9ctrica-renovable/47199372?utm_source=
- Taborda, G., Castaño, B., Durán, J., Conto, R., & Reyes, E. (2022). Propuesta de modelo de analítica para flujo de caja en mipymes en Colombia. *Revista CEA*, 10.
<https://doi.org/10.22430/24223182.2607>
- Travel And Tour World. (2024). Costa Rica impulsa su presencia mundial con un fuerte crecimiento en turismo y mercados de exportación.
<https://www.travelandtourworld.es/noticias/art%C3%ADculo/costa-rica-boosts-its-worldwide-reach-with-strong-growth-in-tourism-and-export-markets/>
- Tapia, E. (2024). *El FMI mejora la proyección de crecimiento de Ecuador para 2024 y 2025*. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/economia/fmi-proyeccion-crecimiento-pib-ecuador-mejora-81677>
- Triana, J., Benitez, M., & Castillo, M. (2024). Finca Hotel Campestre Ecovida.
<https://repository.universidadean.edu.co/items/310ebde6-1083-4130-940c-f69baca460af>

Villalobos, J. (2024). El Modelo de Negocio - Lecturas para Arquitectos de Negocio.

https://www.researchgate.net/publication/336591961_El_Modelo_de_Negocio_-_Lecturas_para_Arquitectos_de_Negocio

Villaorduña , E. (2021). Gestión de calidad con el uso del Benchmarking y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de alojamiento para estancias cortas (Hoteles) en la ciudad de Huaraz, 2018. Obtenido de

<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22492>

VillasBossano. (2024). Suites & Villas Privadas en el Corazón de Baños de Agua Santa.

<https://www.villasbossano.com/>

Vistazo . (2021). *Sector textil busca ganar terreno frente a las nuevas tendencias del mercado.*

<https://www.vistazo.com/portafolio/sector-textil-ecuatoriano-tendencias-mercado-NX7365285>

Washesky, A. (2018). *The disconnect between consumers and food student farm at penn State.*

<https://www.studentfarm.psu.edu/2018/05/02/the-disconnect-between-consumers-and-food/>

Zarta, J. (2018). Turismo sostenible: Retos y oportunidades. *Revista de Economía Ambiental*, 12(4), 411-413

ANEXOS

Anexo 1

PESTEL Colombia

■ Muy positivo
 ■ Positivo
 ■ Negativo
 ■ Muy negativo

Aspecto	Variable	Impacto	Amenaza	Oportunidad	
Político – Legal	Políticas de sostenibilidad y ecoturismo: Colombia cuenta con políticas para promover el turismo sostenible, incluyendo la Estrategia de Crecimiento Verde. Este entorno favorece la entrada de negocios ecológicos, como el Tiny House Eco Hotel. "Ley 2068 de 2020: Sostenibilidad en el Turismo, Fomenta prácticas sostenibles en el sector turístico, promoviendo el cuidado del medio ambiente, el uso responsable de los recursos naturales, y el respeto por las comunidades locales y su cultura." ICEX España Exportación e Inversiones. (2024).				x
	Incentivos fiscales para energías renovables: Existen beneficios tributarios para proyectos sostenibles que incluyen exenciones en el IVA y descuentos en el impuesto de renta, lo que puede reducir los costos de inversión inicial. Minambiente, Gov.Co (2022, July 5).				x

Político – Legal

<p>República Dominicana ratificó el Acuerdo de París de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) en septiembre de 2017, comprometiéndose a contribuir al esfuerzo global para combatir el cambio climático. En el marco de este acuerdo, el país presentó su primera Contribución Nacional Determinada (NDC), en la que establece sus metas y acciones para mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero. El objetivo de mitigación más destacado en esta NDC es la reducción del 25% de las emisiones de gases de efecto invernadero respecto al año base para 2030 (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2019).</p>				X
<p>La Ley 64-00 de Medio Ambiente y Recursos Naturales, promulgada en la República Dominicana, tiene como propósito fundamental establecer un marco normativo para la conservación, protección, mejora y restauración del medio ambiente y los recursos naturales en el país (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2019). Lo que busca asegurar el uso sostenible de los recursos naturales, garantizando que las actividades humanas no comprometan la capacidad de los ecosistemas para sostenerse y regenerarse. A través de esta ley, se definen los estándares y principios para la gestión ambiental, estableciendo herramientas legales para la planificación del territorio, la gestión de residuos, el control de la contaminación y la preservación de la biodiversidad.</p>				X
<p>El marco legal del turismo en la República Dominicana ha experimentado una evolución significativa a lo largo de los años, adaptándose a las necesidades de un sector en constante crecimiento. Es así que un hito clave en esta evolución fue la promulgación de la Ley No. 158-01 en 2001, cuyo objetivo principal fue establecer incentivos para el desarrollo del turismo en el país (Nieves Díez, 2023). Esta legislación introdujo una serie de beneficios fiscales y exenciones impositivas a las inversiones turísticas. La Ley No. 158-01 fue una herramienta clave para superar barreras de entrada en el sector y promover el desarrollo sostenible del turismo en el país.</p>				X
<p>La Ley de Hidrocarburos No. 112-00 de República Dominicana desde el 2005, regula el sector de los hidrocarburos en el país y establece diversas disposiciones para fomentar el uso eficiente y sostenible de los recursos energéticos. En particular, uno de los aspectos más relevantes de esta ley es la creación de un fondo del diferencial impositivo a los combustibles fósiles (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2019). El propósito de este fondo es doble: primero, fomentar la transición hacia fuentes de energía más limpias y renovables como la solar, eólica, hidráulica, entre otras. Y segundo, incentivar la eficiencia energética en diversos sectores de la economía, reduciendo el desperdicio de energía y promoviendo tecnologías más eficientes.</p>				X
<p>El proceso de obtención de permisos y licencias puede ser engorroso y prolongado, y se suman barreras adicionales, como leyes que protegen a los distribuidores locales, problemas de impagos por parte de entidades públicas, breves plazos en procesos de licitación y desafíos relacionados con el agua, la gestión de residuos, valoraciones aduaneras, registro sanitario de productos y problemas de titularidad de terrenos, lo que puede dificultar el acceso al mercado turístico del país (Nieves Díez, 2023).</p>				X

Económico	<p>En los últimos 20 años, República Dominicana ha logrado avances significativos en su desarrollo económico y social, consolidándose como la tercera economía más dinámica de América Latina y el Caribe (ALC). Este progreso se ha reflejado en un incremento notable de su ingreso per cápita, que casi ha triplicado su valor, y en la mejora sustancial de los niveles de bienestar de su población (Zentner, et al., 2020). A través de políticas eficaces, el país ha reducido la pobreza, generado más empleos y mantenido bajos niveles de inflación, lo que ha favorecido un entorno de mayor inversión extranjera. Estos logros han contribuido a una economía más resiliente y sólida, capaz de enfrentar los retos del contexto global con mayor fortaleza.</p>					X
	<p>La actividad económica de los sectores de hoteles, bares y restaurantes experimentó un notable crecimiento del 24.0% en 2022, lo que representó una contribución significativa al Producto Interno Bruto (PIB) del país, con un aumento de 1.3 puntos porcentuales. Este crecimiento fue impulsado principalmente por el fuerte incremento en la llegada de turistas internacionales, que aumentó un 43.4% en comparación con el año anterior. En total, 7.2 millones de turistas no residentes visitaron el país, alcanzando la cifra más alta registrada en la historia (viceministro de Análisis Económico y Social [VAES], 2023). Esta actividad turística fue un factor clave en el impulso de los sectores de alojamiento, restauración y servicios relacionados, que aprovecharon el aumento del flujo de visitantes para mejorar su desempeño y su aporte al PIB.</p>					X
	<p>La rentabilidad del sistema financiero dominicano ha mostrado un desempeño positivo en los últimos años, reflejando una mejora en la eficiencia de las entidades financieras. Según los indicadores de rentabilidad, al cierre de 2022, la rentabilidad de los activos (ROA) alcanzó un valor de 2.6%, lo que representa un aumento de 0.3 puntos porcentuales con respecto al cierre de 2021 (viceministro de Análisis Económico y Social [VAES], 2023). Este incremento sugiere que las entidades financieras lograron generar mayores beneficios netos en relación con sus activos, lo cual es un signo de una gestión más efectiva de los recursos disponibles</p>					X

Social	<p>Gastronomía Sostenible: Comienza midiendo y reduciendo el desperdicio de alimentos en los hoteles, introduciendo el concepto de gastronomía sostenible, capacitando a los chefs y gerentes de hoteles sobre temas de sostenibilidad alimentaria, promoviendo la adopción de prácticas sostenibles para la compra de alimentos y la alimentación sostenible (Programa de las Naciones Unidas para el Ambiente, 2019).</p>					X
	<p>República Dominicana tiene como propósito principal establecer estándares para la conservación, protección, mejora, restauración del medio ambiente y los recursos naturales (Programa de las Naciones Unidas para el Ambiente, 2019). Además, busca garantizar el uso sostenible de estos recursos, promoviendo un equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental.</p>					X
	<p>Los hoteles miden el desperdicio de alimentos tratando de reducirlo en promedio en un 21% en un año, sugiriendo que es factible reducir un 50% en diez años, en línea con la meta 12.3 de los ODS. Los hoteles tienden a obtener una ganancia de \$7 por cada \$1 invertido en reducir el desperdicio de alimentos Fuente especificada no válida.</p>					X
Tecnológico	<p>República Dominicana se posiciona como pionera en la implementación de una innovadora herramienta que integra datos geoespaciales para la conservación de la biodiversidad, la mitigación del cambio climático y la gestión sostenible de los recursos naturales (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2021). Este avance forma parte de la segunda fase del proyecto "Mapeo de la naturaleza para las personas y el planeta", una iniciativa que busca identificar las Áreas Esenciales de Soporte a la Vida (ELSA) en el país. Al colocar la naturaleza y la biodiversidad en el centro del desarrollo sostenible, la nación reafirma su compromiso con un modelo de gestión ambiental que garantiza el bienestar de las generaciones presentes y futuras.</p>					X
	<p>El sector de la construcción está avanzando de manera significativa hacia la adopción de procesos más respetuosos con el medioambiente, integrando herramientas tecnológicas innovadoras que optimizan los recursos y reducen el impacto ambiental (Mejía, 2024). Estas tecnologías, como el uso de software para diseño sostenible, sistemas de gestión de energía y materiales ecológicos, permiten que los proyectos sean más eficientes y estén alineados con los principios del desarrollo sostenible.</p>					X
	<p>La transformación digital ha emergido como una tendencia global de gran impacto, con el potencial de generar significativas oportunidades para el desarrollo inclusivo y sostenible en la República Dominicana (OECD, 2023). A través de la innovación digital, se pueden mejorar los niveles de productividad, promover la inclusión social, mitigar los efectos del cambio climático, modernizar las instituciones públicas y elevar el bienestar general de la población, consolidando así una base sólida para el progreso integral del país.</p>					X

Fuente: Los autores (2025)

Fuentes Útiles- Ecuador

POLITICO Y LEGAL	FUENTES
<p>Regulación ambiental (Ley de Gestión Ambiental, Codificación 19).</p> <p>Incentivos para energías renovables.</p> <p>La obtención de permisos para construcción en áreas rurales puede ser compleja y costosa.</p> <p>La inestabilidad política en Ecuador puede impactar significativamente el turismo.</p>	<p>H. CONGRESO NACIONAL LA COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION. (2004). LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION (Patent N.o Codificación 19). H. CONGRESO NACIONAL. https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf</p> <ul style="list-style-type: none"> · Universidad Europea en Ecuador. (2023, November 28). EC - ¿Qué tipos de energías renovables existen y cuál es su importancia? Universidad Europea Ecuador. https://ecuador.universidadeuropea.com/blog/energias-renovables/ · Aprobación de registro de construcción en predio rural Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. (n.d.). https://www.gob.ec/gadmg/tramites/aprobacion-registro-construccion-predio-rural · Ecuador: panorama general. (n.d.). World Bank. https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview
ECONOMICO	FUENTES
<p>Crecimiento en el sector turístico.</p> <p>Inflación y costos de importación.</p> <p>Acceso a financiamiento sostenible</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Hosteltur. (n.d.). Turismo en Ecuador en 2024: un crecimiento sostenido con mirada a la sostenibilidad. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/033921_turismo-en-ecuador-en-2024-un-crecimiento-sostenido-con-mirada-a-la-sostenibilidad.html · Primicias, R. (2024, June 6). La inflación en Ecuador cerró en 2,53% en mayo de 2024. Primicias. https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-iva-precios-canasta/ · Sánchez, D. (2023, June 9). Sostenibilidad y Financiamiento Verde: Un Futuro Brillante. Banco ProCredit. https://www.bancoprocredit.com.ec/que-es-el-financiamiento-verde-y-como-puede-ayudarte/
SOCIAL	FUENTES
<p>Conciencia ambiental en los consumidores.</p> <p>Preferencia por experiencias de inmersión natural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Terán, R. a. L. (2024, January 26). ¿Los ecuatorianos son conscientes de su impacto al ambiente como consumidores? prensa.ec. https://prensa.ec/los-ecuatorianos-son-conscientes-de-su-impacto-al-ambiente-como-consumidores/ · Redacción. (2024, January 29). Ecuador, gran protagonista de FITUR 2024. El Periódico Del Turismo. https://www.elperiodicodelturismo.com/america/282-ecuador/2928-ecuador-gran-protagonista-de-fitur-2024

<p>Los millennials y la generación Z, preocupados por la sostenibilidad, son un segmento clave de viajeros que demandan hospedajes ecológicos de bajo impacto,</p>	<ul style="list-style-type: none"> La generación Z está preocupada por la sostenibilidad, y está empezando a hacer que los demás sientan lo mismo. (2024, September 10). Foro Económico Mundial. https://es.weforum.org/stories/2022/03/la-generacion-z-esta-preocupada-por-la-sostenibilidad-y-esta-empezando-a-hacer-que-los-demas-sientan-lo-mismo/
<p>TECNOLÓGICO</p>	<p>FUENTES</p>
<p>Energía renovable, El avance y la reducción de costos en tecnologías de paneles solares facilita la implementación de energías renovables. Un Tiny House Eco Hotel puede usar tecnologías para recolectar agua de lluvia y manejar basura de forma eficiente. Esto ayuda a no desperdiciar recursos, protegiendo el ambiente y ahorrando dinero. (The Nature Conservancy, n.d.). Acceso a tecnologías digitales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gp, V. (n.d.). Paneles Solares en Ecuador: Reducir Costos Energéticos en 2024. Ventas GP. https://ventasgp.com/blog/f/paneles-solares-en-ecuador-reducir-costos-energ%C3%A9ticos-en-2024 Estrategia Hídrica en Ecuador. (n.d.). The Nature Conservancy. https://www.nature.org/es-us/sobre-tnc/donde-trabajamos/tnc-en-latinoamerica/ecuador/estrategia-hidrica/ Laura Zambrano. (2024, January 29). Ecuador Lives, La plataforma web de turismo en Ecuador en un solo clic. Ecuador Lives. https://ecuadors.live/

Fuentes Útiles- Colombia

<p>POLITICO Y LEGAL</p>	<p>FUENTES</p>
<p>Políticas de sostenibilidad y ecoturismo. Incentivos fiscales para energías renovables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ICEX España Exportación e Inversiones. (2024). Turismo en Colombia 2024 [PDF]. https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/020/documentos/2024/04/anexos/OD_NS_Turismo%20en%20Colombia_2024.pdf Minambiente, Gov.Co (2022, July 5). Conozca los beneficios tributarios para empresas que ayuden a proteger el medio ambiente -. https://www.minambiente.gov.co/conozca-los-beneficios-tributarios-para-empresas-que-ayuden-a-proteger-el-medio-ambiente/

<p>Regulaciones ambientales locales: Las normativas ambientales en Colombia son estrictas y requieren permisos para el uso de energías renovables.</p> <p>Inestabilidad política y su impacto en el turismo.</p> <p>Cambio en las políticas de uso de suelo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENAMIENTO AMBIENTAL TERRITORIAL Y COORDINACIÓN DEL SINA GRUPO DE ORDENAMIENTO AMBIENTAL TERRITORIAL 2016. (s. f.). Minambiente. https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/01/Orientaciones_para_la_definicion_y_actualiza_de_las_Det_Amb.pdf • Miranda-Barros, A. V., Caballero-Granado, J. D., & Rolón-Rodríguez, B. M. (2023). Problemáticas del Turismo Colombiano. <i>Revista Investigación & Gestión</i>, 6 (2) pp. 15-23. https://doi.org/10.22463/26651408.4287 • Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI). (2016). Política para la gestión sostenible del suelo. https://www.andi.com.co/Uploads/Pol%C3%ADtica_para_la_gesti%C3%B3n_sostenible_del_suelo_FINAL.pdf
ECONOMICO	FUENTES
<p>Crecimiento en el sector turístico.</p> <p>Cambio en el valor del peso colombiano.</p> <p>Bancos y organismos internacionales ofrecen financiamiento verde para proyectos sostenibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ICEX España Exportación e Inversiones. (2024). Turismo en Colombia 2024 [PDF]. https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/020/documentos/2024/04/anexos/OD_NS_Turismo%20en%20Colombia_2024.pdf • M, J. R. (2023, June 15). ¿Por qué el peso colombiano es una moneda tan volátil? <i>Portafolio.co</i>. https://www.portafolio.co/economia/finanzas/por-que-el-peso-colombiano-es-tan-volatil-experto-responde-584387 • Departamento Nacional de Planeación. (2024). Financiamiento verde: Perspectivas para la transformación productiva en Colombia [PDF]. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/La_Entidad/Directivos/Direcciones/ambiente-y-desarrollo-sostenible/Estudios-Economicos/Financiamiento_verde_perspectivas_transformacion_productiva_Colombia.pdf

<p>Tasa de crecimiento económico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> World Bank Group. (2022, September 12). Colombia: Leading the path to Sustainability in Latin America. World Bank. https://www.worldbank.org/en/news/feature/2022/08/31/colombia-leading-the-path-to-sustainability-in-latin-america
<p>SOCIAL</p>	<p>FUENTES</p>
<p>Colombia sigue enfrentando desafíos en términos de accesibilidad a estos servicios en algunas regiones del país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Niveles de pobreza y desigualdad en Colombia siguen siendo altos, concluye estudio sectorial de la Contraloría - Revista Economía Colombiana. (2024). Economiacolombiana.co. Recuperado el 17 de noviembre de 2024, de https://www.economiacolombiana.co/economia/en-colombia-la-pobreza-y-desigualdad-siguen-siendo-altas-4667
<p>El gobierno de Colombia, bajo la administración de Gustavo Petro, ha impulsado políticas orientadas a reducir las emisiones de carbono, con un énfasis particular en el turismo sostenible como motor económico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Martínez, C. R. (2024, October 21). Colombia y su apuesta por el turismo sostenible para avanzar en la descarbonización. elDiarioAR.com. https://www.eldiarioar.com/sociedad/medio-ambiente/colombia-apuesta-turismo-sostenible-avanzar-descarbonizacion_1_11748888.html

<p>La sostenibilidad en Colombia ha pasado de ser una alternativa a una necesidad urgente para las empresas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Nota Económica. (2023). La sostenibilidad en Colombia: ya no es una alternativa, es una necesidad. https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/la-sostenibilidad-en-colombia-ya-no-es-una-alternativa-es-un-necesidad/
<p>TECNOLOGICO</p>	<p>FUENTES</p>
<p>Infraestructura tecnológica débil en zonas rurales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2024). Financiamiento verde: Perspectivas para la transformación productiva en Colombia. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/La_Entidad/Directivos/Direcciones/ambiente-y-desarrollo-sostenible/Estudios-Economicos/Financiamiento_verde_perspectivas_transformacion_productiva_Colombia.pdf
<p>En Colombia la implementación de tecnología sostenible puede llegar a tener altos costos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Corzo, G. (2024, September 13). Costos invisibles detrás de la sostenibilidad: ¿se está evaluando su verdadero impacto? Cambio Colombia. https://cambiocolombia.com/medio-ambiente/costos-ocultos-sostenibilidad
<p>Falta de proveedores locales de tecnología verde.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ccs.org.co. (2022, April 4). La revolución tecnológica de la sostenibilidad: oportunidades y desafíos - ccs.org.co. https://ccs.org.co/portfolio/la-revolucion-tecnologica-de-la-sostenibilidad-oportunidades-y-desafios/

Fuentes Útiles- Costa Rica

<p>POLITICO Y LEGAL</p>	<p>FUENTES</p>
<p>-Marco Regulatorio de Responsabilidad Social Corporativa Turística en Costa Rica: Un Enfoque Pionero y Preventivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Arias, J. (2014). <i>¿Cómo contribuye al desarrollo económico y social, por medio de la Responsabilidad Social Empresarial, el sector hotelero en la zona de Alajuela, Heredia y San José?</i>

<p>-Normas Legales para el Desarrollo de Infraestructura Hotelera en Costa Rica.</p> <p>-Certificación de Sostenibilidad Turística: Política Pública para Equilibrar Desarrollo Económico y Conservación Ambiental</p>	<p>https://repositorio.ulacit.ac.cr/bitstream/handle/20.500.14230/7792/045808.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituto Costarricense de Turismo [ICT]. (s.f.). <i>Requisitos legales técnicos y económicos para la obtención de declaratoria turística para empresas de hospedaje</i>. https://www.ict.go.cr/en/root-documentos-no-apagar/legislaci%C3%B3n-de-empresas/requisitos-declaratoria-tur%C3%ADstica/655-requisitos-legales.-t%C3%A9cnicos-y-econ%C3%B3micos-para-empresas-de-hospedaje/file.html • Molina, S. (2018). <i>Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica</i>. https://www.redalyc.org/journal/881/88165873008
SOCIO- CULTURAL	FUENTES
<p>-Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en la Sostenibilidad Social de Costa Rica"</p> <p>-El Turismo Social como Estrategia Inclusiva para el Desarrollo Comunitario en Costa Rica"</p> <p>-Desafíos Sociales en la Transición hacia la Neutralidad de Carbono en Costa Rica: Un Análisis Integral</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alianza Empresarial para el Desarrollo [AED]. (2024). <i>Costa Rica presenta Política Nacional de Responsabilidad Social</i>. https://www.aedcr.com/noticias/costa-rica-presenta-politica-nacional-de-responsabilidad-social • Instituto Costarricense de Turismo [ICT]. (2020). <i>Turismo Social con Integridad</i>. https://www.ict.go.cr/es/sostenibilidad/turismo-social-con-integridad.html • OECD (2023). <i>Costa Rica</i>. In OECD Economic Outlook, Volume 2023 Issue 2, OECD Publishing, Paris. https://doi.org/10.1787/b5071c9f-es.
ECONÓMICO	FUENTES
<p>-Recuperación Económica en Costa Rica: Crecimiento del IMAE y Fortalecimiento de Sectores Estratégicos.</p> <p>-El Turismo como Pilar Económico: Contribución al PIB y Generación de Empleo en Costa Rica</p> <p>-Crecimiento del Turismo Internacional: Impulso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • OECD (2023). <i>Costa Rica</i>. In OECD Economic Outlook, Volume 2023 Issue 2, OECD Publishing, Paris. https://doi.org/10.1787/b5071c9f-es. • Esquivel, M. (2023). <i>La reactivación del turismo: Más allá de divisas y cuartos de hotel</i>. https://incae.edu/la-reactivacion-del-turismo-mas-alla-de-divisas-y-cuartos-de-hotel/ • Forbes. (2024). <i>Conoce el crecimiento del turismo en Costa Rica y su impacto en la expansión de servicios auxiliares</i>

Económico y Consolidación de Costa Rica como Destino Global	<i>empresariales.</i> https://forbescentroamerica.com/2024/08/29/conoce-el-crecimiento-del-turismo-en-costa-rica-y-su-impacto-en-la-expansion-de-servicios-auxiliares-empresariales
TECONOLÓGICO	FUENTES
<p>-La Integración de Redes Inteligentes y el Internet de las Cosas como Motor de la Sostenibilidad Energética en Costa Rica"</p> <p>-Impresión 3D: Innovación Tecnológica para la Optimización de la Producción y el Fomento del Emprendimiento en Costa Rica"</p> <p>-Transformación Digital en Costa Rica: Impacto del Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones en la Conectividad y la Innovación Tecnológica"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Granados, V. (2023). <i>Oportunidades Tecnológicas en Costa Rica.</i> https://revista.cfia.or.cr/oportunidades-tecnologicas-en-costa-rica/ • Solano, G. (2024). <i>¿Está Costa Rica conectada?: La importancia de las TIC en el desarrollo nacional.</i> https://www.unacomunica.una.ac.cr/index.php/julio-2024/5447-esta-costa-rica-conectada-la-importancia-de-las-tic-en-el-desarrollo-nacional

Fuentes Útiles-Republica Dominicana

POLITICO Y LEGAL	FUENTES
<p>-Compromisos de República Dominicana en el Marco del Acuerdo de París: Un Enfoque hacia la Mitigación del Cambio Climático.</p> <p>-Marco Normativo para la Gestión Sostenible del Medio Ambiente y los Recursos Naturales.</p> <p>-Evolución del Marco Legal del Turismo en República Dominicana.</p> <p>-Promoviendo la Eficiencia Energética y la Transición hacia Energías Renovables.</p> <p>-Barreras Legales y Administrativas para el Desarrollo del Turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2019). <i>Hoja de ruta para un sector hotelero bajo en carbono y con un uso eficiente de los recursos en República Dominicana.</i> https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/hoja_de_ruta_republica_dominicana_1.pdf • Nieves Díez. (2023). <i>El mercado de Turismo en República Dominicana.</i> https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/106/documentos/2023/11/estudios-de-mercado/RE_El%20mercado%20de%20turismo%20en%20Republica%20Dominicana_2023.pdf
SOCIAL- CULTURAL	FUENTES

<p>- Gastronomía Sostenible en los Hoteles: Hacia un Cambio en los Hábitos Alimentarios</p> <p>- Conservación Ambiental y Uso Sostenible de los Recursos.</p> <p>-Impacto Social de la Reducción del Desperdicio Alimentario.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (2019). <i>Hoja de ruta para un sector hotelero bajo en carbono y con un uso eficiente de los recursos en República Dominicana</i>. https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/hoja_de_ruta_republica_dominicana_1.pdf
ECONOMICO	FUENTES
<p>-Avances Socioeconómicos en República Dominicana.</p> <p>- El Turismo como Motor de Crecimiento: Impacto en el PIB y Sectores Relacionados en 2022.</p> <p>-Eficiencia Financiera y Rentabilidad: Mejoras en el Desempeño del Sistema Bancario Dominicano en 2022</p>	<ul style="list-style-type: none"> Zentner, J., Vargas, F., Ochoa, E., Acevedo, M., Castillo, P., Paz, M., Ruiz, M. (2020). <i>BID economics República Dominicana: Oportunidades para un desarrollo sostenible, inclusivo y resiliente</i>. https://publications.iadb.org/es/bideconomics-republica-dominicana-oportunidades-para-un-desarrollo-sostenible-inclusivo-y-resiliente Viceministro de Análisis Económico y Social [VAES]. (2023). <i>ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO Y SOCIAL DE REPÚBLICA DOMINICANA 2022</i>. https://mepyd.gob.do/analisis-del-desempeno-economico-y-social-2022/
TECNOLOGICO	FUENTES
<p>-Integración de Datos Geoespaciales: Innovación Tecnológica para la Conservación y la Sostenibilidad Ambiental.</p> <p>-Tecnología en la Construcción: Hacia un Futuro Más Sostenible y Eficiente.</p> <p>-Transformación Digital en República Dominicana: Motor de Progreso Inclusivo y Sostenible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (2021). <i>República Dominicana desarrolla herramienta tecnológica para la conservación, restauración y uso sostenible de la biodiversidad</i>. https://www.undp.org/es/dominican-republic/noticias/republica-dominicana-desarrolla-herramienta-tecnologica-para-la-conservacion-restauracion-y-uso-sostenible-de-

	<p>la</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejía, F. (2024). <i>Construcción en el sector turístico evoluciona hacia la sostenibilidad</i>. https://forbes.do/estrategia/2024-05-03/construccion-en-el-sector-turistico-evolucion-a-hacia-la-sostenibilidad • OECD. (2023). <i>Lograr la transformación digital para un desarrollo inclusivo y sostenible en la República Dominicana</i>. https://www.oecd-ilibrary.org/development/estudio-multidimensional-de-la-republica-dominicana_bae79f53-es;jsessionid=4IyHiAwYfezPZ8n3RJNwc1up8wXoOaGv3QBGXvjX.ip-10-240-5-135
--	---

Anexo 2

Investigación de mercado y preguntas del Focus Group

Sostenibilidad y Medio Ambiente

1. ¿Es importante para ti que un hotel sea ecológico y contribuya al cuidado del medio ambiente?
2. ¿Del 1 al 10 qué tanto valoras que un hotel utilice energías renovables y reutilice agua de lluvia en sus operaciones? Siendo 10 la máxima valoración.
3. ¿Qué otros aspectos relacionados con la sostenibilidad te gustaría que se incluyeran en un hotel como este?

Experiencia del Cliente

4. ¿Por qué te resultaría atractivo alojarte en un Tiny House como parte de una experiencia única en la naturaleza?
5. ¿Cuál de estas características consideras esenciales para sentirte cómodo y querer quedarte más de tres días?
 - a) Espacio y confort ___
 - b) Menú variado ___
 - c) Nuevas experiencias y actividades ___
 - d) Enfoque ecológico ___
 - e) Servicio personalizado ___

Actividades y Aportes Personales

6. ¿Qué opinas sobre participar en actividades relacionadas con el cultivo de vegetales orgánicos durante tu estadía? ¿Te interesaría aprender técnicas que podrías aplicar en casa?
7. ¿Qué tipo de actividades o experiencias en el hotel harían que tu estadía fuera más memorable?
 - a) Avistamiento de aves ___
 - b) Tour privado por el parque Nacional Llanganates y/o cascadas icónicas ___
 - c) Cultivo de vegetales orgánicos y/o plantas endémicas de la región ___
 - d) Spa y masajes con barro ___
8. ¿Te motiva la idea de consumir alimentos frescos y orgánicos directamente cultivados en el lugar donde te hospedas?

Precio y Decisión de Compra

10. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por una noche en un hotel de estas características?
 - a) \$60-\$80
 - b) \$80-\$100
 - c) \$100-\$120
 - d) \$120- más
11. ¿Qué factores influyen más en tu decisión de hospedarte en un hotel ecológico?
 - a) Comodidad
 - b) Sostenibilidad
 - c) Ubicación
 - d) Precio

Retroalimentación General

12. ¿Qué te haría dudar de hospedarte en nuestro Tiny House Eco Hotel?

Enlaces de las entrevistas Focus Group

<https://drive.google.com/drive/folders/1Kk25DUmEiTeDSKkzhRxs8kx0bB3ijwnB?usp=sharing>

Enlace de la entrevista a los expertos

https://drive.google.com/drive/folders/1HeqL8je9Ni2xzwjaOTmZg_rRWETeWBan?usp=sharing

PLAN DE MARKETING TINY HOUSE

Objetivo General	Objetivos	Estrategia	Acciones a realizar	DURACIÓN DE LA CAMPAÑA												Responsable	Costo			
				Primer Cuatrimestre				Segundo Cuatrimestre				Tercer Cuatrimestre								
				Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic					
Diseñar e implementar estrategias innovadoras orientadas a captar un mayor número de clientes para Tiny House Ecohotel.	Objetivo específico 1: Fomentar la fidelización de clientes mediante un programa de recompensas sostenibles.	Estrategia 1: Diseño de un programa de recompensas	Crear un canal de comunicación directo mediante boletines informativos personalizados, destacando ofertas especiales y eventos exclusivos. Sugerencia: Incluye un diseño atractivo y llamada a la acción clara.	x				x					x				Director de Marketing (CMO)	\$850		
			Implementar un sistema de puntos para reservas y recomendaciones En una app integrada, con incentivos como noches gratis y experiencias exclusivas para que los huéspedes puedan seguir su progreso fácilmente.																Director de Tecnología (CTO)	\$2,500
			Enviar encuestas post-visita con incentivos para quienes las completen, como un 10% de descuento en su próxima visita. Cortas y fáciles de responder en menos de 2 minutos.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		Especialista en Marketing	\$50
		Estrategia 2: Ofrecer experiencias personalizadas	Regalo de bienvenida como una planta autóctona o un kit de jardinería con una tarjeta personalizada que explique su significado asegurándonos de que el regalo sea práctico y estético.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		Coordinador de Recepción	\$860	
			Organizar talleres de cocina local, yoga o visitas guiadas adaptadas a las temporadas.														Director de Experiencia del Cliente (CXO)	\$3,240		

		Promocionando estas actividades con fotos y testimonios previos. Ofrecer un certificado por la siembra de un árbol, mostrando la ubicación y su impacto ambiental.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Coordinador Ambiental	\$400
	Estrategia 3: Sistema de puntos verdes	Crear una libreta digital para registrar actividades eco-amigables, como reutilización de toallas o reciclaje incluyendo categorías creativas para captar la atención de los huéspedes.		x				x					x		Director de Marketing (CMO)	\$1,200
		Premiar a los huéspedes más comprometidos con experiencias únicas, como cenas privadas o recorridos personalizados. Además, documentar y compartir estos premios en redes sociales para inspirar a otros.	x												Director de Marketing (CMO)	\$600
Objetivo específico 2: Aumentar las reservas directas en un 30% en los próximos 12 meses.	Estrategia 1: Optimización del sitio web	Mejorar la navegación del sitio web, asegurando tiempos de carga rápidos, diseño intuitivo y compatibilidad móvil.	x		x		x		x		x		x		Director de Tecnología (CTO)	\$3,500
		Incorporar un chatbot para resolver dudas rápidamente, con respuestas personalizadas y accesibles las 24 horas.	x				x					x			Director de Tecnología (CTO)	\$2,500
		Mostrar testimonios y reseñas auténticas en la página principal, con fotos reales de los huéspedes.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Especialista en Marketing	\$200
	Estrategia 2: Creación de contenido de alto valor	Crear campañas en redes sociales con imágenes y videos destacando experiencias reales en el hotel. Usaremos	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Director de Marketing (CMO)	\$4,320

	hashtags como #EcoTurismo o #TinyHouseExperience para mayor alcance.																		
	Establecer alianzas con negocios locales para paquetes exclusivos, como cenas con productos locales.		x			x				x					x			Coordinador de Alianzas	\$1,300
	Publicar blogs en el sitio web resaltando las iniciativas ecológicas del hotel, como el uso de paneles solares y sistemas de recolección de agua.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		Creador de Contenido	\$300	
Estrategia 3: Capacitación del equipo de ventas	Realizar entrenamientos sobre técnicas de venta, educación ambiental y comunicación efectiva.		x					x									Director de Ventas (CSO)	\$2,640	
	Organizar talleres interactivos con simulaciones de ventas basadas en escenarios reales.	x					x								x		Director de Ventas (CSO)	\$1,800	
TOTAL GENERAL																		\$ 26,260.00	