UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“HOTEL CÁPSULA UNA ALTERNATIVA EN TENDENCIA EN LA CIUDAD DE PUYO”

AUTOR(ES):

Evelyn Magaly Salguero Pallo

DOCENTE - TUTOR:

Msc. Sheyla Israela Fernández Rodríguez

Puyo - Pastaza - Ecuador

2023

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
(Uno por cada evaluador)

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.		
Criterios	**Puntaje**	**Argumentos de la calificación**
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de la idea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5/5	El título si genera expectativa e interés, informa y proyecta.
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales hallazgos y conclusiones.	4/5	Si incorpora en el resumen los objetivos, una metodología clara, hallazgo y una conclusión relevante.
3. INTRODUCCION		
Entrega información sobre la temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	17/20	Si describe la relevancia del tema de forma clara y concisa, sin embargo, el problema y objetivos del planteamiento del problema no son claros.
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articulado con los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	14/15	Tiene coherencia y está articulado con los objetivos, también sustenta con adecuadas fuentes los conceptos y definiciones.
5. METODOLOGIA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordó la información.	14/15	Si describe el tipo de investigación, expone con claridad la información y plantea una metodología acorde con la investigación, los criterios de análisis son escasos.

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes están claramente representados. El texto no repite información entregada en los cuadros y figuras.	24/25	Si entrega los resultados de forma organizada, con el uso de gráficos que están claramente representados y realiza la interpretación.
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	8/10	Son claras y están acorde con los objetivos de la investigación.
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	5/5	Si atiende a las Normas APA, en cada referencia citada dentro del documento.
VALORACIÓN TOTAL	91/100	

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	**Marque con X**
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	91/100

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
TANIA CRISTINA CEVALLOS PUNGUIL

Tania Cristina Cevallos Punguil
Docente PAR CIEGO

Dado en la ciudad de Puyo, a los 09 días del mes de marzo de 2023

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
(Uno por cada evaluador)

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.		
Criterios	**Puntaje**	**Argumentos de la calificación**
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de la idea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5/5	CONCISO E INFORMATIVO.
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales hallazgos y conclusiones.	5/5	INFORMACIÓN NECESARIA QUE ORIENTA AL LECTOR.
3. INTRODUCCIÓN		
Entrega información sobre la temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	20/20	DESCRIBE LA RELEVANCIA DEL TEMA.
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articulado con los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	15/15	COHERENTE Y ARTICULADO CON LOS OBJETIVOS.
5. METODOLOGÍA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordó la información.	14/15	DESCRIBE EL TIPO DE INVESTIGACIÓN A DESARROLLAR.

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes y están claramente representados. El texto no repite información entregada en los cuadros y figuras.	24/25	RESULTADOS DE MANERA ORGANIZADA A PARTIR DEL PROBLEMA PLANTEADO.
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	10/10	CLARAS Y PRECISAS.
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	5/5	ATIENDE LAS NORMAS APA.
VALORACIÓN TOTAL	98/100	BIEN.

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	**Marque con X**
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	98

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
CESAR ARTURO SARMIENTO LEON

MSC. ARTURO SARMIENTO
CI.: 160054218-5
PAR CIEGO

Dado en la ciudad de Puyo, a los 06 días del mes de marzo de 2023

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
CARRERA DE TURISMO

Puyo, 1 de marzo de 2023

Por medio del presente CERTIFICO que:

El Trabajo de Integración Curricular correspondiente al estudiante: SALGUERO PALLO EVELYNG MAGALY con C.I 1805461389 con el Tema: ¨¨**HOTEL CÁPSULA UNA ALTERNATIVA EN TENDENCIA EN LA CIUDAD DE PUYO”**, de la carrera de Licenciatura en Turismo. Docente-director del Trabajo de Integración Curricular, Msc. SHEYLA ISRAELA FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 2%, Informe generado con fecha 1 de marzo de 2023, por parte del director conforme archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
SHEYLA ISRAELA
FERNANDEZ RODRIGUEZ

Sheyla Israela Fernández Rodríguez

Docente-director del Trabajo de Integración Curricular

Document Information

Analyzed document	TIC SALGUERO_PALLO PAO2223.docx (D159801164)
Submitted	2023-03-01 16:26:00
Submitted by	Sheyla Fernandez
Submitter email	sfernandez@uea.edu.ec
Similarity	2%
Analysis address	sfernandez.uea@analysis.urkund.com

Firmado electrónicamente por:
SHEYLA ISRAELA
FERNANDEZ RODRIGUEZ

Sources included in the report

SA **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / TIC FINAL LOOR_MACIAS PAO2222.docx**
Document TIC FINAL LOOR_MACIAS PAO2222.docx (D142662139)
Submitted by: acaiza@uea.edu.ec
Receiver: acaiza.uea@analysis.urkund.com
2

SA **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Cómo realizar un alojamiento rural.pdf**
Document Cómo realizar un alojamiento rural.pdf (D142318502)
Submitted by: md.loort@uea.edu.ec
Receiver: ar.castillor.uea@analysis.urkund.com
1

SA **TESIS UNIFICADA FINAL 1.docx**
Document TESIS UNIFICADA FINAL 1.docx (D14952532)
1

W URL: https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=5121&op=30235&p=1&n=20Eustat.
Fetched: 2023-03-01 16:28:00
2

Entire Document

"Hotel cápsula una alternativa en tendencia en

81% **MATCHING BLOCK 1/6** SA TIC FINAL LOOR_MACIAS PAO2222.docx (D142662139)

la ciudad de Puyo" Universidad Estatal Amazónica, Facultad de Ciencias de la Vida, Carrera de Licenciatura en Turismo Resumen El presente

"Hotel cápsula una alternativa en tendencia en la ciudad de Puyo"

Salguero Pallo Evelyn Magaly salguero[1]
em.salguerop@uea.edu.ec
Fernández Rodríguez Sheyla Israela, M. Sc[2]
sfernandez@uea.edu.ec

Universidad Estatal Amazónica, Facultad de Ciencias de la Vida,
Carrera de Licenciatura en Turismo

Resumen

El presente trabajo de titulación comprende un plan de negocios de un Hotel cápsula como una nueva alternativa en tendencia en la ciudad de Puyo dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que buscan alojamiento en zonas rurales lejos de la algarabía de las ciudades. La metodología aplicada en la investigación fue cuantitativa y cualitativa, en la cual se utilizó materiales de compilación de datos, en este caso se utilizó la encuesta para la cual la muestra fue de 377 personas del sector, entre los datos recopilados se destaca que el 95% de encuestados dio como opción viable en hospedarse en un hotel donde las habitaciones no posean paredes, si no que sean estructuras redondas y que permitan observar ampliamente la naturaleza que las rodea. Este estudio logrará determinar la viabilidad de este tipo de alojamiento ante la necesidad del mismo, el cual pretende proporcionar un servicio personalizado en la atención al cliente, seguridad y comodidad con la naturaleza creando a su vez experiencias únicas.

El sector hotelero ha ido evolucionando y adaptándose a la tecnología de tal manera que se desarrolló estrategias de promoción mediante las diferentes plataformas virtuales y redes sociales más usadas tales como Facebook, Instagram, páginas webs, entre otro para el posicionamiento del primer Hotel cápsula en la ciudad de Puyo, determinando a su vez las características y servicios asequibles. En base al análisis de encuestas realizado se determinó que el proyecto es viable para su creación y puesta en marcha a largo plazo. Ya que al ser el primer hotel cápsula mejorará el nivel de afluencia de turistas y al crecimiento económico de la ciudad.

Palabras claves: viabilidad, plan de negocios, cápsula

Abstract

This degree work includes a business plan for a capsule hotel as a new alternative in trend in the city of Puyo aimed at domestic and foreign tourists seeking accommodation in rural areas away from the hustle and bustle of the cities. The methodology applied in the research was quantitative and qualitative, in which data collection materials were used, in this case the survey was used for which the sample was 377 people in the sector, among the data collected it is noted that 95% of respondents gave as a viable option to stay in a hotel where the rooms do not have walls, but are round structures that allow widely observe the nature that surrounds them. This study will determine the viability of

this type of lodging, which aims to provide a personalized service in customer service, security and comfort with nature while creating unique experiences.

The hotel sector has been evolving and adapting to technology in such a way that promotional strategies were developed through the different virtual platforms and social networks most used such as Facebook, Instagram, websites, among others for the positioning of the first capsule hotel in the city of Puyo, determining in turn the characteristics and affordable services. Based on the survey analysis conducted, it was determined that the project is viable for its creation and implementation in the long term. Being the first capsule hotel will improve the level of tourist inflow and the economic growth of the city.

Key words: feasibility, business plan, capsule.

1. Introducción

El hotel cápsula es una tendencia innovadora en el sector hotelero, este tipo de alojamientos son una nueva manera de descanso en la actualidad, aunque los hoteles cápsula se originaron en Japón en el año 1979 como consecuencia de una necesidad latente por ahorrar espacio y dinero, este tipo de alojamientos va dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que buscan alojamiento económico e innovador en zonas rurales lejos de la algarabía de las ciudades. La industria de hoteles cápsula está en plena expansión y el mercado global de estos alojamientos se valoró en más de USD 167 millones a partir de 2017 y se proyecta que compondrá una tasa de crecimiento promedio del 6,3% de 2018 a 2020, alcanzando los USD 226 millones a finales de 2022, de acuerdo con varias investigaciones de mercado. “Esto va a ser el futuro. En pocos años vamos a tener hoteles cápsula en aviones, en trenes y en el transporte público, porque optimizar espacios es una tendencia mundial. (Báez, 2021)

Para la cual se optó por realizar un estudio de mercado para determinar las diferentes necesidades de los turistas, creando estrategias de promoción mediante las diferentes plataformas virtuales para posicionar al primer Hotel cápsula en la provincia de Pastaza. Se visitó establecimientos de alojamiento en la ciudad de Puyo para obtener información sobre las nuevas tendencias hoteleras mediante la aplicación de encuestas, para comprender la tendencia. Se analizó el catastro de establecimientos de alojamientos turísticos actualizado, para obtener los posibles competidores para determinar las especificaciones, costos y características del producto y servicio y así crear estrategias de promoción mediante las diferentes plataformas virtuales. (Catastro-MINTUR, 2022)

1.1.Objetivos

1.1.1. Objetivo General

Diseñar un plan de negocios en el cual se describa la viabilidad de crear un hotel cápsula en la ciudad de Puyo.

1.1.2. Objetivos específicos

- Determinar las especificaciones, costos y características del producto y servicio que se ofrece en el hotel cápsula.
- Realizar un estudio de mercado para determinar las diferentes necesidades de los clientes en el sector hotelero.
- Crear estrategias de promoción mediante las diferentes plataformas virtuales para el desarrollo operativo del Hotel capsula.

2. Justificación

La ciudad de Puyo posee un gran potencial turístico, pero carece de este tipo de alojamientos, que son nuevos, innovadores y que llaman la atención a los turistas a nivel nacional e internacional. El propósito de esta investigación es poder implementar el primer Hotel cápsula en la ciudad de Puyo para aumentar la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjero de tal manera que se pueda generar empleos, mejorar la calidad de vida de los pobladores del sector y hacer crecer a la economía.

De tal manera que se pueda expandir por la diferentes ciudades y provincias de la amazonia, brindando un servicio de pernoctación cómoda y confortable y a un costo asequible para el bolsillo. Mediante estrategias de promoción en las diferentes plataformas virtuales para el desarrollo operativo del Hotel capsula y la difusión de información dando paso a una era tecnológica hotelera que posicione a la ciudad de Puyo a una de las ciudades más visitadas a nivel amazónico.

3. MATERIALES Y MÉTODOS/METODOLOGÍA

Para esta investigación se implementó la metodología mixta que une el enfoque cuantitativo y cualitativo con el objeto de elaborar un estudio de mercado que permitirá acceder al análisis de las tendencias en el sector hotelero, del mismo modo analizar las necesidades, tendencias y preferencias del cliente. De modo que se utilizará el método descriptivo para la identificación de la viabilidad de la investigación. La investigación que domina es la cuantitativa, la cual analiza datos recogidos mediante encuestas, se tabuló con la ayuda de la plataforma de FORMS, también se realizará el análisis económico para verificar la viabilidad de la investigación.

La ciudad de Puyo se halla dividida en distintos rangos de edades, para esta investigación tomaremos en cuenta la población de 18 hasta los 70 años. Se aplicó encuestas para recopilar datos importantes para el estudio de mercado en las diferentes zonas de entretenimiento y establecimientos de alojamiento, para lo cual se aplicó la fórmula del cálculo de la muestra para determinar el número de personas a encuestar con un margen de error del 5%.

Muestra

Para el cálculo de la muestra se utiliza la siguiente fórmula estadística (QuestionPro, 2022)

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

Z= Nivel de confianza (1,645=90%)
N= Tamaño de la población = (18.653)
p = Probabilidad de éxito = (0,50)
q = Probabilidad de fracaso = (0,50)
E= Porcentaje de Error = (5%) = (0.05)

Cálculo de la muestra

Ecuación 1. Fórmula para el cálculo de la muestra

$$n = \frac{(18.653)^2 * 0{,}5 * 0{,}5 * 32.106}{0{,}05^2 * (18.653 - 1) + (18.653)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = 377$$

La muestra sería de 377 personas a encuestar

Se realizó textos, revistas amazónicas, folletos de los diferentes establecimientos de alojamiento turístico, páginas webs, plataformas digitales, las cuales nos proporcionaron datos importantes y necesarios que nos sirvieron para desarrollar la presente investigación.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL CÁPSULA EN LA CIUDAD DE PUYO"

Misión

La misión del Hotel cápsula es brindar comodidad, satisfacción y experiencias única a través de la calidad de nuestros productos y servicios creando con ello la satisfacción de las necesidades de los clientes nacionales y extranjeros.

Visión

Ser la primera opción de hospedaje en la ciudad de Puyo como una alternativa única e innovadora y ofreciendo experiencias inolvidables a nuestros clientes.

Slogan

"Encapsúlate y se feliz"

"Encapsulate yourself and be happy."

Logo



El logotipo propuesto se divide en dos partes que son el nombre del hotel y el slogan. El nombre IVI proviene del inglés antiguo que significa hiedra que es el símbolo de determinación y crecimiento espiritual, representando la alegría y regocijo. El slogan representa la forma de las habitaciones del hotel que nos ayuda a la observación el contacto con la naturaleza.

Valores

- Responsabilidad
- Innovación
- Trabajo en equipo
- Confianza y respeto
- Compromiso

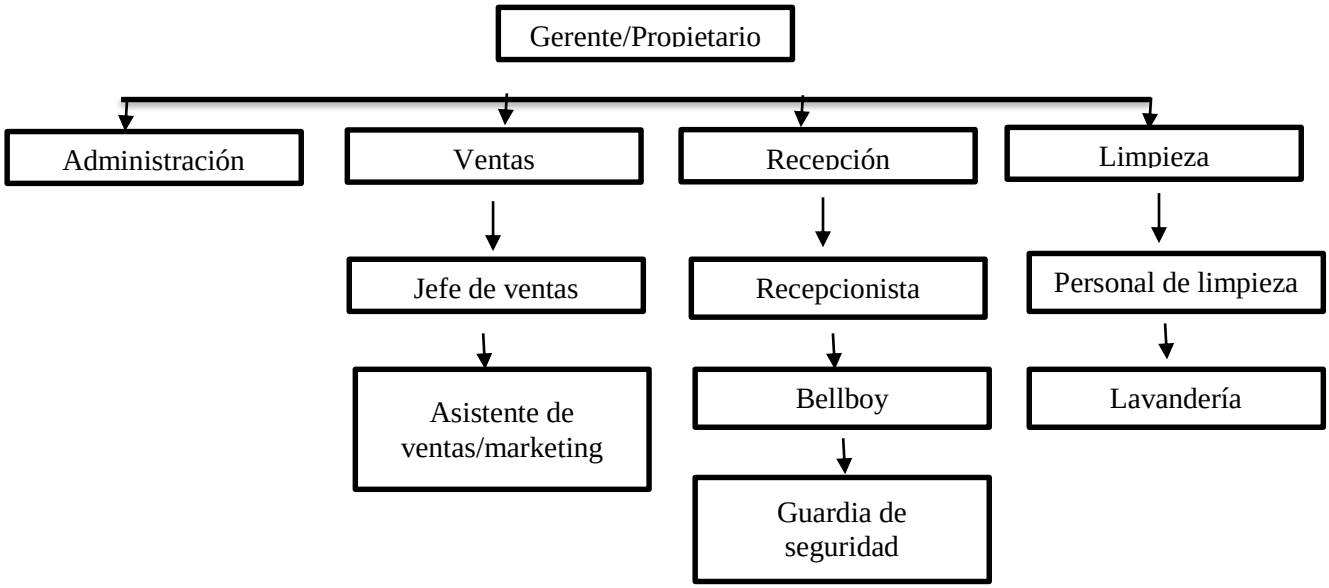
Producto/servicio a ofertar

- Habitaciones tipo cápsula pequeñas, medianas y grandes
- Aire acondicionado
- Wi-fi
- Salas al aire libre para el descanso y observación de la flora
- Zonas verdes para recorridos

- Actividades que se pueden realizar durante la estadía en el hotel

Organigrama

Estructura organizacional de la empresa



Especificaciones, costos y características del producto y servicio que se ofrece en el hotel cápsula.

El hotel contará con habitaciones individuales y mixtas de 200 cm de largo, 100 cm de ancho y 200 cm de alto, las cuales estarán equipadas con aire acondicionado individual, luces (alta, media y baja), cama con sábanas, edredones ligeros, espejos, wi-fi, zona de enchufes, espacio para maletas. En la parte exterior del hotel estará equipado baños y duchas separadas, zonas verdes comunes con mesas redondas con 4 puestos cada una, sala de juegos (mesas de pin-pon, billar, ajedrez) y servicio de cafetería. De igual manera se brindará el servicio de uso de toallas de manera gratuita y se dará cocteles de bienvenida a base de frutas amazónicas. Si el huésped se queda de 2 a más días podrá disfrutar de las actividades del hotel de tal manera que podrá disfrutar de presentaciones y bailes típicos del lugar en el cual podrá vivir la experiencia de los bailes y el consumo de la chica de yuca como un ritual por parte del establecimiento para que tenga esa conexión no solo con la naturaleza y si no con la cultura que brinda la ciudad de Puyo.

Constará con todas las medidas de seguridad y la señalización adecuada para el bienestar y tranquilidad de los turistas, en caso de estar el huésped con síntomas de alguna enfermedad viral que pueda afectar a los demás huéspedes se usará las medidas adecuadas de bioseguridad tales como la mascarilla, la toma de temperatura, desinfección de las áreas comunes, limpieza con químicos adecuados para la desinfección de las habitaciones como medida preventiva para los demás turistas.

Con respecto a las tarifas dependerá el mes del año, en donde los meses febrero, julio, octubre y noviembre, al ser los meses de mayor ocupación (Raymi, 2022) el cual tendrá un aumento del 15% sobre la tarifa base. El costo de una habitación cápsula pequeña se estima una tarifa de 40,00$ dólares americanos, el costo de una habitación cápsula mediana se estima una tarifa de 60,00$ y el costo de una habitación cápsula grande se estima una tarifa de 80,00$. De igual manera se implementará políticas de cancelación de reservación con un periodo de tiempo establecido.

Tipos de habitaciones cápsula

Pequeñas

4 cápsulas pequeñas denominadas Blue butterfly, Saltamontes, Oruga y Abeja con un costo por persona de 40,00$, equipada para una persona sola o pareja, cuenta con 1 mini sala con dos puestos, 2 veladoras, 1 perchero de madera, 1 cama King size, aire acondicionado, Wifi, electricidad, altavoces para ambientar con música relajante, cafetera con implementos que estarán en los gabinetes cerca del área de las ventanas. El baño y la ducha estarán en la debajo de la habitación con implementos de aseo personal, en una caseta de madera convencional.

Medianas

3 cápsulas medianas denominadas Loro, Guacamaya y Colibrí, con un costo por persona de 60,00$, equipada para 4 personas, consta de 3 veladoras, 1 perchero de madera mediano, 1 mini sala con 4 puestos, 1 cama King size, 1 litera de dos camas de plaza ½, aire acondicionado, Wifi, electricidad, alta voces para ambientar con música relajante, cafetera con implementos que estarán en los gabinetes cerca de las ventanas, mini refrigerador con bebidas naturales. El baño y la ducha estarán en la debajo de la habitación con implementos de aseo personal, en una caseta de madera convencional.

Grandes

3 cápsulas grandes denominadas Orquídea, Heliconia y Lirios, con un costo por persona de 80,00$, equipada para Familias consta de 1 cama King size, 1 cama doble y 1 litera con dos camas de plaza ½, 5 veladoras, 1 perchero de madera grande, 1 mini sala 4 puestos, aire acondicionado,

Wifi, electricidad, alta voces para ambientar con música relajante, cafetera con implementos que estarán en los gabinetes cerca de las ventanas, mini refrigerador con bebidas naturales y un mini estante con snacks. El baño y la ducha estarán en la debajo de la habitación con implementos de aseo personal, en una caseta de madera convencional.

Tabla 2.

Actividades que constarán en el servicio

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
	• Caminatas y observación de la flora y fauna por los senderos que rodean a las cápsulas.
	• Visita a las comunidades cercanas y participación en las danzas, ritos, cantos y gastronomía ancestral.
	• Wituk a base de pintura natural con diseños únicos para cada turista.



- Paseo en canoas por los ríos cercanos a las comunidades.





- Sesión de fotos con trajes típicos de las diferentes culturas de la amazonia

Elaborado por: Evelyn Salguero

Del estudio de mercado realizado mediante la encuesta obtuvimos los siguientes resultados que presentaremos a continuación:

Tabla 2.

Análisis de las encuestas aplicadas en la ciudad de Puyo

ANALISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS EN LA CIUDAD DE PUYO

Pregunta	**Porcentaje**	**Análisis**
Género	• Masculino 56% • Femenino 40% • Otros 4%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 56% son hombres, el 40% son mujeres y el 4% son otros.
Procedencia	• Nacional 85% • Extranjero 15%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 85% son nacionales, el 15% son de procedencia extranjera.

Estado civil	• Soltero 31% • Casado 44% • Divorciado 14% • Unión libre 9% • Viudo 2%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 44% son casados, el 31% son de solteros, el 14% son divorciados, el 9% son de unión libre y el 2% son viudos.
Su nivel de educación	• Primaria 12% • Secundaria 30% • Técnica 21% • Universidad 24% • Maestría 8% • Doctorado 5% • Pos-Doctorado 0%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 30% son de secundaria, el 24% son de universidad, el 21% son técnica, el 12% son primaria, el 8% son maestría, el 5% son doctorado y 0% son pos- doctorado.
¿Con quién viaja usted?	• Solo 28% • Pareja 33% • Familia 26% • Amigos 13%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 33% viajan con pareja, el 28% viajan solos, el 26% viajan en familia y el 13% viajan con amigos.
¿Cuánto es su ingreso mensual?	• 400-800 74% • 900-1000 18% • Más de 1000 8%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 74% ganan 400-800, el 18% ganan 900-1000 y el 8% ganan más de 1000.
¿Tiene conocimiento usted sobre lo que es un hotel temático?	• Si 76% • No 24%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 76% respondieron que sí y el 24% respondieron que no.
¿Ha escuchado usted acerca de un hotel cápsula?	• Si 61% • No 39%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 61% respondieron que sí y el 39% respondieron que no.
¿Se hospedaría usted en un hotel donde las habitaciones no posean paredes, si no que sean estructuras redondas y que permitan observar ampliamente la naturaleza?	• Si 95% • No 5%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 95% respondieron que sí y el 5% respondieron que no.
¿Cuáles son sus principales motivos de visita? (puede marcar más de uno)?	• Conocer Puyo 25% • Hacer turismo 34% • Vacaciones/feriado 22% • Descanso 10% • Visita a familiares/amigos 6% • Negocios 2% • Deporte 1%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 34% viajan por hacer turismo, el 25% por conocer el Puyo, el 22% viajan por vacaciones/feriado, el 10% viajan por descanso, el 6% viajan por visitar familiares/amigos, el 2% viajan por negocios y el 1% viajan por deporte.

¿Le gustaría a Ud. ¿Estar en contacto con la naturaleza?	• Si 91% • No 4% • Tal vez 5%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 91% le gustaría estar en contacto con la naturaleza, el 4% no le gustaría estar en contacto con la naturaleza y el 5% tal vez les gustaría estar en contacto con la naturaleza.
Al momento de elegir un servicio de hospedaje ¿Qué es lo primero que busca?	• Innovación 32% • Comodidad 28% • Precio 27% • Servicio 9% • Ubicación 4%	Se encuesto a 377 personas de los cuales el 32% eligen por innovación, el 28% por comodidad, el 27% por el precio, 9% por el servicio y el 4% por la ubicación.
Le gustaría hospedarse en un hotel Cápsula	• Si 97% • No 3%	Se encuesto a 377 personas de los cuales 97% respondió que si y el 3% respondió que no.

Análisis de resultados de la encuesta aplicada

- Según las encuestas el Hotel cápsula presenta resultados positivos ante la necesidad de encontrar un alojamiento innovador, cómodo, precios accesibles y que este en contacto con la naturaleza.
- El 34% de encuestados tiene como motivo de visita hacer turismo, el 25% conocer la ciudad en de Puyo y el 22% por vacaciones o feriado, por lo cual la opción de hospedarse en el Hotel cápsula es viable.
- El 95% de encuestados dio como opción viable en hospedarse en un hotel donde las habitaciones no posean paredes, si no que sean estructuras redondas y que permitan observar ampliamente la naturaleza que las rodea.

Análisis FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones. (ASANA, 2021)

Tabla 3. Matriz de análisis FODA

Fortalezas	**Debilidades**
1. Capital inicial particular. 2. Atención personalizada. 3. Estrategias para satisfacer las preferencias y nuevas tendencias. 4. Primera propuesta de un hotel capsula en la ciudad de Puyo. 5. Uso de plataformas digitales para la publicidad y posicionamiento del alojamiento.	1. Ser nuevos en el mercado. 2. Niveles elevados de inversión. 3. Falta de experiencia. 4. Capacitación y formación del personal. 5. No hay competencia para hacer una comparación.
Oportunidades	**Amenazas**
1. Baja oferta de alojamientos de esta índole. 2. Mercado objetivo amplio. 3. Uso de la tecnología y redes sociales más utilizadas. 4. Instalaciones en excelente estado. 5. Ser los primeros en brindar este servicio de hoteles capsulas en la ciudad de Puyo.	1. Poca aceptabilidad del hotel cápsula. 2. Economía frágil debido a las nuevas políticas. 3. Posibles competidores. 4. Altos impuestos. 5. Productos reemplazados por Airbnb o glampings.

Elaborado por: Evelyn Salguero

FODA	**Debilidades**	Ser nuevos en el mercado	Niveles elevados de inversión	Falta de experiencia	Capacitación y formación del personal	No hay competencia para hacer una comparación.	**Amenazas**	Poca aceptabilidad del hotel cápsula	Economía frágil debido a las nuevas políticas.	Posibles competidores	Altos impuestos	Productos reemplazados por Airbnb o glampings.
Fortalezas 1. Capital inicial particular. 2. Atención personalizada. 3. Estrategias para satisfacer las preferencias y nuevas tendencias. 4. Primer propuesta de un hotel cápsula en la ciudad de Puyo. 5. Uso de plataformas digitales para la publicidad y posicionamiento del alojamiento.	**ESTRATEGIA-FA** -Crear campañas publicitarias acerca del hotel cápsula en la ciudad de Puyo para una mejor difusión de información y de posicionamiento ante la competencia. (F3, F4, F5, A3, A5) -Crear un sistema mediante las plataformas digitales y redes sociales para atraer turistas nacionales y extranjeros creando nuevas tendencias para la aceptación a largo plazo del hotel cápsula. (F3, F5, A1, A5)						**ESTRATEGIA-DA** -Crear campañas de capacitación y formación para el personal mediante la puesta en práctica con la finalidad de generar experiencia. (D3, D4, A3) -Generar concientización sobre los nuevos emprendimientos y los costos elevados de inversión en la infraestructura. (D1, D2, A2, A4)					
Oportunidades 1. Baja oferta de alojamientos de esta índole. 2. Mercado objetivo amplio. 3. Uso de la tecnología y redes sociales más utilizadas 4. Instalaciones en excelente estado 5. Ser los primeros en brindar este servicio de hoteles capsulas en la ciudad de Puyo.	**ESTRATEGIA-FO** -Realizar alianzas estrategias para el mercado objetivo mediante el uso de la plataformas digitales y establecimientos de alojamiento. (F3, F5, O2, O3) -Crear innovación en el sector hotelero ya que al ser el primer Hotel cápsula de la ciudad, pondrá a la ciudad en una de las más visitadas del Ecuador y ampliando el mercado objetivo a la internacionalidad. (F3, F4, O2, O4, O5)						**ESTRAGIA-DO** -Elaborar paquetes turísticos innovadores y llamativos para atraer al mercado objetivo mediante la difusión de la información sobre el hotel cápsula. (D1, D5, O1, O2, O3) -Diversificar paquetes y promociones para los turistas de paso que optan por un alojamiento asequible a su economía. (D1, O1, O2, O5)					

Elaborado por: Evelyn Salguero

Tabla 5

Matriz de Alojamientos en la ciudad de Puyo

Alojamiento	Razón social	Propietario	Capacidad	
			HAB.	PLA.
HOTEL	GRAN HOTEL COFANES & CASABE RESTAURANTE	ZAMBRANO ALVAREZ ALEXANDRA PATRICIA	22	57
	SARMIENTO IMPERIAL	LEÓN SARMIENTO LINDA FLOR	42	82
	MARÍA	ARIZABALA HERAS MARÍA LEONOR	13	16
	FRANCE INN	NÚÑEZ SALAZAR MARTHA CECILIA	30	69
	DELFIN ROSADO	SANCHEZ SILVA TERESA MARLENE	39	69
	ORO NEGRO	RODRIGUEZ GORDON LILIA VIRGINIA	18	45
	LF	LÓPEZ FREIRE PABLO SANTIAGO	16	40
	GRAN HOTEL AMAZÓNICO	CADENA CASTILLO LUCIA ANA	20	45
	SAN LUIS	SALAZAR PATIÑO HERNAN GIOVANNY	30	61
	EL JARDIN RELAX	CASTRO CARRASCOP EDGAR ROBERTO	12	28
HOSTAL	POSADA REAL	GODOY GÓMEZ ANDRÉS PAÚL	7	18
	COLONIAL	HERAS HERAS OLGER TOBIAS	18	44
	FLOR DE TARQUI	OLIVARES ORTIZ JENNY CECILIA	6	16
	LAS BALSAS	SINCHI CAMPOS SONIA YOLANDA	40	62
	PUYO	VELASTEGUI RAMOS KATHERINE JISSELA	10	19
	CUMANDA INN	HERAS HERAS MONICA PATRICIA	21	51
	MI KASA	FREIRE MORENO NELLY ERMELINDA	34	75
	MILENIUM	PALACIOS GORDILLO JULIA CARMELA	23	47
	FRESAW	JARA MATUTE DARIO ASUNCIÓN	16	29
	JARDIN AMAZÓNICO	JARA COBOS DELFINA ENRIQUETA	20	31
	REAL AMAZÓNICO	GAHONA ERAS ELVIA NOEMI	22	36
	GAHONA	GAHONA CALLE EUCLIDES RAFAEL	19	44
	KANOAS	TITE NARANJO DORA JACKELINE	9	25
	TURISMO INN	CORTES VASCONES ANITA CECILIA	26	50
	SAN PATRICIO	SANCHEZ ROBAYO MIRIAM BEATRIZ	19	43

	GALES INN	SILVA PAREDES JAKELINE ADRIANA	8	27
	DIAMANTE AZUL	ORTEGA ROBAYO MARIA TERESA	23	58
	SAN RAPHAEL	GAHONA ERAS NEIDA ALICIA	17	39
	FLOR DE CAÑA	YUGCHA TISALEMA GLADYS DOMINGA	16	27
	LAS PALMAS	CHUGCHO BARROSO NELSON RAÚL	20	41
	KUASVIL	KUASQUER JOSELITO MARCELO	13	29
	RIZZO INN	RODRIGUEZ FAJARDO LILIES YOLANDA	27	58
	LA MOLIENDA	FREIRE LÓPEZ MERLIS DEL CARMEN	9	16
	EL CISNE	CASCO MAYORGA SEGUNDO FILIBERTO	18	39
	PASIÓN DE LUNA	PÉREZ PADILLA ALEXANDRA PAMELA	11	15
HOSTERIA	DON ELIAS	TAMAYO RIVERA GILBERTO RODRIGO	13	27
	FLOR DE CANELA	JARAMILLO CASTILLO FRANKLIN HUGO	18	41
	TURINGIA	MATEO RODRIGUEZ ESTEFANIA CAROLINA	32	38
	ORKIDEA LODGE	ACOSTA VASQUES MARCO DIEGO	16	34
	SANTA MARIANITA	SAMANIEGO YAMBAY LIDA ANGELICA	7	21
	SAFARI AL DORADO	VILLARUEL BURBANO JOSÉ RAÚL	33	105
	BELLANDIA	AZOREY PÉREZ ISABEL CRISTINA	5	16
	FINCA EL PIGUAL	ZURITA GARZON ADITA TERESA	16	32
	ECOPARK AMAZÓNIA	CALDERÓN CARRILLO GUIDO FERNANDO	15	31
LODGE (LDG)	HEIMATLOS LODGE	GUNDOGDU FERHAT	9	21
	KAPAWI	MUCHUCHAM UWIJINT TII MAURO	12	31

Elaborado por: Evelyn Salguero

Estrategias de mercado

El hotel cápsula es un establecimiento de alojamiento que te permite el contacto con la naturaleza y con precios accesibles para el turista, áreas exhibidoras de bebidas y snacks. Este establecimiento permite al turista la tranquilidad, comodidad y seguridad de sus pertenencias ofreciendo una experiencia única en su zona de confort. Así mismo ayuda a conectar con la naturaleza gracias a su único e innovador diseño que hace la ilusión de estar en un mundo diferente envuelto con los sonidos de la naturaleza y de los animales alrededor.

Branding

El logo del Hotel cápsula representa la serenidad y la tranquilidad que ofrece el establecimiento con una particularidad que podrá observar el turista que le dará una idea de donde se hospedará. Así mismo los turistas podrán identificar el logo en las diversas campañas y eventos publicitarios que permitirán posicionar la marca ante la competencia.



Elaborado por: Evelyn Salguero

Estrategia de producto

Se implementará un servicio personalizado, nuevo en el mercado, innovador y de calidad para la comodidad y el confort del turista. Brindando un hospedaje cómodo y seguro, ambientado de acuerdo con el gusto del cliente y tenga esa conexión con la naturaleza y la historia, cultura de nuestras comunidades.

Descripción del servicio

- Camas
- Aire acondicionado
- Wi-fi
- Sábanas y almohadas
- Panel de control
- Espacio para guardar equipaje
- Luces

Estrategia de promoción

El hotel cápsula al ser el primero en la ciudad del Puyo se implementará estrategias de promoción mediante las diferentes plataformas digitales tales como Facebook, Instagram, páginas webs, entre otras para informar sobre los productos y servicios que ofrecen con la finalidad maximizar el flujo de visitas y atraer a nuevos clientes tantos nacionales como extranjeros. En la actualidad las redes sociales mueven el turismo creando tendencias las cuales se difunden y se capta a un amplio segmento de mercado. Posicionando la marca a otro nivel.

Estrategia Financiera

Se establecerán estrategias financieras a corto y largo plazo a través del crowdfunding que es un nuevo modelo de financiación participativa, a través del cual una pluralidad de sujetos realiza contribuciones monetarias, que sirven para financiar iniciativas, proyectos o esfuerzos de personas (Omedo&Torres, 2020), así como también de organizaciones que permita realizar inversiones rentables con bajos niveles de riesgo y costos posibles. Buscando liquidez económica que mantenga los recursos sin invertir costos innecesarios para las operaciones del negocio.

5. Conclusiones

- Se determinó las características y costos de las habitaciones tipo cápsula el cual dio resultados positivos y de aceptación por parte de la población tanto nacional como extranjera que busca alojamientos económicos y que estén en contacto con la naturaleza .
- El estudio de mercado realizado mediante encuestas recopiló datos necesarios para determinar las diferentes necesidades de los clientes y se determinó que existe una gran demanda de este

tipo de alojamientos en la ciudad de Puyo. Ya que al ser el primer hotel cápsula mejorará el nivel de afluencia de turistas y al crecimiento económico de la ciudad.

- Se implementó estrategias de promoción para posicionar la marca mediante las diferentes plataformas virtuales, de tal manera que llegue la información del producto y el servicio que ofrece el Hotel cápsula a un mercado más amplio.

6. Recomendaciones

- Al tener una buena aceptación el Hotel cápsula, se debería tomar en cuenta para su implementación a este nuevo e innovador tipo de alojamiento a la ciudad de Puyo para atraer más turistas y mejorar el flujo de económico con la finalidad de posicionar no solo al hotel sino a la ciudad misma.
- Aprovechar que este tipo de alojamientos no tiene competencia directa en el cantón de manera que sea una alternativa viable y asequible para el turista nacional y extranjero.
- Crear conciencia a los emprendedores para que pongan en marcha ideas innovadoras en el sector hotelero para generar más ingresos y una tasa de flujo de turistas creciente. De tal manera se abrirá una fuente de empleos para los pobladores locales de la ciudad de Puyo.

Bibliografía

Alegsa, L. (16 de Mayo de 2018). Obtenido de https://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php
Alonso, M. (24 de Agosto de 2022). Obtenido de https://asana.com/es/resources/crowdfunding
ASANA. (1 de Julio de 2021). Obtenido de https://asana.com/es/resources/swot-analysis
Báez, J. R. (2021). Obtenido de https://www.aa.com.tr/es/mundo/la-historia-detr%C3%A1s-del-primer-hotel-c%C3%A1psula-de-colombia/1963428
Catastro-MINTUR. (28 de Noviembre de 2022). Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico
Conavalsí. (07 de Septiembre de 2021). Obtenido de https://www.conavalsi.com/blog/crowdfunding
Drucker, P. (2021). Obtenido de https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-la-innovacion-segun-autores/
ELISAVA. (06 de Septiembre de 2021). Obtenido de https://www.elisava.net/es/noticias/que-es-branding
Estadistica, I. N. (2021). Obtenido de https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=5121&op=30235&p=1&n=20
Eustat. (2023). Obtenido de https://www.eustat.eus/documentos/opt_1/tema_141/elem_1723/definicion.html
Evans, D. C. (2019). Obtenido de https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-la-innovacion-segun-autores/
Guastay, E. (2022). Obtenido de https://informatica014.wordpress.com/2020/12/14/turismo-y-hoteleria-2/
Hotelescápsula. (2022). Obtenido de https://hotelescapsula.com/que-es/
Hubspot. (22 de Septiembre de 2022). Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda

Lima, A. (23 de Septiembre de 2020). Obtenido de https://www.rdstation.com/blog/es/branding/
Mamani, W. (Marzo de 2017). Obtenido de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2017/03/01/que-es-el-mercado-turistico/
Nippon. (9 de Abril de 2021). Obtenido de https://www.nippon.com/es/features/jg00001/
Núñez, A. G. (9 de Abril de 2021). Obtenido de https://www.larepublica.co/ocio/que-son-y-como-funcionan-los-hoteles-capsula-que-ya-tiene-oferta-en-el-pais-3150774
Núñez, A. G. (9 de Abril de 2021). Obtenido de https://www.larepublica.co/ocio/que-son-y-como-funcionan-los-hoteles-capsula-que-ya-tiene-oferta-en-el-pais-3150774
Omedo&Torres. (24 de Marzo de 2020). Obtenido de https://perspectiva.ide.edu.ec/investiga/2020/03/24/crowdfunding-que-es-y-para-que-sirve/
OMT. (2019). Obtenido de http://unwto.org
OMT. (16 de Mayo de 2022). Obtenido de https://www.unwto.org/es
Online-tesis. (01 de Junio de 2020). Obtenido de https://online-tesis.com/estudios-de-factibilidad-y-su-aplicacion/
Pato, S. (15 de Enero de 2023). Obtenido de https://www.publico.es/viajes/que-es-un-hotel-capsula-por-que-merece-la-pena-o-no-alojarse-en-uno/
QuestionPro. (2022). Obtenido de https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html#:~:text=Tama%C3%B1o%20de%20Muestra%20%3D%20Z2%20*%20(,confianza%20(%2095%25%20o%2099%25)
Raymi, G. (2022). Obtenido de https://www.goraymi.com/es-ec/pastaza/pastaza/ciudades/puyo-ecuador-a994a1c1e
REVFINE. (04 de Julio de 2022). Obtenido de https://www.revfine.com/es/hotel-significado/
Reyes, E. (15 de Diciembre de 2020). Obtenido de https://www.emprendedorinteligente.com/definicion-de-estrategia-segun-autores/
Rockcontent. (2019). Obtenido de https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/
Rodriguez, J. (9 de Noviembre de 2022). Obtenido de https://blog.hubspot.es/sales/que-es-factibilidad
Sader, M. (2 de Noviembre de 2019). Obtenido de https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/hostel-capsula-kioto-sui-alphaville-architects/16531
Saenz, S. I. (2020). Obtenido de https://tomi.digital/es/55731/mercado-turistico?utm_source=google&utm_medium=seo&as_qdr=y15
Segura, F. J. (28 de Septiembre de 2021). Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/4739-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(anonimizado)%20(obligatorio)-32669-3-10-20210928.pdf
UNI>ERSIA. (26 de Agosto de 2021). Obtenido de https://www.universia.net/ec/actualidad/empleo/analisis-pest-o-pestel-que-es-y-como-realizarlo.html
Varela. (14 de Diciembre de 2017). Obtenido de http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html
Vivus. (21 de Mayo de 2020). Obtenido de http://www.universocrowdfunding.com/que-es-el-crowdfunding/#.VMJCWtKG9J4
Westreicher, G. (6 de Agosto de 2020). Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html
Zhujiworld. (2023). Obtenido de https://es.zhujiworld.com/ec/1929086-puyo/

Anexos

Marco Teórico

Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. (OMT, 2019)

Es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio. (Guastay, 2022)

Hotel

Establecimiento edificado tradicionalmente en estructuras físicas verticales, que ha experimentado con el tiempo diversas transformaciones hasta llegar a sus características específicas de servicio actual, mismas que lo hacen ser considerado como el establecimiento típicamente turístico. (OMT, 2022)

Se define un hotel como un establecimiento "ofrecer comida, bebida y alojamiento para dormir, sin un contrato especial, a cualquier viajero que se presente y que parezca capaz y dispuesto a pagar una suma razonable por los servicios e instalaciones prestados y que esté en condiciones de ser recibido (REVFINE, 2022)

Branding

Son acciones alineadas al posicionamiento, propósito y valores de una marca. Su objetivo es despertar sensaciones y crear conexiones conscientes e inconscientes, que serán cruciales para que el cliente elija su marca en el momento de decisión de compra. (Lima, 2020)

Un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento, el propósito y los valores de una marca. Su objetivo es crear conexiones conscientes e inconscientes con el público para influir en sus decisiones de compra. (ELISAVA, 2021)

Cápsula

Es un tipo de alojamiento minimalista en el que se ofrece un espacio en el que solo cabe una cama para dormir, así como baños y duchas compartidos con el resto de las huéspedes. (Pato, 2023)

Los hoteles cápsula son un tipo de alojamiento barato y sencillo nacido en Japón. Se pueden encontrar por doquier en el centro de las principales ciudades, muchos de ellos con sauna. (Nippon, 2021)

Crowdfunding

Es una fuente de financiación en la que el capital se obtiene a través de pequeñas aportaciones individuales. Es una forma de financiación colectiva a la que se suele recurrir para financiar proyectos novedosos de diversa índole, que suelen tener un impacto positivo a nivel social o ambiental. (Conavalsí, 2021)

El crowdfunding (CF) es un fenómeno donde conviven elementos de la sociedad de la información y el conocimiento: como la digitalización, nuevos espacios que conviven con intermediarios tecnológicos y formas alternativas de negocio y financiación. (Segura, 2021)

El crowdfunding es una forma de financiamiento en línea que no requiere intermediarios financieros como los bancos, sino que genera crecimiento económico a través de donaciones de usuarios cuyos motivos pueden ser altruistas y/o a cambio de algún tipo de recompensa. (Alonso, 2022)

Es una red de financiación colectiva, normalmente online, que a través de donaciones económicas o de otro tipo, consiguen financiar un determinado proyecto a cambio de recompensas, participaciones de forma altruista. (Vivus, 2020)

Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad es un análisis que toma en cuenta todos los factores relevantes de un proyecto. Incluye las consideraciones económicas, técnicas, legales y de programación, para así determinar la probabilidad de completar un proyecto con éxito. (Online-tesis, 2020)

Los estudios de factibilidad son una herramienta analítica que permite evaluar la viabilidad de un proyecto, así como la capacidad de una organización para su cumplimiento. Estos estudios estiman la probabilidad de éxito en el emprendimiento de un objetivo y sirven para ajustar nuestras expectativas o llevar a cabo acciones correctivas para alcanzar las metas trazadas. (Rodriguez, 2022)

Factibilidad

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Alegsa, 2018)

Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. (Varela, 2017)

Estrategias

La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos. (Westreicher, 2020)

Estrategia es el conjunto de metas y las políticas principales para alcanzar dichas metas, establecidas de manera que definan en qué negocios está o debiese estar la empresa, el tipo de organización que es lo que debiese ser, y la naturaleza de la contribución económica y no económica que busca realizar a sus accionistas, empleados, clientes y a la comunidad (Reyes, 2020)

Habitación

Se determina habitación como el cuarto o conjunto de cuartos en un establecimiento hotelero que constituyen una unidad indivisible destinada a ser alquilada para alojamiento. Las habitaciones pueden ser individuales, dobles o múltiples según se hallen equipadas permanentemente para alojar a una, dos o más personas. (Eustat, 2023)

La habitación se define como el cuarto o conjunto de cuartos que constituyen una unidad indivisible destinada a ser alquilada para alojamiento, equipadas permanentemente para alojar a una, dos o más personas. (Estadistica, 2021)

Mercado Turístico

El mercado turístico se define como la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda qye está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. (Saenz, 2020)

Un sistema es un conjunto de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo en común y que para el caso del turismo son todos los elementos que intervienen para lograr satisfacer las motivaciones del turista. (Mamani, 2017)

Innovación

La innovación se refiere a la capacidad para crear bienes y servicios nuevos y únicos que deleiten a los clientes y creen una ventaja competitiva. (Evans, 2019)

La innovación como un cambio que crea una nueva dimensión del desempeño turístico. (Drucker, 2021)