



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA,
TURISMO Y GASTRONOMÍA**

Carrera de Administración Hotelera

ECOFLOAT: HOTEL FLOTANTE

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en Administración Hotelera**

JHOSSABETH NICOLE CORAL CHUQUIPIONDO

**Lima – Perú
2019**

RESUMEN EJECUTIVO

I.- INFORMACIÓN GENERAL

1. UNIDAD EJECUTORA DEL ESTUDIO

- Alicia Calderón Menzala - Ciencias Empresariales
- Bill Clinton Abraham Anchayhua Chate - Ciencias Empresariales
- Flavia Espinoza La Rosa - Ciencias Empresariales
- Nicole Coral Chuquipiondo – Administración, Hotelería, Turismo y Gastronomía
- Roberto Calderón Canal - Administración, Hotelería, Turismo y Gastronomía

2. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- Razón social y marca: Eco Float SAC - “Eco Float”
- Ubicación: Laguna Azul en el distrito de Sauce - Tarapoto, en la región de San Martín, Perú.
- Actividad de la empresa: Servicio fluvial de hospedaje flotante lujoso, siendo este el primero en ofrecer estas características a nivel nacional.

3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO, FACTORES DE ÉXITO

Enfocado a personas de clase “A y B+” que buscan un momento para relajarse junto con sus parejas, amigos o familiares para vivir una experiencia inolvidable, personalizada y fuera de lo común, puesto que no solo brindaremos un servicio hotelero donde los huéspedes puedan navegar pacíficamente y dormir encima de la laguna, mientras que contamos con una administración sostenible. Además, la Laguna Azul cuenta con un gran crecimiento en el sector turístico, ya que es el segundo lugar más visitado a nivel nacional, así como contamos con una gastronomía altamente variada para ofrecer una estadía más placentera a los clientes.

4. ESTRATEGIA DEL PROYECTO

Nos basaremos en la diferenciación, ya que seremos uno de los primeros hoteles flotantes del lugar con una visión sostenible y ecológica, lo cual ayudará a contribuir con el medio ambiente generando el menor impacto posible para no perjudicar a la naturaleza, además, nos ayudará a reducir nuestros costos a largo plazo. Brindaremos una experiencia inolvidable enfocándonos en personas de clase A y B+ para que tengan la oportunidad de contar con un ambiente privado sobre el agua.

5. COMPETENCIA

- Hotel Sumaj Lagoon Lodge, ubicado en Tarapoto, muy cerca de la Laguna Azul, quienes ejecutaron el primer proyecto sostenible del Perú.
- Sauce Lodge Laguna Azul: Brinda un servicio conformado por bungalows hechas con materiales de la zona.
- Hotel Rústica Sauce: Marca reconocida de hoteles y restaurantes con extensiva publicidad solo así es competencia para nosotros.
- Las Jawas Lodge Sauce: Anteriormente era usado como semillero como semillero de Sacha Inchi debido a sus tierras fértiles.
- Maloca Inn: Ubicada en el norte de la Laguna Azul, la ventaja que tiene es el internet 4G.

6. MERCADO PROVEEDOR

- Diseño: Gean Franco Guevara Flores, escogido por sus reconocidos trabajos en la zona y por diversas licencias y certificaciones.
- Amenities: Floral Corp, escogido por ser el proveedor más reconocido de amenities en el Perú, por tener las certificaciones adecuadas y por ser ecofriendly, para así no dañar el planeta y reducir el impacto negativo hacia él.

- Proveedores de catamaranes: Ballota, ya que nos ofrece realizar catamaranes nuevos en base a lo que buscamos para el hotel flotante.

7. INVERSIÓN

La inversión inicial total que nosotros necesitaremos será de S/.1,593,355.77 repartidos de la siguiente manera: las inversiones intangibles correspondiente a los aspectos legales, marketing y permisos será de S/.79,667.79, los activos fijos tanto para el hotel principal como para la estructura de los catamaranes tendrán un valor de S/.1,434,020.19 y finalmente para el capital de trabajo se contará con S/.79,667.79.

8. CONCLUSIONES

Después de haber realizado un buen estudio de mercado, nos arroja resultados positivos y beneficiosos; esto debido a que es la única empresa innovadora del mercado en la región y es altamente visitado por una gran cantidad de turistas nacionales como internacionales. Además, al tener un crecimiento económico por el turismo, nos da más motivos para llevar a cabo la realización del hotel flotante en la Laguna Azul, ya que es una idea fuera de lo común y sostenible.

II.- ESTUDIO DE MERCADO

9. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Eco Float es una propuesta nueva que se define en teoría como un hotel fluvial modular. En la práctica más que un hotel es una experiencia innovadora que le ofrece al huésped un escape de su vida cotidiana y del estrés del trabajo. Esta experiencia integral complementa las instalaciones del hotel modular fluvial con servicios complementarios diversos como alimentación, bebida, masajes, clases de relajación y tours. Este tipo de hotel es un proyecto sin precedentes en el mercado peruano.

10. USOS Y BENEFICIOS

Este tipo de servicio satisface un nicho de mercado poco atendido, ya que le ofrece al huésped una desconexión casi completa de sus actividades diarias y del estrés de la vida cotidiana. Por otro lado brinda una inmersión con la naturaleza que lo rodea al ofrecerle navegar en un ecosistema controlado y tener las comodidades necesarias de lujo.

11. PRECIO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Durante los 3 primeros años contaremos con un precio promedio de \$401 según lo obtenido en nuestro estudio de mercado, tomando en cuenta la temporada, número de huéspedes y el segmento. Para los 2 años siguientes del proyecto, habrá un incremento a \$450 con un mejor posicionamiento en el mercado.

12. COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN

Contamos con diversos canales para realizar las ventas y reservas, ya sea online, agencias de viajes, central de reservas, online travel agencies y la página web. Además, para nuestra promoción, tendremos las redes sociales activas para poder informar a los huéspedes de promociones y descuentos, mientras que nuestro servicio post venta será fundamental para que de esta manera se pueda fidelizar al huésped porque es muy importante enfocarnos en dicho aspecto, poniendo al máximo nuestros esfuerzos, enviando mails de agradecimiento y encuestas de servicio después de culminado el servicio para propiciar la recordación de mercado.

13. MERCADO OBJETIVO

Según nuestras encuestas y análisis de mercado realizado, nos enfocaremos en los siguientes segmentos para que cuenten con una calidad ofrecida al 100% y disfruten al máximo de las instalaciones. Estos segmentos se dividirán de la siguiente manera:

- Parejas: Personas que deseen pasar un momento romántico y alejados de la ciudad de NSE A y B+ para que pueda disfrutar de todas las ventajas de nuestro hotel.
- Amigos: Personas que quieran un momento diferente, para escapar de la rutina, que puedan divertirse incluso en su momento de descanso. Personas que no sigan los modelos tradicionales
- Familias: Que busquen conectar sus lazos con su hijos o padres, de NSE A y B+, que busquen actividades y lugares exóticos.

14. PRONÓSTICOS DE VENTAS

Al ser la primera empresa que ofrece el servicio de hotelería flotante en la Laguna Azul, nuestro público objetivo es sumamente reducido, por lo que solamente se contará con un crecimiento del 1.1% anual en la demanda, mientras que en el precio final comenzará con un valor de 401\$ para que en los últimos dos años se incremente a \$450.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
En unidades		2,666.76	2,694.12	2,721.47	2,748.83	2,776.19
Precios / US\$ x unidad		401	401	401	450	450
Total Ingresos (en US\$)		1,069,370.76	1,080,341.11	1,091,311.47	4,123,248.59	4,164,284.83

15. IDENTIFICACIÓN Y MATRIZ FODA DEL PRODUCTO

	Fortaleza	Debilidad	Oportunidad	Amenaza
EcoFloat	Hotel innovador, por la ubicación e infraestructura de lujo, los cuales son los que obtienen la mayor puntuación de satisfacción de los clientes.	Carencia de diversificación en servicios extras que no solo fidelicen a los clientes alojados en el hotel sino que atraigan al público en general.	Ampliación del aeropuerto Jorge Chávez para el 2021, para atraer más turistas, ya que Perú ha obtenido 3 World Travel Awards en el 2018.	La estacionalidad en el sector, por lo que hay temporadas altas y bajas, que difícilmente viajarían al lugar. Y la cercanía a zonas turísticas competitivas.

III. INFORMACIÓN FINANCIERA

16. FLUJO DE CAJA

El primer habrá pérdidas debido a que no hay ganancia, solo inversión, en el primer año ya se verán los resultados. Los egresos obtenidos están en base nuestro costo de ventas mínimo, incluido los sueldos, intereses y otros gastos.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	572,728.34	1,069,370.76	1,080,341.1 1	1,091,311.47	1,246,974.58	1,249,285.45
Egresos	1,145,456.68	320,811.23	324,102.33	237,394.44	371,092.37	374,785.63
Utilidad Operativa		748,559.53	756,238.78	763,918.03	865,882.20	874,499.81
Flujo de Capital		422,711.80	424,977.18	225,355.82	255,435.25	257,977.45
Flujo Caja Económico	(572,728.34)	325,847.73	331,261.60	538,562.21	610,446.95	616,522.37

En los dos primeros años se finalizará el pago del préstamo que realizamos para poder realizar nuestro hotel con los ingresos obtenidos, es por eso que el flujo de caja financiero es menor comparándolo con los 3 años restantes.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de la deuda	(572,728.34)	286,364.17	286,364.17			
Flujo Caja Financiero	0	39,483.56	44,897.43	538,562.21	610,446.95	616,522.37

17. INVERSIÓN INICIAL

Los hoteles se basan en materiales tangibles que se deben de ofrecer al público para poder brindar un excelente servicio, por eso es más costoso, mientras que en los intangibles como patentes y marcas, se contará con un menor valor.

Inversión Inicial	Inversión (US\$)	Inversión (%)
Activos Tangibles (fijos)	1,030,911.01	90%
Activos Intangibles	57,272.83	5%
Capital de Trabajo Inicial	57,272.83	5%
Total Inversión Inicial US\$	1,145,456.68	100%

18. FINANCIAMIENTO Y ESTRUCTURA DE CAPITAL

Se realizará con un 50% de la inversión para el capital propio y deuda. Esta elección ha sido la mejor para nosotros ya que queremos un balance. De esta manera será más manejable nuestra deuda a comparación de otras empresas.

Financiamiento	Monto (US\$)	%
Capital Propio	572,728.34	50
Deuda	572,728.34	50

Tasa interés anual =18%

19. INDICADORES DE RENTABILIDAD

Ya que tendremos nuestra TIR y VAN financiera mayor que la TIR y VAN económica es conveniente llevar a cabo el proyecto. Además, consideramos que nuestras ventas mínimas del primer año están reflejadas en nuestro punto de equilibrio.

TIRE	36%
TIRF	65%
VANE	853455.67
VANF	977840.67
Punto de Equilibrio	1029887.2

20. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINANCIERAS

Seremos el primer hotel flotante en el Perú en uno de los lugares más visitados de la región y del país. Nuestro público es escogido, por lo cual, tendremos un crecimiento del 1.1% anual en la demanda. La inversión inicial será de USD 1145456.68 divididos en capital propio y préstamo bancario. Los indicadores de rentabilidad son llamativos para la inversión.