

**TECNOLÓGICO
UNIVERSITARIO
PICHINCHA**



Carrera de Administración

Título: Modelo de negocio Canvas para Airbnb casa en playa, Las Palmas – Esmeraldas.

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de tecnólogo en Administración

Autor:

Mantilla Duque Omar Mauricio

Tutor:

Dr. Juan Carlos Zambrano Acosta MSc.

Quito, 2023

DERECHO DE AUTOR

Yo, Omar Mauricio Mantilla Duque, en calidad de autor del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Concejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo con la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 25 de Marzo del 2023

Atentamente,

Nombre: Omar Mauricio Mantilla Duque

Cedula I.: 170528867-6

Teléfono: 0998221224

Correo Electrónico: o_mantilla@yahoo.com

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”

Certifico:

Que el Trabajo de Investigación **Modelo de negocio Canvas para Airbnb casa en playa, Las Palmas - Esmeraldas**, presentado por el estudiante Mantilla Duque Omar Mauricio de la promoción 4TSAQ3, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito, 11 de marzo del 2022.

Atentamente,

Dr. Juan Carlos Zambrano Acosta MSc.

CC.: 170890428-7

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Mantilla Duque Omar Mauricio con cédula de identidad 170528867-6, en calidad de egresado de la carrera de Administración promoción 4TSAQ3, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo a la obtención del grado de Tecnólogo en Administración, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 9 de mayo del 2023

Atentamente,

Mantilla Duque Omar Mauricio

Cedula I.: 1705288676

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo a mi familia que es el pilar fundamental de mi vida, que me llenan de orgullo y me acompañan cada día apoyándome en cada momento y llenando mi alma de felicidad, a mis padres y hermanos que siempre me han estado en cada momento brindándome su ayuda y acompañamiento.

Omar Mauricio Mantilla Duque

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por permitirme llevar la vida con tantas alegrías, a la vida por darme cada día una nueva oportunidad de aprender, a mis padres por haber inculcado los valores más importantes, a mi madre que es un ejemplo de lucha y honestidad. A mi esposa por acompañarme con su hermosa sonrisa cada día llenando mis días de alegría, a mis hijos por ser lo más preciado y por llenarme de orgullo con sus virtudes y su gran responsabilidad.

También me gustaría agradecer a los docentes que con su paciencia y ayuda nos han llevado por este camino de aprendizaje con gran dedicación y a mis compañeros por caminar junto a mí en esta aventura.

Omar Mauricio Mantilla Duque

Resumen Ejecutivo

El objetivo de este proyecto de investigación es el de recomendar el desarrollo de un lugar de hospedaje, aprovechando la falta de sitios adecuados en la playa de Las Palmas, Esmeraldas. Este proyecto ofrece la posibilidad de generar lucro a través de la renta de una casa amoblada que brinde comodidad, buena experiencia de servicios y ubicación conveniente a costos asequibles tanto a turistas como a familias y ejecutivos e inversores que vengan a hacer negocios en el Puerto de Esmeraldas.

En el capítulo I, se plantea detalladamente el problema, se establecen los objetivos para dar forma a la investigación, y se argumentan las bases para el desarrollo del marco teórico, estableciendo sus definiciones y componentes de base científica.

En el capítulo II, se establece la metodología para la investigación en base al uso de instrumentos para obtener los datos requeridos para el análisis necesario, se tabulan los resultados que demuestran la viabilidad del proyecto a través del descubrimiento de la falta de plazas de hospedaje que cubran la demanda, y se obtiene el resultado determinado en el análisis cuantitativo.

En el capítulo III, se elabora la propuesta del proyecto planteado en base a los factores que componen el modelo de negocio Canvas. En él, se enuncia cada uno de los resultados de carácter económico en función de los diferentes escenarios de inversión que se desarrollan sobre el proyecto.

Palabras Claves: Modelo Canvas, rentabilidad, Airbnb, alquiler, Las Palmas.

Abstract

The objective of this research project is to recommend the development of a lodging place, taking advantage of the lack of adequate places on the beach of Las Palmas, Esmeraldas. This project offers the possibility of generating profits through the rental of a furnished house that provides comfort, good service experience, and a convenient location at affordable costs for tourists, families, executives, and investors who come to do business in the Port of Esmeraldas.

In chapter I, the problem is presented in detail, the objectives to shape the research are established, and the bases for the development of the theoretical framework are argued, establishing definitions and scientifically based components.

In chapter II, the research methodology is established based on the use of instruments to obtain the data required for the necessary analysis, the results that demonstrate the viability of the project are tabulated through the discovery of the lack of lodging places that cover consumer demand, and the result determined in the quantitative analysis is obtained.

In chapter III, the proposed project is prepared based on the factors that make up the Canvas business model. In it, each one of the results of an economic nature is stated based on the different investment scenarios that are developed on the project.

Keywords: Canvas model, profitability, Airbnb, rental, Las Palmas.

Índice

DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
Resumen Ejecutivo	7
Abstract.....	8
Tema: Modelo de negocio Canvas para Airbnb casa en playa, Las Palmas – Esmeraldas.....	15
Planteamiento del problema	15
Justificación	17
Árbol de problemas	18
Idea para defender	19
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos	20
Líneas y sublíneas de investigación.....	21
Eje de formación.....	21
Marco Teórico	23
Modelo Canvas	23
Concepto.....	23
Creador	23
Importancia.....	23
Segmentos del modelo Canvas	24
Segmento de mercado.....	24
Propuesta de valor	24
Canales.....	24
Relación con los clientes	24
Flujo de ingresos.....	24
Recursos clave	24
Actividades clave.....	25
Alianzas clave.....	25
Estructura de costes	25
Arriendo de inmuebles.....	25

	10
Origen	25
Beneficios de dar en arriendo una casa	25
Airbnb	26
Origen	26
Creadores	26
Beneficios para el hospedador	26
Beneficios para el consumidor	27
Impuestos	27
Marco Legal	28
Política, Gobierno y Ley	28
Constitución Política de la República del Ecuador:	28
Ley de Régimen Tributario Interno: Ley del Registro Único de Contribuyentes, RUC ...	29
Código Civil	29
Código de comercio	30
Ley de Compañías	30
Marco Conceptual	32
Modelo Canvas	32
Rentar	32
Airbnb	32
Arrendamiento	32
Playa Las Palmas	32
Alquiler	32
Hospedador	32
Esmeraldas	32
CAPÍTULO II	33
Marco Metodológico	33
Tipo de investigación	33
Método de investigación	33
Tipo de diseño de la investigación	33
Nivel de investigación	33

	11
Unidad de análisis.....	34
Población, muestra.....	34
Población	34
Técnicas de investigación.....	34
Encuestas	34
Instrumentos de investigación	34
Cuestionario.....	34
Diseño de la encuesta	35
Recopilación y registros de datos	35
Tabulación y análisis de datos	36
Pregunta 1 ¿Ha usado usted la plataforma de alquiler de Airbnb?.....	36
Análisis	36
Pregunta 2 ¿Le gustaría descargar la aplicación y poder revisar los distintos lugares donde podría vacaciones o ir en viaje de negocios?.....	37
Análisis	37
Pregunta 3 ¿Le gusta visitar playas y hospedarse cerca al mar?	38
Análisis	38
Pregunta 4 ¿Ha visitado alguna playa de Esmeraldas?.....	39
Análisis	39
Pregunta 5 ¿Conoce usted el malecón de las Palmas en Esmeraldas?	40
Análisis	40
Pregunta 6 ¿Le parece más adecuado si viaja con su familia ahorrar en el desayuno hospedándose en un lugar equipado con cocina?	41
Análisis	41
Pregunta 7 ¿Cuándo viaja a la playa cuantos días usualmente se queda?	42
Análisis	42
Pregunta 8 Si viaja con su familia le gustaría hospedarse en:	43
Análisis	43
Pregunta 9 ¿Qué servicios le gustaría que tenga el lugar para hospedarse con su familia en la playa?.....	44

	12
Análisis	44
Pregunta 10 ¿Cuánto cree que es una tarifa adecuada a pagar por noche por toda la familia (4 a 5 personas)?	45
Análisis	45
Conclusión	46
CAPITULO III	47
Propuesta	47
Segmentación del Mercado	47
Segmentación Geográfica.....	47
Segmentación demográfica.....	47
Segmentación psicográfica	49
Propuesta de valor	49
Canales.....	52
Relación con el cliente.....	54
Fuente de ingresos	54
Presupuesto de venta	54
Recursos clave	54
Recurso Financiero	55
Recursos físicos	55
Recurso Humano	55
Actividades clave.....	57
Aliados clave	57
Estructura de Costes	57
Conclusiones.....	59
Recomendaciones	60
Bibliografía.....	61
Anexos	63
Fotos del ambiente.....	63
Estudio de mercado	64

Índice de Figuras

Figura 1. Árbol de problemas	18
Figura 2. Resultado de la pregunta N°1	36
Figura 3. Resultado de la pregunta N°2	37
Figura 4. Resultado de la pregunta N°3	38
Figura 5. Resultado de la pregunta N°4	39
Figura 6. Resultado de la pregunta N°5	40
Figura 7. Resultado de la pregunta N°6	41
Figura 8. Resultado de la pregunta N°7	42
Figura 9. Resultado de la pregunta N°8	43
Figura 10. Resultado de la pregunta N°9	44
Figura 11. Pregunta N°10 de la encuesta	45
Figura 12. Segmentación Geográfica.....	47
Figura 13. Segmentación demográfica	48
Figura 14. Aplicación Mercado Libre.....	52
Figura 15. Aplicación Marketplace de Facebook	52
Figura 16. Plataforma Airbnb	52
Figura 17. Recurso Humano	55
Figura 18. Plano de distribución de la planta, fotos y/o cotizaciones de maquinaria y equipo: 56	
Figura 19. Proforma de alojamiento N°1	64
Figura 20. Proforma de alojamiento N°2	64

Índice de Tablas

Tabla 1. Líneas y sublíneas de investigación.....	21
Tabla 2. Eje de formación	21
Tabla 3. Resultado de la pregunta N°1	36
Tabla 4. Resultado de la pregunta N°2.....	37
Tabla 5. Resultado de la pregunta N°3.....	38
Tabla 6. Resultado de la pregunta N°4.....	39
Tabla 7. Resultado de la pregunta N°5.....	40
Tabla 8. Resultado de la pregunta N°6.....	41
Tabla 9. Resultado de la pregunta N°7.....	42
Tabla 10. Resultado de la pregunta N°8	43
Tabla 11. Resultado de la pregunta N°9	44
Tabla 12. Resultado de la pregunta N°10	45
Tabla 13. Segmentación psicográfica	49

Tabla 14.	Propuestas de valor	50
Tabla 15.	Canales.....	53
Tabla 16.	Relación con el cliente.....	54
Tabla 17.	Presupuesto de venta.....	54
Tabla 18.	Detalle de necesidad de recurso financiero.....	55
Tabla 19.	Lista de Actividades clave	57
Tabla 20.	Aliados clave.....	57
Tabla 21.	Estructura de Costes.....	58
Tabla 22.	Resultado de Ingreso menos egresos	58
Tabla 23.	Cuestionario	65
Tabla 24.	Presupuesto de muebles y enseres	66
Tabla 25.	Presupuesto de servicios básicos	66
Tabla 26.	Presupuesto de materia prima	66
Tabla 27.	Presupuesto de publicidad	67
Tabla 28.	Flujo de proceso.....	67

Tema: Modelo de negocio Canvas para Airbnb casa en playa, Las Palmas – Esmeraldas.

Planteamiento del problema

Cuando la necesidad de generar ingresos se cruza con la falta de lugares para hospedarse, nace de tres jóvenes una idea para lograr solventar su insolvencia para pagar la renta. La historia de este emprendimiento que cuenta la página web de Airbnb es que nació en 2007, cuando dos de sus fundadores hospedaron a tres personas en su departamento de San Francisco. Desde entonces Airbnb ha generado un crecimiento constante, y actualmente cuenta con 4 millones de anfitriones que invirtieron sus casas, departamentos o lugares para hospedar más de 1.000 millones de viajeros en casi todos los países del mundo, generando así más de tres mil millones de dólares en el 2018 (Airbnb, 2023).

EL modelo para generar ingresos de Airbnb funciona en base a la tarifa que el anfitrión y los viajeros deben pagar como comisión.

En América Latina este modelo ha creado un impacto importante sobre el gasto de los huéspedes, quienes ven en Airbnb una opción para hospedarse, y generando así más de \$17 mil millones de dólares. Esto representa casi un 6% de toda la actividad turística que se produce en América Latina, lo que convierte a Airbnb en un actor cada vez más importante en la región. Se puede resaltar que dentro de esta actividad más de la mitad de los inversores son mujeres con un 53,2%. Ecuador no es la excepción. Airbnb está presente e interviene en la generación de más de 23 mil empleos no solamente directos sino también indirectos, donde se proyecta que el gasto de los visitantes que usan la plataforma supera los \$3,6 mil millones de dólares destinados a actividades como restaurantes, diversión, alquiler de transporte y otras más.

El gobierno ecuatoriano a través de su Ministerio de Turismo tiene previsto en el 2023 hacer inversiones importantes en el sector turístico brindando para los emprendedores créditos e incentivos tributarios asequibles con tasas de 5% de interés, 10 años plazo y 1 año de gracia. De acuerdo con la revista Ekos, el ministro Niels Olsen y el gobierno planea dotar de \$8 millones de dólares para promocionar al Ecuador como potencia turística en distintas ferias internacionales. (EKOS, 2022)

La playa en Las Palmas se encuentra a sólo 10 minutos de la ciudad de Esmeraldas, siendo una de las playas más cercanas a la capital Quito. Este lugar paradisíaco busca transformarse en el mediano plazo en una de las plazas más importantes en el avance turístico del Ecuador: una playa que cuente con un malecón, restaurantes, cafeterías, parapente, pequeños quioscos de artesanías, a más de actividades como patinaje, ciclismo, y juegos infantiles. Este es un lugar donde la falta de

hospedarse es uno de los retos a corto plazo, siendo así un potencial candidato para una inversión con Airbnb.

Por lo tanto, bajo el análisis de los antecedentes planteados, presentamos la siguiente pregunta de investigación ¿Cuán viable es arrendar una casa en la playa ubicada en Las Palmas, provincia de Esmeraldas, en la plataforma de Airbnb?

Justificación

En primer lugar, se justifica este proyecto gracias a un desbalance de oferta y demanda. Debido a que en la playa de Las Palmas no hay muchos lugares para hospedarse, las opciones de alojamiento son pocas y costosas para familias que tienen varios miembros ya que es difícil poder costear varios días no solo de hospedaje sino también de alimentación. Familias preferirían lugares donde puedan tener acceso a cocina como si estuviese en su casa. En base a los modelos científicos y en base a los conocimientos transmitidos se puede lograr generar un plan de negocios Canvas donde las aristas para el cálculo de la rentabilidad incluyen: la frecuencia con la cual las personas salen de vacaciones en diferentes empresas, la frecuencia con la que las personas visitan la página de reserva de Airbnb, y el crecimiento en el rubro de uso de la plataforma para reservar hospedaje.

En segundo lugar, se desarrolla este trabajo tomando en cuenta el ámbito social, ya que el generar un lugar ideal para hospedar a turistas en la zona del litoral del Ecuador nos permite el desarrollo del sector turístico del país y contribuye al desarrollo de la población del sector. De esto se benefician todos los negocios de la playa las Palmas ya que ayuda a la economía de consumo en restaurantes, negocios de artesanías, alquiler de bicicletas, alquiler de parasoles y discotecas.

Institucionalmente, este proyecto permite potenciar un emprendimiento a partir de un bien que no se usa de manera continua por lo tanto una fuente de ingresos adicional y una actividad que puede ser replicada con miras a una empresa de alquiler de bienes.

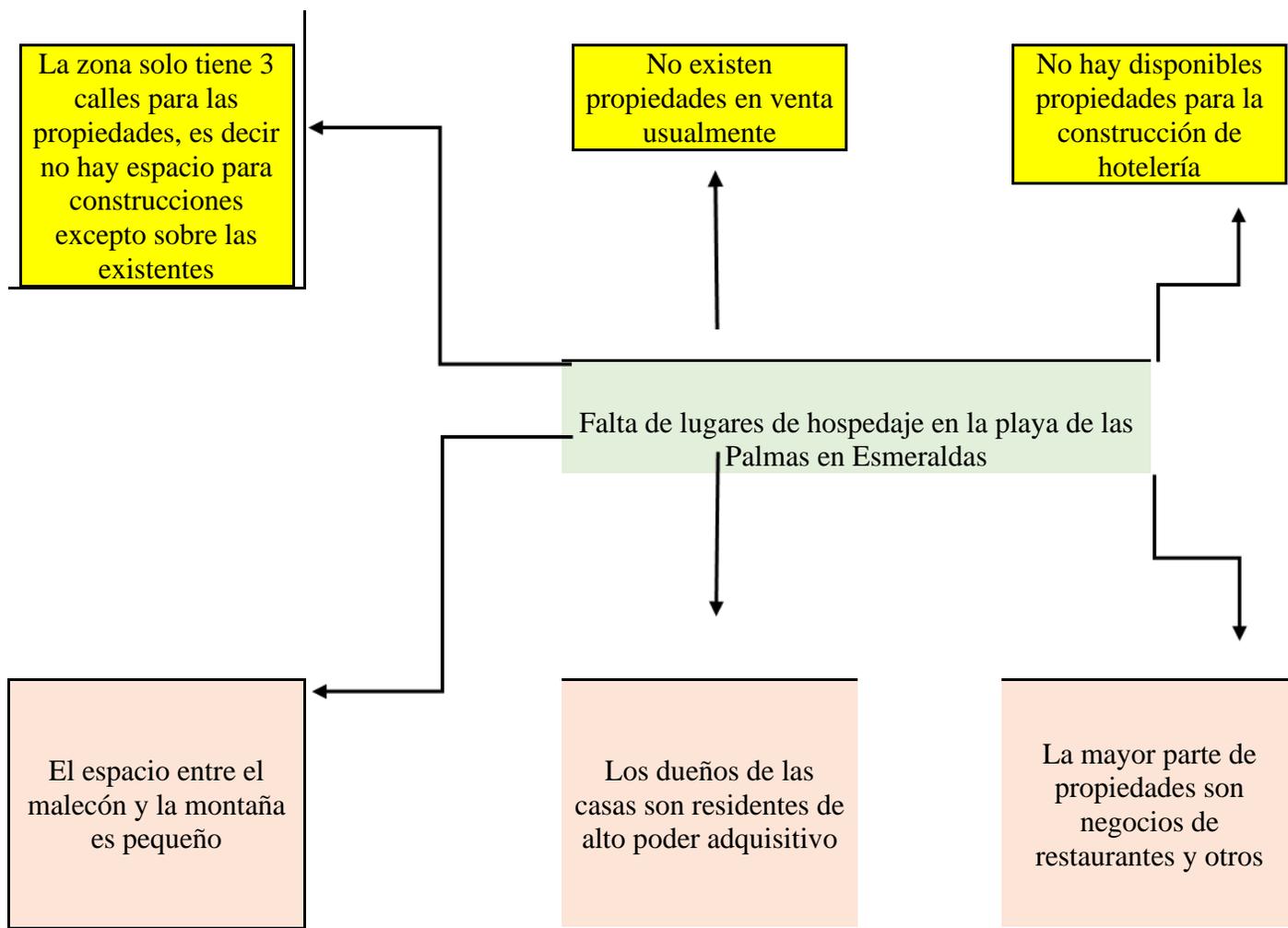
Gracias a los conocimientos adquiridos en estos años, en el Instituto Superior Universitario Tecnológico Pichincha, mismos que apalancan para que este proyecto tenga sustento académico y nos permita dirigir de manera acertada nuestras decisiones para un proyecto exitoso al final y durante su fortalecimiento.

La creación de este emprendimiento nos permite cumplir una meta más en nuestra vida, haciendo realidad un sueño que empezó durante el proceso de estudio en el Instituto.

Tenemos que ser perseverantes para lograr nuestro objetivo analizando las diferentes debilidades y amenazas que podrían ocasionar que el proyecto no llegue a cristalizarse, especialmente en el ámbito social y la seguridad que al momento limita a las personas a viajar a los distintos lugares de hospedaje en la costa del país.

Árbol de problemas

Figura 1. Árbol de problemas;



Nota: Elaborado por autor

Idea para defender

Las playas, no solo de nuestro país, sino a nivel mundial son siempre un lugar deseado por mucha gente para pasar sus vacaciones, además la playa las Palmas, es sin duda un lugar con potencial para crecer en los próximos años, dado a su cercanía a la capital , un malecón espacioso y su desarrollada zona de comercio, por lo tanto usar la propiedad que se encuentra a pocos pasos del mar y en base a un modelo Canvas que sustentará los cimientos para generar un ingreso constante; usando el proyecto de alquiler es viable y rentable, la frecuencia con la que el personal de las empresas sale de vacaciones durante todos los meses del año agrega un punto a favor para la consolidación.

Objetivo General

Implementar bajo el modelo Canvas un lugar de hospedaje en la playa de las Palmas en la provincia de Esmeraldas y bajo la plataforma de alquiler de Airbnb.

Objetivos Específicos

Fundamentar teóricamente mediante fuentes primarias y secundarias la viabilidad para la generación de una casa para rentar por medio de Airbnb

Compilar la información necesaria para el análisis adecuado que haga viable la renta de la casa en la playa de Las Palmas en Esmeraldas

Desarrollar la implementación bajo el modelo Canvas de un proyecto que me permita rentar la casa en la playa de Las Palmas, Esmeraldas por medio de la aplicación Airbnb.

Líneas y sublíneas de investigación

Tabla 1. Líneas y sublíneas de investigación.

Tema de Investigación	Modelo de negocio Canvas para Airbnb casa en playa, Las Palmas - Esmeraldas.
Línea de Investigación	Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario.
Sublíneas de Investigación	Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, micros empresas, talleres artesanales y pequeñas empresas.

Nota: Información Recopilada en el ITSHCPP

Eje de formación

Tabla 2. Eje de formación

	Materias integradoras	Resultados de aprendizajes
Eje de formación.	Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento.	<p>Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información.</p> <p>Desarrolla la capacidad de análisis y síntesis para el tratamiento del conocimiento científico y aplica al a solución de un problema de investigación en el campo de la Administración.</p>
	Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales.	<p>Está en la capacidad de aplicar los conocimientos para la creación y gestión de la producción en empresas pequeñas y de economía popular y solidaria.</p> <p>Puede desarrollar sistemas de producción de bienes o generación de servicios.</p>
	Administración de Presupuestos.	<p>Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.</p> <p>Planea las actividades de la empresa de acuerdo a los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de empresa.</p>

	<p>Marketing para emprendedores.</p>	<p>Elabora y aplica los elementos del marketing que se diseñan en los emprendimientos con el fin de proyectar una gestión de excelencia en la pyme.</p> <p>Aplica de manera práctica las estrategias genéricas y alternativas a fin de generar alternativas de competitividad en el mercado a cualquier tipo de organismo económico –social.</p>
	<p>Gestión de la Calidad.</p>	<p>Analiza, identifica y comprende problemas administrativos de manufactura y servicios locales para realizar investigaciones de nivel exploratorio, con enfoque prospectivo para el uso adecuado de métodos que conserven el ecosistema, a fin de promover el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y Economía Popular y Solidaria.</p>
	<p>Finanzas Corporativas.</p>	<p>Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo con la capacidad y estructura.</p> <p>Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento</p>

Nota: Información Recopilada en el ISTHCPP

Marco Teórico

Modelo Canvas

Concepto

El modelo de negocio Canvas es la herramienta para la creación y análisis de modelos de negocio aplicando de una forma simplificada. Se muestra de manera general en un lienzo compuesto de los principales aspectos que determinan al negocio y se basa en función a la propuesta de valor que se esté podría ofrecer, (Varela, 2017).

Utilizar el modelo Canvas permite dar una clara idea de la información de los clientes, también conocer la propuesta de valor, y el canal adecuado que genera ganancia a la empresa. Además, permite entender al negocio propio con una visión global, lo que hace fundamental ya que facilita la innovación y la adaptación a los cambios del mercado, así como conocer a la competencia. No solo permite comprender quiénes son los clientes y sus necesidades de producto, sino que también es fundamental para asegurar que todos los miembros de la organización cuenten con un enfoque unificado (Clavijo, 2022).

Creador

Fue creado en 2011 y diseñado por el doctor Alexander Osterwalder, quien nació en 1974, e Yves Pigneur en el libro Generación de Modelos de Negocio. Está basado dentro de la metodología Lean - Startup para buscar y motivar nuevas formas de creación, dar y recibir valor para el cliente mediante el continuo aprendizaje verificado.

Realiza una visualización y organización de los componentes antes de que sea plasmado a la práctica y utiliza de manera cotidiana puntos de innovación y mejora continua, (Barradas, 2019).

Importancia

De acuerdo con lo resumido por (Barradas, 2019), los principales beneficios del modelo Canvas son:

Permite un mejoramiento sustancial en la comprensión: Utilizando herramientas visuales. Esta metodología motiva el pensamiento creativo de los trabajadores que desarrollan el lienzo.

Variedad de los puntos de enfoque: En este modelo se sostiene una constante visión del modelo de negocio partiendo de las diferentes perspectivas: comercial, mercado, canales de distribución, etc.

Genera un análisis estratégico: En solo una hoja se pueden clasificar todos los elementos del lienzo y esto a su vez se convierte en una forma sencilla para obtener de la misma mayor ventaja

Segmentos del modelo Canvas

Guiados por (Osterwalder, 2015), tenemos estos nueve bloques que forman parte de un modelo de negocio:

Segmento de mercado

La importancia de determinar quién será nuestro potencial cliente a través de distintos métodos de análisis: ¿Sabes quién será tu cliente? ¿Cuáles podrían ser los segmentos de mercado? ¿Nos enfocamos a un mercado generalizado o a un nicho específico? (Osterwalder, 2015)

Propuesta de valor

La diferenciación de la empresa frente a las otras, que permiten que el cliente pueda preferirnos entre las otras existentes: ¿Conoces cuáles son las razones que te diferencia del resto?, ¿Realmente el proyecto es una novedad?, ¿Tú proyecto es el más barato?, ¿Realmente se dará una experiencia al usuario?, (Osterwalder, 2015).

Canales

Representa cómo vamos a comunicarnos con los clientes, que métodos y medios usaremos para llegar y darnos a conocer: ¿Cómo los usuarios llegarían a conocernos?, ¿Cómo pretendemos entregar la propuesta de valor a los diferentes clientes?, (Osterwalder, 2015).

Relación con los clientes

Para esto la empresa ya debe definir cuál va a ser el tipo de trato que se otorgará a los clientes sea automatizado o en persona y delinear en base a los siguientes cuestionamientos: ¿De qué manera se relaciona con los clientes?, ¿Cómo se logrará genera la fidelización requerida?, (Osterwalder, 2015).

Flujo de ingresos

Los clientes están dispuestos a gastar su dinero con nosotros por lo cual debemos definir los métodos de pago que requerirán para satisfacer su necesidad, tomando en cuenta que el fin de la empresa es generar ganancias: ¿Cómo se determinara los precios del producto o servicio?, ¿Cómo se lograra monetizar el proyecto?, (Osterwalder, 2015).

Recursos clave

Las empresas deben generar propuestas de valor para consolidarse en el mercado de manera sólida y esto a su vez le permita la generación de ingresos: ¿Cuáles son los recursos requeridos para llevar a cabo la actividad?, ¿Qué recursos son clave para diferenciarse?, (Osterwalder, 2015).

Actividades clave

Las acciones más importantes para una empresa son aquellas que los lleva al éxito, y son necesarias para generar el valor adicional que los clientes esperan. Son propuestas que permiten ingresos y relación constante en el mercado y consolidar así nuestro portafolio de clientes: ¿Qué procesos para la propuesta de valor requerimos en los flujos de producción y mercadeo?, (Osterwalder, 2015).

Alianzas clave

Para reducir los riesgos las empresas debe procurar generar alianzas con otras compañías. Estas pueden ser estratégicas donde la otra empresa no es competidora, o sea, empresas que permitan unir otro tipo de negocio, así como fusionarse entre competidoras. Lo más frecuentes es asociarse con las empresas que suministran los insumos lo cual permite una constancia de abastecimiento y debemos preguntarnos: ¿Cuáles pueden ser nuestros aliados que permitan ejecutar el proyecto de una manera adecuada, complementando nuestro proyecto?, (Osterwalder, 2015).

Estructura de costes

Este es uno de los puntos más importantes ya que nos permite el cálculo adecuado determinar cuánto dinero necesita la empresa para su funcionamiento eficaz, en resumen, la interrogante es ¿Conocemos los costes fijos y variables que afectan el modelo de negocio?, ¿Creemos que es un modelo con posibilidad de crecimiento?, (Osterwalder, 2015).

Arriendo de inmuebles

Se define al arrendamiento como la relación contractual verbal o escrita, en la que una persona natural o jurídica otorga el uso de un inmueble de manera temporal a otra persona a cambio de una un cobro económico llamada renta o canon de arrendamiento (Arellano, 2019).

Origen

El origen del arriendo procede desde la época de la economía agraria en Roma, en la conocida como mercado de la Roma imperial donde parte desde el principio de la expansión del imperio romano, esto data del siglo III a.C., (Serrano, 2011).

Beneficios de dar en arriendo una casa

En base a lo comentado en su artículo por (Asobancaria, 2022) los beneficios de arrendar una propiedad son entre muchos:

No es necesario tomar los ahorros para usarlos en el pago de empleados.

No se deja como un pasivo, al contrario, se convierte en un activo la propiedad que podría estar improductiva.

Los documentos y trámites requeridos para la actividad son mínimos.

En caso de problemas se puede recurrir a la legislación actual

Los beneficios fiscales para el arrendador, así como al arrendatario son buenos y no genera una carga fuerte.

Con el alquiler se tienen menos gastos, debido a que los impuestos asociados a la vivienda, generalmente

Los gastos por mantenimiento usualmente son bajos a largo plazo

Airbnb

Origen

Airbnb se originó en 2007, cuando dos de sus fundadores permitieron a tres huéspedes que se hospeden en su piso de San Francisco. Su crecimiento desde entonces ha sido exponencial, hoy en día cuenta con más de cuatro millones de hospedadores que han logrado arrendar sus alojamientos con mil millones de personas que desean viajar y esto en casi todos los países del mundo. Los hospedadores dan a su vez estancias excepcionales y experiencias únicas que hacen que los distintos viajeros puedan conocer el mundo de una manera más rápida, sencilla y económica, (Airbnb, 2023).

Creadores

Airbnb se creó en el 2008 en el mes de noviembre y sus creadores fueron Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk en San Francisco, California, (Airbnb, 2023).

Beneficios para el hospedador

De acuerdo con distintos testimonios registrados en la página oficial de (Airbnb, 2023) los principales son:

El poder ganar dinero extra sobre todo porque los términos los define el hospedador.

El poder tratar con los huéspedes y generar una mejora en tu comunidad debido a la mejora de condiciones para todos.

La ganancia es mayor que con el arrendamiento tradicional ya que el valor de renta es mayor día a día.

Al tener un alcance mundial hace exponencialmente más altas las probabilidades de conseguir inquilinos.

La plataforma de Airbnb da el respaldo, el soporte y protección para lograr que la actividad sea más segura.

Beneficios para el consumidor

Se puede determinar los siguientes beneficios para nuestro cliente los siguientes que nos mencionan en la página oficial de (Airbnb, 2023)

El precio de la reserva, que es más económico comparado con un hotel

La garantía que respalda a la reserva lo que provee al cliente la confianza de que el alojamiento es veraz y no una estafa que pueda hacer perder el dinero que muchas veces es destinado a las vacaciones.

La libertad de sentirse como en casa, al poder escoger el tipo de alojamiento que uno quiere, con las comodidades y decoración que cada uno puede ambicionar, adicional de muchas veces contar con servicios como lavadora o cocina que permite economizar aún más las estadías.

Impuestos

Muchas personas no conocen que como hospedadores también se debe pagar impuestos. Los contribuyentes deben tener su declaración de todos los ingresos que reciben durante el año, de la misma manera los ingresos procedentes por la relación con Airbnb también deben ser declarados. El sistema fiscal que recibe la operación realizada a través de Airbnb es similar al alquiler tradicional. Por eso es necesario cuantificar los ingresos obtenidos antes de realizar la declaración de la renta anual, (Wikipedia, 2022).

Marco Legal

La elaboración del modelo de negocios Canvas de este proyecto se basará en el siguiente marco legal:

Política, Gobierno y Ley

Las leyes en el país tienen un enfoque que permite regular el empleo, controlar las actividades comerciales y otras facultades que regulan el funcionamiento de las empresas estas deben cumplirse de manera obligatoria y tienen como finalidad brindar beneficios empresariales y garantizar el buen funcionamiento para el estado y al cliente, entre otras se encuentran:

Constitución Política de la República del Ecuador:

Dentro de la constitución hay varios principios que guían de la siguiente manera:

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.

8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Art. 244.- Dentro del sistema de economía social de mercado al Estado le corresponderá.

Literal 1.- Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen confianza. Las actividades empresariales pública y privada recibirán el mismo tratamiento legal. Se garantizarán la inversión nacional y extranjera en iguales condiciones.

Debemos mencionar el artículo de la constitución que habla sobre los “Derechos Económicos, Sociales y Culturales”, donde resalta el siguiente artículo

Art. 35.- El trabajo es un derecho y un deber social. Gozará de la protección del Estado, el que asegurará al trabajador el respeto a su dignidad, una existencia decorosa y una remuneración justa que cubra sus necesidades y las de su familia. Se regirá por las siguientes normas fundamentales:

Literal 2. El Estado propenderá a eliminar la desocupación y la subocupación.

Ley de Régimen Tributario Interno: Ley del Registro Único de Contribuyentes, RUC

En base a la información que se obtiene en (Servicio de Rentas Internas, 2022) se deberá tener en cuenta las siguientes disposiciones:

Capítulo I. De las disposiciones generales

Art. 1.- Concepto de registro único de contribuyentes. - Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria.

Art. 3.- De la inscripción obligatoria. - Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Código Civil

También es requerido observar lo que menciona el (H CONGRESO NACIONAL, 2015) respecto a la materia:

Art. 1856.- Arrendamiento es un contrato en que las dos partes se obligan recíprocamente, la una a conceder el goce de una cosa, o a ejecutar una obra o prestar un servicio, y la otra a pagar por este goce, obra o servicio un precio determinado, salvo lo que disponen las leyes del trabajo y otras especiales.

Art. 1857.- Son susceptibles de arrendamiento todas las cosas corporales o incorporeales que pueden usarse sin consumirse; excepto aquellas que la ley prohíbe arrendar, y los derechos estrictamente personales, como los de habitación y uso. Puede arrendarse aún la cosa ajena, y el arrendatario de buena fe tendrá acción de saneamiento contra el arrendador, en caso de evicción.

Art. 1858.- El precio puede consistir, ya en dinero, ya en frutos naturales de la cosa arrendada; y en este segundo caso puede fijarse una cantidad determinada o una cuota de los frutos de cada cosecha. Llámase renta cuando se paga periódicamente.

Art. 1963.- La sociedad puede ser civil o comercial. Son sociedades comerciales las que se forman para negocios que la ley califica de actos de comercio. Las otras son sociedades civiles.

Código de comercio

Se deberá revisar lo que refiere el (Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador, 2019)

Art. 7.- Se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico, aludidos en este Código; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos mencionados sea el de generar un beneficio económico

Art. 8.- Son actos de comercio para todos los efectos legales:

b) La compra o permuta de bienes muebles con destino a arrendarlos; el arrendamiento de los mismos; el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos, y el subarrendamiento de estos.

j) Las actividades mercantiles realizadas por medio de establecimientos físicos o sitios virtuales, donde se oferten productos o servicios; Se tendrán así mismo como actos de comercio todos los relacionados con actividades o empresas de comercio, y los ejecutados por cualquier persona para asegurar el cumplimiento de obligaciones comerciales

Art. 10.- Se considerarán comerciantes o empresarios, y estarán sometidos por tanto a las disposiciones de este Código:

c) Las unidades económicas o entes dotados o no de personalidad jurídica cuyo patrimonio sea independiente del de sus miembros, que desarrollen actividades mercantiles;

Art. 14.- Empresa es la unidad económica a través de la cual se organizan elementos personales, materiales e inmateriales para desarrollar una actividad mercantil determinada. El establecimiento de comercio, como parte integrante de la empresa, comprende el conjunto de bienes organizados por el comerciante o empresario, en un lugar determinado, para realizar los fines de la empresa. Podrán formar parte de una misma empresa varios establecimientos de comercio, y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá ser parte de varias empresas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.

Ley de Compañías

La Ley de compañía refiere varios artículos importantes (H. Congreso Nacional, 2017).

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Marco Conceptual

Modelo Canvas

Es una herramienta que permite la creación de modelos de negocios de manera más sencilla ya que al ser una herramienta visual genera un entendimiento rápido.

Rentar

Ofrecer una propiedad o bien a otra persona para su uso a cambio de dinero por un tiempo determinado.

Airbnb

Es una compañía que ofrece un servicio de intermediación en la renta de casas o departamentos a través de una plataforma para alojar a huéspedes alrededor de todo el mundo.

Arrendamiento

Es la acción de rentar firmando un acuerdo o contrato por el cual se cede el uso de un bien a otra persona a cambio de dinero.

Playa Las Palmas

Playa que se encuentra a diez minutos del centro de la Ciudad de Esmeraldas, la misma que como referencia está a 4 horas de la Capital de Ecuador, Quito. La misma tiene un malecón y diversos lugares de entretenimiento y alimentación.

Alquiler

Es la cantidad de dinero que se otorga por el arrendamiento de un bien.

Hospedador

Es la persona que permite el alojamiento de otra en su casa.

Esmeraldas

Es una de las 24 provincias del Ecuador, la misma se encuentra ubicada al norte del país en la región costanera, cuenta con distintas playas entre ellas: Las Palmas, Atacames, Muisne, Tonsupa y es muy frecuentada especialmente por la gente de la Capital Quito.

CAPÍTULO II

Marco Metodológico

Tipo de investigación

Para el desarrollo del proyecto Canvas se utilizará el tipo de investigación cuantitativa por medio de la investigación exploratoria y descriptiva, esto permitirá obtener información a través de encuesta del perfil de los posibles clientes y lograr el objetivo de la investigación, poder cuantificar los datos se deberá hacer la medición numérica y en base al análisis poder establecer los patrones de preferencia de los potenciales usuarios.

Método de investigación

Usando el conjunto de estrategias y herramientas de investigación que permita tener mediciones objetivas que sirva para predecir las preferencias y la viabilidad del proyecto se deberá usar el método científico haciendo un trabajo sistemático para resolver las inquietudes que se vayan presentando.

Tipo de diseño de la investigación

Se usará el tipo de investigación de campo ya que, a través de varios procesos que permitan obtener datos para estudiar, recopilados de las muestras que determinemos y poder analizarlos tal como se presentan, obteniendo la información directamente de los potenciales clientes.

Nivel de investigación

Se ha determinado que el nivel de Investigación exploratorio aplica al proyecto ya que permite brindar una percepción adecuada de cómo se comporta el mercado y logra determinar los fenómenos sometidos al análisis.

Unidad de análisis

Población, muestra

Población

Personas con salario formal, que trabajan en compañías estables, que tengan periodos de vacaciones de más de tres días, que gusten de visitar el litoral ecuatoriano, por lo cual se determinó como muestra adecuada al personal del área comercial de las oficinas de Corporación Favorita, mismas que se componen de acuerdo con la nómina actual de 150.

Técnicas de investigación

Para la elaboración de este proyecto se determina pertinente el uso de la siguiente técnica de investigación:

Encuestas

Diseñado para lograr identificar las características del mercado objetivo, determinar los gustos y los detalles de los lugares donde gustan vacacionar en el litoral del país, a través de la recopilación de los datos que se requiere para tomar decisiones.

Instrumentos de investigación

Cuestionario

El cuestionario que se ha desarrollado permite el uso de preguntas dicotómicas de opción múltiple, se consideró para el desarrollo del mismo preguntas y para su efecto fue aplicado a los colaboradores del área comercial de Corporación Favorita en las oficinas centrales ubicadas en Sangolquí, Ecuador.

Diseño de la encuesta

La encuesta está diseñada a partir de un cuestionario de 10 preguntas y para su realización se toma en cuenta al área comercial de Corporación Favorita específicamente a los que laboran en el área de peticiones los mismos que son 150 personas.

Recopilación y registros de datos

El trabajo de recopilación y los registros de los datos se realizó en dos días a través del envío en plataforma Google Forms vía grupo de comunicación telefónica tomándose un tiempo de 72 horas entre el lanzamiento hasta la recepción de todos los resultados.

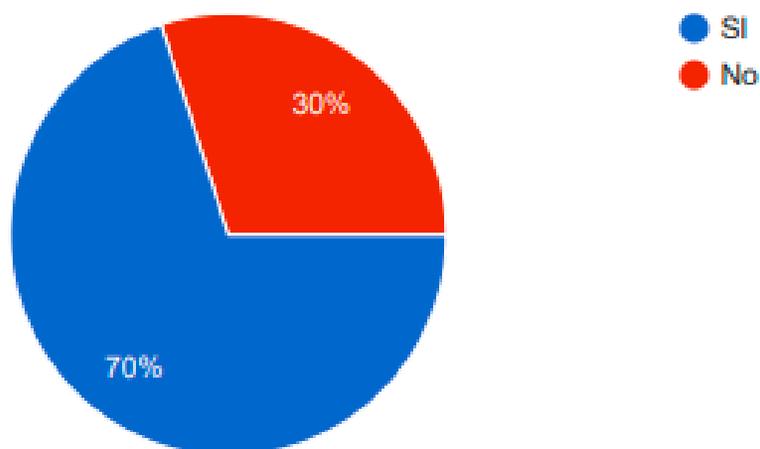
Tabulación y análisis de datos

Pregunta 1 ¿Ha usado usted la plataforma de alquiler de Airbnb?

Figura 2. Resultado de la pregunta N°1

¿Ha usado usted la plataforma de alquiler de Airbnb?

150 respuestas



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 3. Resultado de la pregunta N°1

¿Ha usado usted la plataforma de alquiler de Airbnb?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	105	70,00%
NO	45	30,00%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

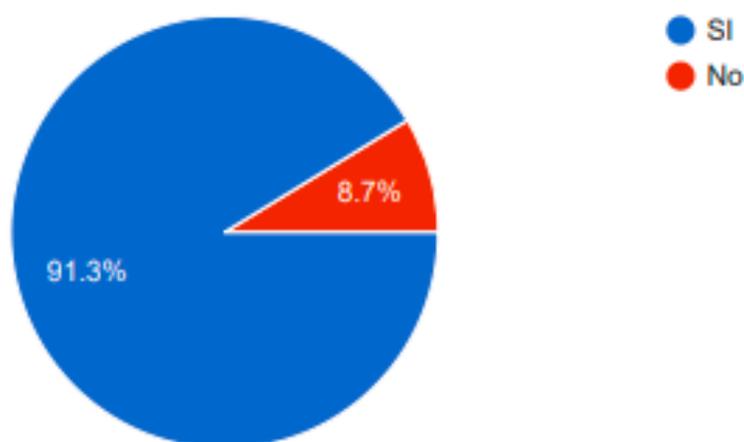
La encuesta realizada refleja que el 70 % de la población sí conoce la aplicación Airbnb, el 30 % desconoce la aplicación. Por lo tanto, el resultado es que la mayoría de la población si conoce la aplicación de Airbnb lo cual nos permite entender que es viable el uso de la plataforma para el proyecto.

Pregunta 2 *¿Le gustaría descargar la aplicación y poder revisar los distintos lugares donde podría vacaciones o ir en viaje de negocios?*

Figura 3. Resultado de la pregunta N°2

¿Le gustaría descargar la aplicación y poder revisar los distintos lugares donde podría vacaciones o ir en viaje de negocios?

150 respuestas



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 4. Resultado de la pregunta N°2

¿Le gustaría descargar la aplicación y poder revisar los distintos lugares donde podría vacaciones o ir en viaje de negocios?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	137	91,30%
NO	13	8,70%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

La encuesta realizada refleja que el 91,3 % de la población sí quisiera descargar la aplicación Airbnb, el 8,7% no estaría dispuesto a descargar la aplicación. En virtud de estos resultados se deduce que la mayoría de la población si desea descargar la aplicación de Airbnb lo cual a su vez brinda la oportunidad de encontrar una forma de incentivar el uso de la plataforma de Airbnb para que las personas contraten el servicio.

Pregunta 3 ¿Le gusta visitar playas y hospedarse cerca al mar?

Figura 4. Resultado de la pregunta N°3



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 5. Resultado de la pregunta N°3

¿Le gusta visitar playas y hospedarse cerca al mar?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	144	96,00%
NO	6	4,00%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

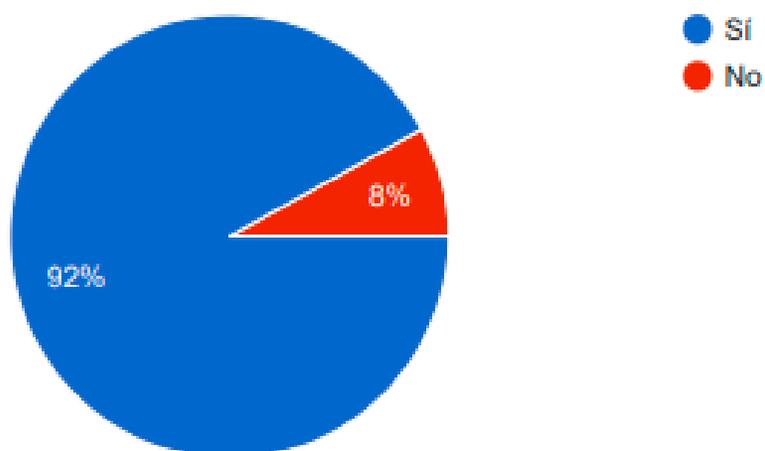
La encuesta realizada refleja que el 96% de la población le gusta visitar las playas en sus vacaciones, el 4 % no le gusta visitar la playa y hospedarse cerca al mar. Por esta razón se analiza que la mayoría de la población si le gusta la playa y hospedarse cerca al mar, convirtiéndose en una gran oportunidad de inversión que se podrá explotar con el proyecto.

Pregunta 4 ¿Ha visitado alguna playa de Esmeraldas?

Figura 5. Resultado de la pregunta N°4

¿Ha visitado alguna playa de Esmeraldas?

150 respuestas



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 6. Resultado de la pregunta N°4

¿Ha visitado alguna playa de Esmeraldas?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	138	92,00%
NO	12	8,00%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

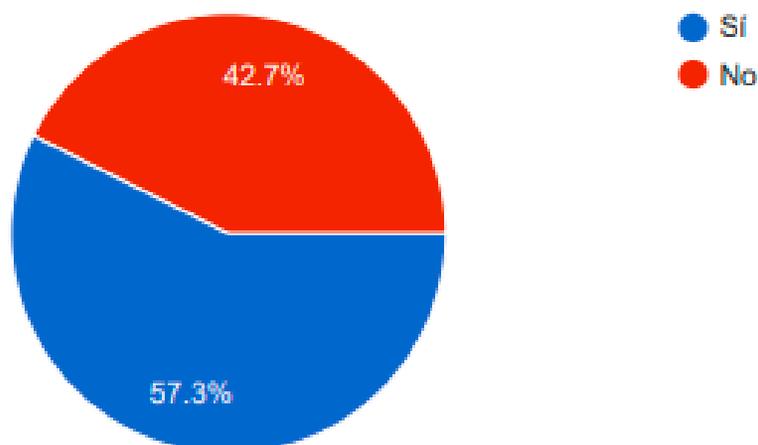
La encuesta realizada refleja que el 92 % de la población ha visitado alguna playa en la provincia de Esmeraldas, el 8 % no la ha visitado. Con este análisis, la mayor parte de los encuestados si ha visitado playas de Esmeraldas y esta familiarizada con las vías, lugares, y tienen la confianza de vacacionar en esta plaza que se puede aprovechar para el proyecto.

Pregunta 5 ¿Conoce usted el malecón de las Palmas en Esmeraldas?

Figura 6. Resultado de la pregunta N°5

¿Conoce usted el malecón de las Palmas en Esmeraldas?

150 respuestas



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 7. Resultado de la pregunta N°5

¿Conoce usted el malecón de las Palmas en Esmeraldas?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	86	57,30%
NO	64	42,70%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

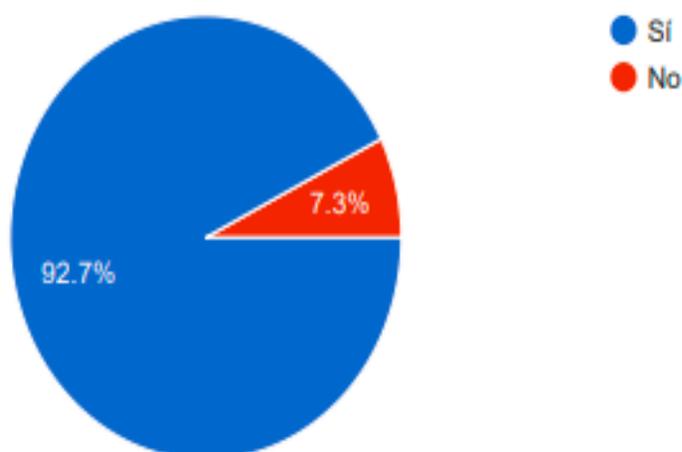
La encuesta realizada refleja que el 57,3 % de la población conoce el malecón en la playa de las Palmas en Esmeraldas, el 42,7 % desconoce el malecón o la playa Las Palmas. Dando como resultado que la mayoría de las personas que dieron sus respuestas conoce el malecón y la playa de las Palmas y eso permite que se busque formas de publicitar el lugar y recomendarlo como un paradero turístico.

Pregunta 6 *¿Le parece más adecuado si viaja con su familia ahorrar en el desayuno hospedándose en un lugar equipado con cocina?*

Figura 7. Resultado de la pregunta N°6

¿Le parece más adecuado si viaja con su familia ahorrar en el desayuno hospedándose en un lugar equipado con cocina?

150 respuestas



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 8. Resultado de la pregunta N°6

¿Le parece más adecuado si viaja con su familia ahorrar en el desayuno hospedándose en un lugar equipado con cocina?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	139	92,70%
NO	11	7,30%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

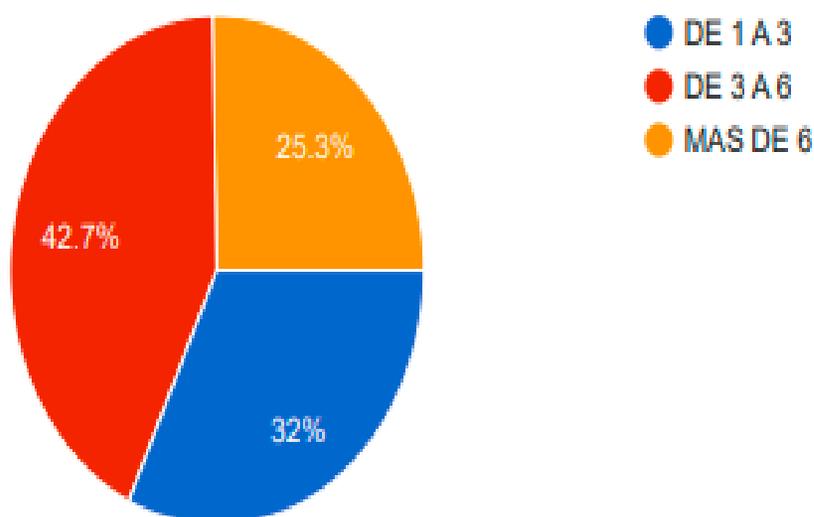
La encuesta realizada refleja que el 92,7 % de la población está de acuerdo en que es importante el ahorro en un lugar donde pueda cocinar, el 7,3 % no considera que es adecuado. De esta manera se define que la mayoría prefiere un lugar equipado con cocina para sus vacaciones generando un valor agregado al proyecto.

Pregunta 7 ¿Cuándo viaja a la playa cuantos días usualmente se queda?

Figura 8. Resultado de la pregunta N°7

¿Cuándo viaja a la playa cuantos días usualmente se queda?

150 respuestas



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 9. Resultado de la pregunta N°7

¿Cuándo viaja a la playa cuantos días usualmente se queda?		
Días	Frecuencia	Porcentaje
3 a 6	64	42,70%
1 a 3	48	32,00%
más de 6	38	25,30%
TOTAL	150	100%

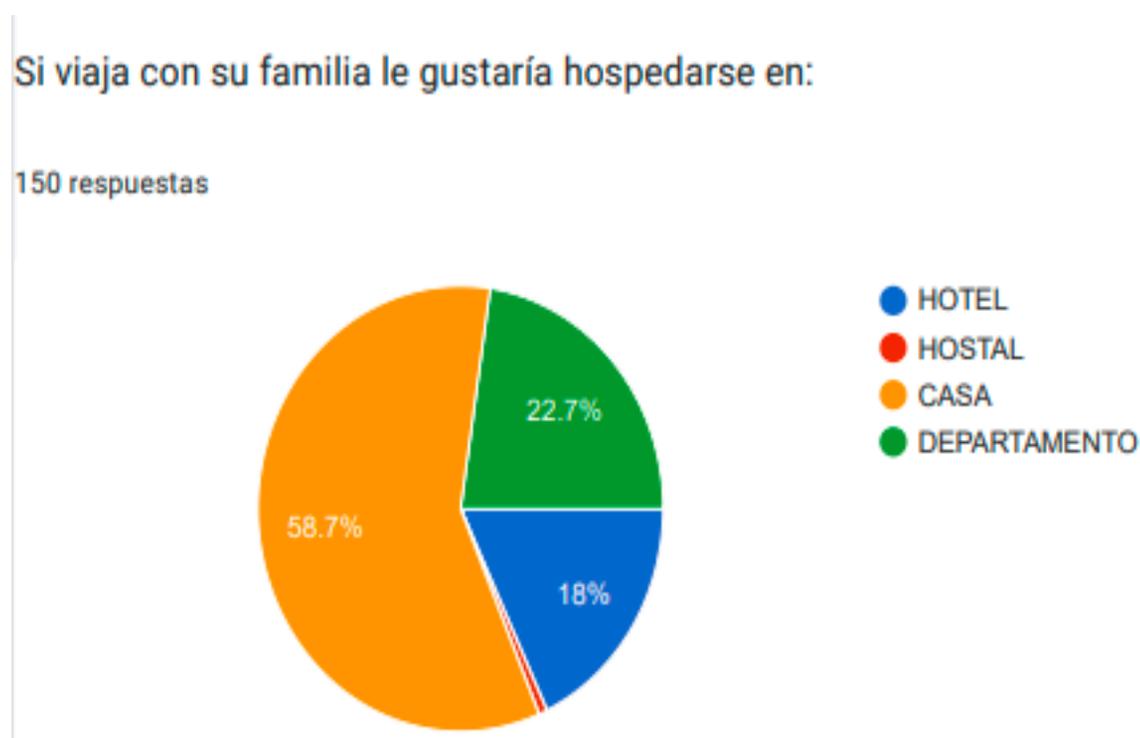
Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

La encuesta realizada refleja que el 42,7 % de la población se queda en la playa entre 3 y 6 días, el 32 % se queda entre 1 a 3 días, y que el 25,3% de la población permanece más de 6 días. Se considera entonces que la mayoría permanece en la playa más de 3 días y menos de 6 por lo que estaría ocupando la mayor parte de la semana por huéspedes, pudiendo desarrollar promociones para que completen los 6 días o 7 días y estén la semana completa.

Pregunta 8 Si viaja con su familia le gustaría hospedarse en:

Figura 9. Resultado de la pregunta N°8



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 10. Resultado de la pregunta N°8

Si viaja con su familia le gustaría hospedarse en:		
Tipo de lugar	Frecuencia	Porcentaje
Casa	88	58,70%
Departamento	34	22,70%
Hotel	27	18,00%
Hostal	1	0,60%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

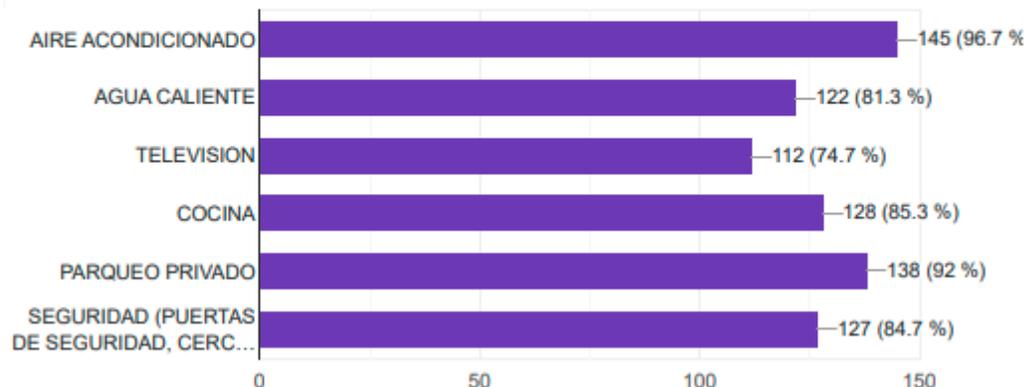
La encuesta realizada refleja que el 58,7 % de la población prefiere hospedarse en una casa, el 22,7% en un departamento, el 18% en un hotel, 0,6% en un hostel. Reflejando en el análisis que la mayoría prefiere hospedarse en una casa frente al resto de opciones, por lo cual destacar los beneficios de este tipo de lugar será muy importante en el marketing que se utilice.

Pregunta 9 ¿Qué servicios le gustaría que tenga el lugar para hospedarse con su familia en la playa?

Figura 10. Resultado de la pregunta N°9

Que servicios le gustaría que tenga el lugar para hospedarse con su familia en la playa:

150 respuestas



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 11. Resultado de la pregunta N°9

Que servicios le gustaría que tenga el lugar para hospedarse con su familia en la playa:				
Servicios	Frecuencia	Diferencia	Porcentaje que gusta	Porcentaje que no
Aire acondicionado	145	5	96,70%	3,30%
Agua caliente	122	28	81,30%	18,70%
Televisión	112	38	74,70%	25,30%
Cocina	128	22	85,30%	14,70%
Parqueo privado	138	12	92,00%	8,00%
Seguridades	127	23	84,70%	15,30%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

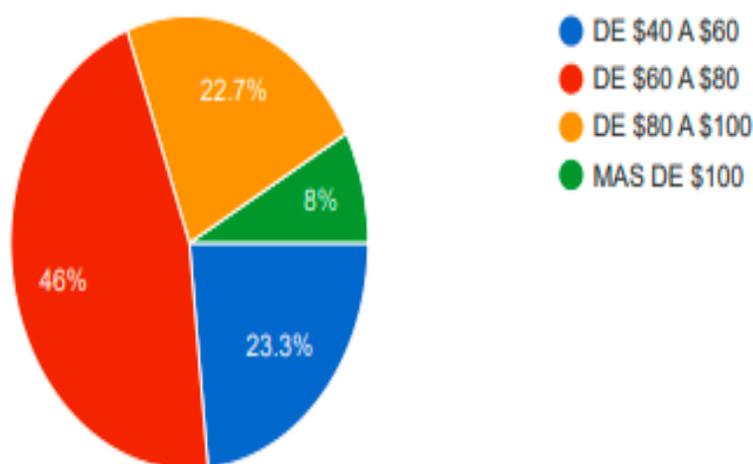
La encuesta realizada refleja que la población prefiere todos los servicios siendo en todos los casos más del 74,7% de los encuestados los que responden afirmativamente en los servicios ofrecidos por el proyecto, esta información permite desarrollar herramientas publicitarias que destaque los mismos.

Pregunta 10 ¿Cuánto cree que es una tarifa adecuada a pagar por noche por toda la familia (4 a 5 personas)?

Figura 11. Pregunta N°10 de la encuesta.

¿Cuánto cree que es una tarifa adecuada a pagar por noche por toda la familia (4 a 5 personas)?

150 respuestas



Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Tabla 12. Resultado de la pregunta N°10

¿Cuánto cree que es una tarifa adecuada a pagar por noche por toda la familia (4 a 5 personas)?		
Tarifa	Frecuencia	Porcentaje
60 a 80	69	46,00%
80 a 100	35	22,70%
40 a 60	34	23,30%
MÁS DE 100	12	8,00%
TOTAL	150	100%

Nota: Elaborado por autor a partir de la encuesta en Google Forms

Análisis

La encuesta realizada refleja que el 46 % de la población está dispuesto a pagar entre 60 y 80 dólares, 35 encuestados entre 80 y 100 dólares, 34 entre 40 y 60 dólares, y 12 más de \$100, esto permite determinar que el precio a manejar en el proyecto podría establecerse en más de 60 dólares acogiendo a más del 90% de la población.

Conclusión

En base a los resultados de la encuesta, al análisis desarrollado, se puede interpretar que la mayor parte de la población económicamente activa en empresas dedica sus vacaciones a disfrutar en la playa, esta habituada al medio en el que esta la casa para alquiler y conoce la plataforma para rentar el lugar.

Los servicios y ventajas que puede presentar el proyecto permiten en base al análisis que sea factible el proyecto para poder acoger a los turistas que desean hospedarse en un lugar hermoso y acogedor.

CAPITULO III

Propuesta

Procedemos a desarrollar el lienzo Canvas con su respectiva composición de 9 partes para elaborar el diseño del negocio de manera adecuada.

Segmentación del Mercado

El proyecto está enfocado en familias de más de tres integrantes, que tengan sueldo superior al básico, que trabajen en empresas donde usualmente salen escalonados de vacaciones a lo largo del año y gustan de pasar sus vacaciones en la playa buscando comodidad y economía.

Segmentación Geográfica

Figura 12. Segmentación Geográfica

Localización	Esmeraldas
Límites de la parroquia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Norte: Océano Pacífico ➤ Sur: Cantón Quinindé ➤ Este: Cantón Rioverde ➤ Oeste: Cantón Atacames
Altitud	Varía entre los 4 msnm en los sectores de las riveras e islas; a 555 msnm en el cerro zapallo y msnm en el cerro Tabete.
Clima	El es entre 28° C a 32°C, Viento 0 a 6 Km/h Humedad Relativa 81%
Superficie	1.338.67 Km ²

Nota: Elaborado por autor

Segmentación demográfica

En base a la segmentación demográfica podemos definir quienes pueden ser los potenciales clientes o consumidores, analizando sus gustos y preferencias.

Figura 13. Segmentación demográfica

Población según censo	189.504 habitantes				
Población total según género	ESMERALDAS		Hombre	Mujer	Total
	Total		92.076	97.428	189.504
Población por grupos de edad y sexo	La población del Cantón ESMERALDAS, según el Censo del 2001, representa el 41,0% del total de la Provincia de Esmeraldas; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo del 1,4% promedio anual. El 39,7% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 45,0% son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.				
Condiciones de pobreza	Codigo de parroquia	POBLACIÓN SEGUN NIVEL DE POBREZA		POBLACIÓN SEGUN NIVEL DE POBREZA	
		POBLACIÓN NO POBRES	POBLACIÓN POBRES	Total	% POBLACION NO POBRES
	Esmeraldas	77.614	81.798	159.412	48,7%
					% POBLACION POBRES
					51,3%

Población económicamente activa	El Cantón Esmeraldas cuenta con 5.622 establecimientos comerciales que representan el 47% del número provincial. Se desatacan los dedicados al comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas con 3.189 (57%), las actividades de alojamiento y preparación de comidas con 576 (10%) y; las industrias manufactureras con 377 establecimientos (7%). Otras actividades importantes son las relacionadas con Información y comunicación que en el cantón están presentes en un número de 224 (4%), las actividades profesionales, científicas y técnicas 148 (3%).								
Población de atención prioritaria (adultos mayores, discapacitados, niños, madres)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>METAS</th> <th>POLÍTICAS PÚBLICAS</th> <th>INDICADORES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Al 2019 se incrementa el número de programas y proyectos implementados con transversalización de los enfoques de igualdad: género, generacional, interculturalidad, movilidad humana, discapacidades.</td> <td>Generar acciones de difusión, concienciación, fomento, ejercicio y respeto de los derechos humanos, con énfasis en los derechos de niños y niñas, adolescentes y jóvenes, personas adultas mayores, mujeres, personas LGTBI, personas con discapacidad, en situación de movilidad humana y nacionalidades y pueblos.</td> <td>Porcentaje de población de los grupos de atención prioritaria incluida en programas y proyectos.</td> </tr> </tbody> </table>	METAS	POLÍTICAS PÚBLICAS	INDICADORES	Al 2019 se incrementa el número de programas y proyectos implementados con transversalización de los enfoques de igualdad: género, generacional, interculturalidad, movilidad humana, discapacidades.	Generar acciones de difusión, concienciación, fomento, ejercicio y respeto de los derechos humanos, con énfasis en los derechos de niños y niñas, adolescentes y jóvenes, personas adultas mayores, mujeres, personas LGTBI, personas con discapacidad, en situación de movilidad humana y nacionalidades y pueblos.	Porcentaje de población de los grupos de atención prioritaria incluida en programas y proyectos.		
METAS	POLÍTICAS PÚBLICAS	INDICADORES							
Al 2019 se incrementa el número de programas y proyectos implementados con transversalización de los enfoques de igualdad: género, generacional, interculturalidad, movilidad humana, discapacidades.	Generar acciones de difusión, concienciación, fomento, ejercicio y respeto de los derechos humanos, con énfasis en los derechos de niños y niñas, adolescentes y jóvenes, personas adultas mayores, mujeres, personas LGTBI, personas con discapacidad, en situación de movilidad humana y nacionalidades y pueblos.	Porcentaje de población de los grupos de atención prioritaria incluida en programas y proyectos.							

Nota: Elaborado por autor

Segmentación psicográfica

Tabla 13. Segmentación psicográfica

ESTILO DE VIDA	PERSONALIDAD	BENEFICIOS PRODUCTO	USO DEL PRODUCTO
Activo: Personas que les gusta vacacionar solos, en pareja o en familia	Nos basaremos en dos personalidades los sanguíneos ya que son personas expresivas, entusiastas, amistosos, habladores. Y los flemáticos son objetivos, confiables, tranquilos.	Ser propietario de una casa en la playa es una de las inversiones financieras más inteligentes que puedes hacer. Estar en el sol y la playa es algo que muchas personas desean, y que mejor que teniendo una vivienda cerca de ella.	Nuestros clientes son personas que esperar mucho tiempo para vacacionar en la playa con toda la familia, en un ambiente tranquilo y seguro que les permita disfrutar en familia.

Nota: Elaborado por autor

Propuesta de valor

De acuerdo con el flujo de Canvas la propuesta de valor nos permite determinar la estrategia que se usara para ofrecer el producto y el servicio enfocándonos en un tipo de consumidor o nicho específico:

Casa cómoda con cocina de inducción y enseres para su uso

A 3 minutos del malecón

Agua Caliente

Parqueo privado

Puertas de seguridad

Cerca eléctrica

Dispone de 1 cama de dos plazas, 3 camas de 1 plaza y un sofá cama.

Internet y Tv Cable

Tabla 14. Propuestas de valor

MATRIZ CRITERIOS Y RESPUESTAS			
CRITERIOS	RESPUESTAS		
Definir los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variables	Hostería las Palmas = \$97 familia de 5 integrantes. Hotel Casa Arnaldo= \$112 familia de 5 integrantes		
Identificar el tipo de Cliente que atendemos o queremos atender	Familias de 5 integrantes, con sueldo promedio en el hogar de \$ 800		
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad en productos y servicios, así como proceso de garantía de la calidad	Al finalizar la estadía, tendrán la opción de llenar una encuesta de satisfacción en el inmueble, adicional contará con una persona encargada de asistir al huésped en el aseo del inmueble.		
Identificar las frustraciones y trabajos que aliviamos del cliente en base al mapa del Perfil del cliente	Comodidad durante la estancia en Casa de la playa.		
Identificar las alegrías que generamos al cliente en base al Mapa del Perfil del Cliente	Limpieza, comodidad, seguridad.		
Establecer un cuadro comparativo con ventajas respecto a 2 competidores	Mi Negocio	Competidor 1	Competidor 2
	Casa en la playa, \$80, 2 dormitorios sala comedor, cocina baño	97 una habitación con 3 camas	112 1 habitación con 3 camas

<p>Identificar cuáles son los Trabajos del cliente al adquirir el producto o servicio que nosotros vamos a aumentar para garantizar la satisfacción</p>	<p>Descanso y relax absoluto en familia, en una casa privada donde puede sentirse como en su hogar sin que nadie le moleste.</p>
<p>Verificar los procesos de producción o entrega de productos o servicios en busca de brindar un mejor valor. (Economías de escala o búsqueda de un mejor proveedor)</p>	<p>Realizar convenios con Corporación Favorita para que los ejecutivos que hacen recorridos en los locales de Esmeraldas se hospeden en Casa de la playa.</p>
<p>Diseño de marca y empaque para generar mayor atracción al cliente en criterios de: Estatus, facilidad, diversión y simplicidad.</p>	
<p>Generar desagregación de productos y servicios para brindar al cliente la posibilidad de especialización.</p>	<p>La casa a diferencia del hotel u hostería tiene su propia cocina, refrigeradora, equipo de sonido que le permite al huésped ahorrarse la alimentación continua fuera que es costosa, mantener sus alimentos, y poder disfrutar de la comodidad de un hogar en la playa.</p>

Nota: Elaborado por autor

Canales

Sin duda alguna una de las partes más importantes del proyecto es la comunicación. Por lo tanto, se ha determinado el uso de la plataforma de Airbnb que sin duda genera una ventaja debido a su posicionamiento a nivel mundial. La publicación de anuncios tanto en Marketplace como en Mercado Libre que no requiere una inversión significativa y es de gran impacto.

Figura 14. Aplicación Mercado Libre

Publicación Plata	
Exposición en los listados	Media
Duración	60 días
Exposición en la Página principal de inmuebles	No
Costo	U\$S 8

Nota: obtenido de la pagina de Mercado Libre Ecuador (Mercado Libre, 2023)

Figura 15. Aplicación Marketplace de Facebook

¿Qué es Facebook Marketplace?

Facebook Marketplace es una función de Facebook que permite a los usuarios comprar, vender y descubrir productos. Esta es una funcionalidad completamente gratuita que aporta todas las herramientas necesarias para promocionar y vender los productos a través de la plataforma.

Nota: obtenido de la página de Godaddy (Miller, 2022)

Figura 16. Plataforma Airbnb



Nota: Obtenido de la página de Airbnb (Airbnb, 2023)

Tabla 15. Canales

4.- TIPOS DE CANALES			FASES DE CANALES				
			INFORMACIÓN	EVALUACIÓN	COMPRA	ENTREGA	POSVENTA
			<i>¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?</i>	<i>¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?</i>	<i>¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?</i>
PROPIO	DIRECTO	EQUIPO COMERCIAL	X	X	X	X	X
		VENTAS EN INTERNET	X		X		X
SOCIO	INDIRECTO	TIENDAS PROPIAS	X	X		X	
		TIENDAS DE SOCIOS					
		MAYORISTA					

PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
Promoción de cumpleaños	20% de descuento	Redes Sociales	Aplica promoción
Promoción por el día de las madres	35% de descuento	Redes Sociales	
Promoción por aniversario	30%	Redes Sociales	

Nota: Elaborado por autor.

Relación con el cliente

La comunicación con el cliente siempre debe ser asertiva por parte de todos los integrantes del equipo, la atención de sus necesidades, conocerlo y ofrecerle distintos beneficios en base al conocimiento de los aspectos más importantes de su vida y de su familia es clave para lograr que regresen y disfruten momentos inolvidables.

Tabla 16. Relación con el cliente

PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
Promoción de cumpleaños	20% de descuento	Redes Sociales	Aplica promoción
Promoción por el día de las madres	35% de descuento	Redes Sociales	
Promoción por aniversario	30%	Redes Sociales	

Nota: Elaborado por autor.

Fuente de ingresos

En el caso del proyecto al ser parte del patrimonio no hace falta de financiamiento, ya que los valores de inversión son sustentados por los ahorros propios.

De esta manera se puede disponer enteramente del usufructo del bien como una fuente de ingreso directa de bajo egreso.

Presupuesto de venta

Tabla 17. Presupuesto de venta

Proyección de Ventas					
Detalle	AÑO				
	1	2	3	4	5
Capacidad de ocupación	365	365	365	365	365
Proyección de ocupación	70%	75%	80%	85%	90%
Cantidad de días ocupados	255,5	273,75	292	310,25	328,5
Costo por día	\$ 80,00	\$ 82,80	\$ 82,80	\$ 82,80	\$ 82,80
Venta Anual	\$ 20.440,00	\$ 22.666,50	\$ 24.177,60	\$ 25.688,70	\$ 27.199,80

Nota: Elaborado por autor.

Recursos clave

Analizando el modelo de negocio propuesto deberá necesariamente contar con los siguientes recursos clave que señalamos a continuación para lograr un adecuado funcionamiento:

Recurso Financiero

Este recurso es necesario para adaptar el lugar y que disponga de todo lo que requiere el cliente, tomando en cuenta que el bien a esta listo para habitar no requeriremos de mayor inversión.

Tabla 18. Detalle de necesidad de recurso financiero

Detalle	valor	Recurso Financiero
Casa en la playa	\$ 45.000,00	recurso propio
Camas	\$ 420,00	recurso propio
Colchones	\$ 540,00	recurso propio
Tv	\$ 259,00	recurso propio

Recursos físicos

Consideramos como recurso físico tanto el lugar como tal, y los implementos requeridos para brindar comodidad al usuario.

Recurso Humano

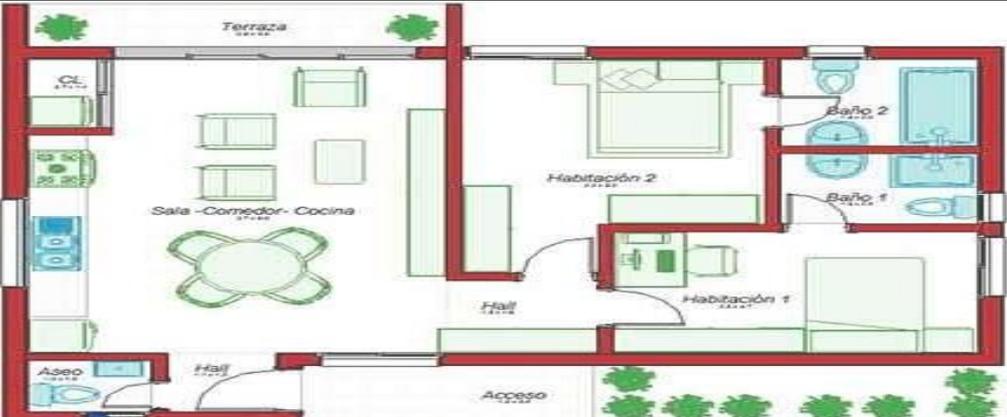
Al ser un servicio de hospedaje la inversión en este recurso es de una sola persona que se requiere para la recepción y limpieza del bien.

Figura 17. Recurso Humano

RECURSO	DESCRIPCIÓN
FINANCIEROS	Capital propio: Ahorros para la compra de los implementos requeridos.
FÍSICOS	2 CAMAS + 2 COLCHONES \$440 1 LITERA \$200 2 COLCHONES DE PLAZA Y MEDIA \$ 200
TECNOLÓGICOS	1 TV \$259
INTELECTUALES	
HUMANOS	1 PERSONA PARA LA LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO \$ 450

Nota: Elaborado por autor.

Figura 18. Plano de distribución de la planta, fotos y/o cotizaciones de maquinaria y equipo:





Cama Tapizada + Colchón + Obsequio

U\$S 220

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: **VARIOS**

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

12 meses de garantía de fábrica.



Litera Metalica Plaza Y Media

U\$S 200

Envío gratis



Colchon 1 Plaza Y Media Ortopédico Antiacaros Resorpedic So

U\$S 99⁴⁰



Daewoo Xtratech Smart Tv 32 Hd Android Samsung Sony LG 40 43

U\$S 259

Nota: Elaborado por autor.

Actividades clave

Se ha podido determinar las siguientes actividades clave para el adecuado funcionamiento del negocio las mismas que son identificadas en el siguiente orden:

Tabla 19. Lista de Actividades clave

Actividad	Detalle		
Programa de mercadeo	Airbnb	Marketplace	Mercado Libre
Contrato de prestación de servicios	Personal de limpieza		
Contrato de prestación de mantenimiento	Pintura	Plomería	Muebles

Aliados clave

El proveedor de insumos será clave para poder mantener siempre el servicio adecuado con calidad que buscamos de tal forma que determinamos el siguiente proveedor:

Tabla 20. Aliados clave

ACCIONISTA CLAVE				
Nombre	Cedula	Correo	N° Telefónico	Dirección
Mauricio Mantilla Duque.	1705288676	o_mantilla@yahoo.com	0998221224	El dorado
PROVEEDORES CLAVES				
Nombre Comercial	Nombre Gerente	Dirección	N° Telefónico	Correo
Supermaxi	Cristhian Mena	Av. Gral. Enríquez	022996500	cmena@favoria.com

Nota: Elaborado por autor.

Estructura de Costes

Tomando en cuenta la inflación anual prevista para el año 2023 según el medio (Primicias, 2023) será del 3,5% por lo que se tomará ese valor para nuestro cuadro.

Tabla 21. Estructura de Costes

Presupuesto de gasto anual					
Detalle	AÑO				
	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 3,00	\$ 4,00	\$ 5,00
Materia prima (suministros)	\$ 600,00	\$ 621,00	\$ 642,74	\$ 665,23	\$ 688,51
Costo de materiales	\$ 600,00	\$ 621,00	\$ 642,74	\$ 665,23	\$ 688,51
Salario	\$ 3.000,00	\$ 3.105,00	\$ 3.213,68	\$ 3.326,15	\$ 3.442,57
Servicios básicos	\$ 351,00	\$ 363,29	\$ 376,00	\$ 389,16	\$ 402,78
Depreciación	\$ 876,00	\$ 906,66	\$ 938,39	\$ 971,24	\$ 1.005,23
Gastos administrativos	\$ 4.227,00	\$ 4.374,95	\$ 4.528,07	\$ 4.686,55	\$ 4.850,58
Publicidad	\$ 381,00	\$ 394,34	\$ 408,14	\$ 422,42	\$ 437,21
Gasto de venta	\$ 381,00	\$ 394,34	\$ 408,14	\$ 422,42	\$ 437,21
Total de gastos	\$ 5.208,00	\$ 5.390,28	\$ 5.578,94	\$ 5.774,20	\$ 5.976,30
Inflación año 2022	3,50%				

Nota: Elaborado por autor.

Tabla 22. Resultado de Ingreso menos egresos

Resultado					
Detalle	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 20.440,00	\$ 22.666,50	\$ 24.177,60	\$ 25.688,70	\$ 27.199,80
Egresos	\$ 5.208,00	\$ 5.390,28	\$ 5.578,94	\$ 5.774,20	\$ 5.976,30
Utilidad anual	\$ 15.232,00	\$ 17.276,22	\$ 18.598,66	\$ 19.914,50	\$ 21.223,50

Conclusiones

Luego de haber terminado el modelo Canvas para el modelo de negocio Canvas para Airbnb casa en playa, Las Palmas determinamos las siguientes conclusiones:

Gran parte de las personas que tienen un trabajo fijo en empresas y otros tienen como objetivo en sus vacaciones pasar en la playa, al ser las Palmas un lugar cercano a la Capital donde se concentran muchas compañías es un lugar ideal para el consumidor, su regeneración y el desarrollo de su malecón con varias distracciones adicionales hace un destino deseado para las personas.

Dentro de las propuestas de valor que ofrecemos en el proyecto esta la comodidad, la economía, la cercanía y otros beneficios importantes que los consumidores buscan cuando invierten su dinero con su familiar en los momentos más esperados del año como son sus vacaciones. Cada uno de nosotros usualmente planifica espacios familiares largos donde se puede disfrutar del tiempo en familia, y sin duda el cuidado que se pone a cada una de las actividades va de la mano con el uso más adecuado del presupuesto para lograr el equilibrio entre los gastos y el tiempo que se disfruta, haciendo las actividades de valor. Este proyecto ofrece la comodidad de ir a la playa y estar como en casa, con todas las comodidades para evitar gastos innecesarios que permite el ahorro para disfrutar del tiempo de calidad.

Basados en el modelo Canvas se puede dar forma al desarrollo del proyecto, de la misma manera el modelo permite seguir un orden adecuado a cada paso y lograr que el desarrollo al final sea exitoso.

Recomendaciones

Mantener el uso de modelo Canvas con el fin de que el proyecto sea exitoso, tomando en cuenta que el uso de este es sencillo y sobre todo permite tener claro cada uno de los aspectos necesarios para el desarrollo del proyecto, dándonos la pauta para llevar un orden adecuado en las acciones a realizar.

Utilizar las herramientas tecnológicas existentes, el desarrollo de actividades publicitarias a través de redes sociales y medios de comunicación adecuados para llegar a los posibles usuarios. Realizar modelo de promociones de fidelización para lograr que los consumidores regresen, tener un nivel de satisfacción alto escuchando las opiniones de los usuarios una vez terminada su estadía.

Mantener el ambiente limpio, ordenado y funcional de tal manera que la satisfacción en la estadía sea siempre alta y de esta manera los comentarios en la plataforma permitan la confianza de más usuarios al uso de servicio y de esta manera suba el porcentaje de ocupación sobre el 90%.

Bibliografía

- Airbnb. (s/d de s/m de 2023). *News.airbnb*. Obtenido de <https://news.airbnb.com/es/about-us/#:~:text=Airbnb%20naci%C3%B3en%202007%2C%20cuando,todos%20los%20pa%C3%ADses%20del%20mundo.>
- Arellano, P. (30 de 04 de 2019). *Derecho Ecuador* . Obtenido de <https://derechoecuador.com/arrendamiento-de-bienes-inmuebles/>
- Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador. (14 de 05 de 2019). *Codigo de Comercio*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Asobancaria. (s/d de s/m de 2022). *Saber mas para ser mas*. Obtenido de <https://www.sabermassermas.com/ventajas-y-desventajas-de-arrendar/>
- Barradas, J. (s/n de 08 de 2019). *Modelo Canvas*. Obtenido de https://www.uv.mx/personal/ermeneses/files/2019/08/Modelo_CANVAS.pdf
- Booking. (s/d de s/m de 2023). *Booking.com*. Obtenido de https://www.booking.com/country/ec.es.html?aid=1610688;label=ec-f8icK9qxfWIMyOfXhz99AS379588882050:pl:ta:p1:p2:ac:ap:neg:fi:tikwd-302761809520:lp9069516:li:dec:dm:ppccp=UmFuZG9tSVYkc2Rllyh9YfpWGnRw6lOGZNq08ntPlxk;ws=&gclid=EAIaIQobChMI3_PuibXF_QIVR_DjBx2
- Clavijo, C. (08 de 07 de 2022). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- EKOS. (01 de 12 de 2022). *ekosnegocios.com*. Obtenido de <https://ekosnegocios.com/articulo/incentivos-para-el-turismo-en-ecuador-para-2023>
- H CONGRESO NACIONAL. (22 de 05 de 2015). *CODIGO CIVIL*. Obtenido de https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Codificacion_del_Codigo_Civil.pdf
- H. Congreso Nacional. (29 de 12 de 2017). *Ley de Compañías*. Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Mercado Libre. (s/d de s/m de 2023). *Mercado Libre* . Obtenido de <https://www.mercadolibre.com.ec/>
- Miller, D. (13 de 04 de 2022). *GoDaddy*. Obtenido de <https://es.godaddy.com/blog/vender-en-facebook-que-es-facebook-marketplace-y-como->

utilizarlo/#:~:text=El%20marketplace%20de%20Facebook%20es,empezar%20a%20vender%20los%20productos.

Osterwalder, A. (s/n de 01 de 2015). *Business Model Canvas*. Obtenido de <https://fundacionactivate.org/wp-content/uploads/2015/01/BUSINESS-MODEL-CANVAS.pdf>

Primicias. (31 de 01 de 2023). *Primicias Ecuador*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-precios-ecuador-onu/>

Serrano, L. (s/n de 09 de 2011). *BREVES NOTAS ACERCA DEL ORIGEN DEL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO EN DERECHO ROMANO*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/342929163_El_origen_del_contrato_de_arrendamiento_en_el_derecho_romano

Servicio de Rentas Internas. (s/d de 06 de 2022). *VOYA EMPRENDER MI NEGOCIO*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>

Smarttravel. (27 de 11 de 2018). *Todo sobre Airbnb: historia, modelo de negocio y futuro*. Obtenido de <https://www.smarttravel.news/airbnb-historia-modelo-negocio-futuro/>

Varela, R. (25 de 06 de 2017). *Emprende Pyme*. Obtenido de <https://emprendepyme.net/plan-de-negocio>

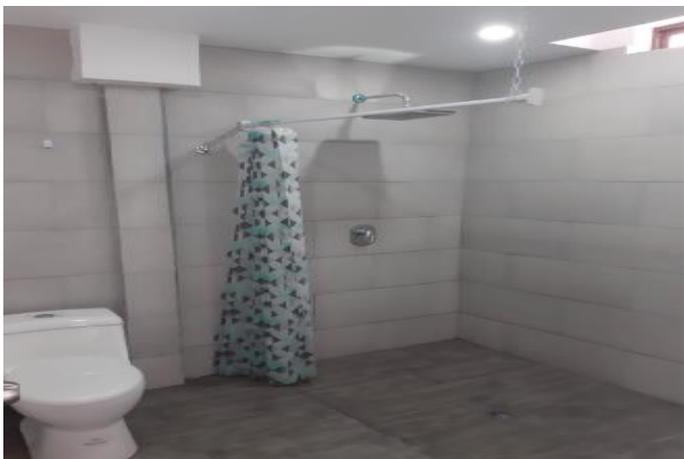
Wikipedia. (13 de 10 de 2022). *La Enciclopedia Libre*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Airbnb>

Anexos

Fotos del ambiente



Nota: Elaborada por autor



Nota: Elaborada por autor



Nota: Elaborada por autor

Estudio de mercado

Figura 19. Proforma de alojamiento N°1



Nota: Investigado en (Booking, 2023)

Proforma #2

Figura 20. Proforma de alojamiento N°2



Nota: investigado en (Booking, 2023).

Tabla 23. Cuestionario

Numero	Pregunta	Opciones
1	¿Ha usado usted la plataforma de alquiler de Airbnb?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
2	¿Le gustaría descargar la aplicación y poder revisar los distintos lugares donde podría vacaciones o ir en viaje de negocios?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
3	¿Le gusta visitar playas y hospedarse cerca al mar?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
4	¿Ha visitado alguna playa de Esmeraldas?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
5	¿Conoce usted el malecón de las Palmas en Esmeraldas?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
6	¿Cuándo viaja a la playa cuantos días usualmente se queda?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
7	Si viaja con su familia le gustaría hospedarse en:	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel • Hostal • Casa • Departamento en edificio
8	¿Le parece más adecuado si viaja con su familia ahorrar en el desayuno hospedándose en un lugar equipado con cocina?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
9	Que servicios le gustaría que tenga el lugar para hospedarse con su familia en la playa:	<ul style="list-style-type: none"> • Aire acondicionado • Agua caliente • Televisión • Cocina • Sofá • Parqueo privado • Seguridad
10	¿Cuánto cree que es una tarifa adecuada a pagar por noche por toda la familia (4 a 5 personas)?	<ul style="list-style-type: none"> • 40 • 60 • 80 • 100

Nota: Elaborado por autor

Tabla 24. Presupuesto de muebles y enseres

Presupuesto de muebles y enseres					
descripción	cantidad	valor	total	frecuencia	costo mensual
toallas	14,00	\$ 12,00	\$ 168,00	6 meses	\$ 28,00
sabanas	6,00	\$ 15,00	\$ 90,00	6 meses	\$ 15,00
colchones	4,00	\$ 135,00	\$ 540,00	3 años	\$ 15,00
Cama	1,00	\$ 220,00	\$ 220,00	10 años	\$ 1,83
litera	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00	10 años	\$ 1,67
sofa cama	1,00	\$ 180,00	\$ 180,00	10 años	\$ 1,50
almohada	6,00	\$ 10,00	\$ 60,00	6 meses	\$ 10,00
Venta Anual			\$ 1.458,00		\$ 73,00

Nota: Elaborado por autor

Tabla 25. Presupuesto de servicios básicos

Presupuesto de servicios básicos					
descripción	cantidad	valor	total	frecuencia	costo mensual
agua	1,00	\$ 12,00	\$ 12,00	mensual	\$ 12,00
luz	1,00	\$ 15,00	\$ 15,00	mensual	\$ 15,00
internet	1,00	\$ 18,00	\$ 18,00	mensual	\$ 18,00
tv cable	1,00	\$ 15,00	\$ 15,00	mensual	\$ 15,00
impuestos	1,00	\$ 111,00	\$ 111,00	anual	\$ 9,25
mantenimiento	1,00	\$ 180,00	\$ 180,00	anual	\$ 15,00
Venta Anual			\$ 351,00		\$ 84,25

Nota: Elaborado por autor

Tabla 26. Presupuesto de materia prima

presupuesto de materia prima					
descripción	cantidad	valor	total	frecuencia	costo mensual
Jabón	15,00	\$ 0,52	\$ 7,85	mensual	\$ 7,85
Shampoo	1,00	\$ 2,89	\$ 2,89	mensual	\$ 2,89
Desinfectante de piso	15,00	\$ 0,97	\$ 14,55	mensual	\$ 14,55
cloro	15,00	\$ 0,85	\$ 12,75	mensual	\$ 12,75
escobas	2,00	\$ 1,79	\$ 3,58	anual	\$ 0,30
trapeador	4,00	\$ 3,02	\$ 12,08	anual	\$ 1,01
jabon de traste	4,00	\$ 1,04	\$ 4,16	mensual	\$ 4,16
estropajo	1,00	\$ 0,64	\$ 0,64	mensual	\$ 0,64
pañes	2,00	\$ 1,00	\$ 2,00	mensual	\$ 2,00
gastos imprevistos 5%			\$ 3,03	mensual	\$ 3,03
Venta Anual			\$ 60,50		\$ 49,17

Nota: Elaborado por autor

Tabla 27. Presupuesto de publicidad

Presupuesto de Publicidad					
descripción	cantidad	valor	total	frecuencia	costo mensual
Mercado libre	6,00	\$ 8,00	\$ 48,00	6 meses	\$ 4,00
Airbnb	1,00	\$ 377,13	\$ 377,13	anual	\$ 377,13
Market place	1,00	\$ -			
Venta Anual			\$ 425,13		\$ 381,13

Nota: Elaborado por autor

Tabla 28. Flujo de proceso

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN
1 RESERVACIÓN ON LINE	<ul style="list-style-type: none"> Se reserva la casa previa un anticipo por parte del huésped.
2 CHECK IN	<ul style="list-style-type: none"> El huésped puede hacer ingresar a las 14h00.
3 ENTREGA DE LLAVES	<ul style="list-style-type: none"> Se realiza la entrega de las llaves a los huéspedes
4 MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"> Incluye limpieza de la casa durante la estadía del huésped
5 CHECK OUT	<ul style="list-style-type: none"> El huésped desocupa la casa máximo a las 13:00.

Nota: Elaborado por autor.