

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**Proyecto de Viabilidad Naviera:
Essence Galápagos por Oceania Cruises**

**Laura Ariel Calvopiña Zamora
Lidia Carolina Espinoza Torres**

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la
obtención del título de Hospitalidad y Hotelería

Quito, 19 de Diciembre de 2024

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**Proyecto de Viabilidad Naviera:
Essence Galápagos por Oceania Cruises**

**Laura Ariel Calvopiña Zamora
Lidia Carolina Espinoza Torres**

Nombre del profesor, título académico: Santiago Villota Sandoval, PHD

Quito, 19 de Diciembre de 2024

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y Apellidos: Laura Ariel Calvopiña Zamora

Código: 00334749

Cédula de identidad: 0604703157

Nombres y Apellidos: Lidia Carolina Espinoza Torres

Código: 00216961

Cédula de identidad: 0931074108

Lugar y Fecha: Quito, 19 de diciembre de 2024

DEDICATORIA

A mi mamá, por ser mi inspiración y mi apoyo incondicional, siempre dándome fuerzas para seguir adelante.

A mi hermanita, por ser mi cómplice y mi alegría.

Y a mis perritos, Blue, Dayka y Juanpi, porque son mi soporte emocional y me brindan su amor siempre.

Carolina

RESUMEN

Essence by Oceania Cruises es un innovador proyecto de viabilidad naviera que será construido por la prestigiosa empresa Ficantieri Yachts, con el propósito de operar en las Islas Galápagos. Este yate de expedición de lujo ofrecerá una experiencia única, combinando los más altos estándares de calidad de Oceania Cruises con un enfoque integral en sostenibilidad, ética ambiental y compromiso con la comunidad local.

Los pilares fundamentales de Essence incluyen la personalización de servicio, el bienestar de los pasajeros y la integración en el ecosistema local.. Con capacidad para 8 camarotes, el yate contará con una variedad de instalaciones de lujo, como un lounge, 1 restaurante gourmet, 1 centro médico, 1 boutique exclusiva, 1 spa, 1 bar, 1 hidromasaje, y otros servicios de primer nivel, garantizando una experiencia inigualable durante la expedición.

En el presente trabajo se analizan los entornos macroeconómicos y microeconómicos de Ecuador, así como de las Islas Galápagos, con un enfoque en las operaciones de la marca bajo la cual se construirá el yate. Además, se abordan aspectos clave como los recursos humanos, el análisis financiero y otras características esenciales para la construcción del yate en las Islas Galápagos. Este estudio académico tiene como objetivo evaluar la viabilidad naviera del proyecto, demostrando la factibilidad de un yate de expedición que se distingue por ser innovador, audaz y disruptivo en el mercado ecuatoriano.

Palabras Clave:

Islas Galápagos, Essence, yate, Oceania Cruises, cruceros, sostenibilidad, lujo, viabilidad.

ABSTRACT

Essence by Oceania Cruises is an innovative ship feasibility project that will be built by the prestigious company, Ficantieri Yachts, with the purpose of operating in the Galapagos Islands. This luxury expedition yacht will offer a unique experience, combining the highest quality standards of Oceania Cruises with a comprehensive focus on sustainability, environmental ethics, and commitment to the local community.

The fundamental pillars of Essence include service personalization, passenger well-being, and integration into the local ecosystem. With capacity for 8 cabins, the yacht will have a variety of luxury facilities, such as a lounge, 1 gourmet restaurant, 1 medical center, 1 exclusive boutique, 1 spa, 1 bar, 1 hot tub, and other first-class services, guaranteeing an unparalleled experience during the expedition.

This paper analyzes the macroeconomic and microeconomic environments of Ecuador, as well as the Galapagos Islands, with a focus on the operations of the brand under which the yacht will be built. In addition, key aspects such as human resources, financial analysis and other essential characteristics for the construction of the yacht in the Galapagos Islands are addressed. This academic study aims to evaluate the maritime viability of the project, demonstrating the feasibility of an expedition yacht that stands out for being innovative, bold, and disruptive in the Ecuadorian market.

Keywords:

Galapagos Islands, Essence, yacht, Oceania Cruises, cruises, sustainability, luxury, viability.

JUSTIFICACIÓN DEL PLAN Y MODELO DE NEGOCIO

El plan de negocio comienza con un análisis detallado y realista del sector naviero, con el objetivo de evaluar la factibilidad del proyecto dentro del mercado de las Islas Galápagos. Esta investigación tiene como propósito principal determinar la rentabilidad de un yate de lujo y desarrollar las estrategias necesarias para garantizar su éxito. El documento incluirá un análisis exhaustivo, el diseño del proyecto, un plan de marketing, las operaciones del yate, un plan financiero, la gestión de recursos humanos y un enfoque en sostenibilidad.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
JUSTIFICACIÓN DEL PLAN Y MODELO DE NEGOCIO.....	7
INTRODUCCIÓN.....	10
Capítulo 1.- ANÁLISIS DE LOS INDICADORES PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL YATE DE EXPEDICIÓN.....	11
1.1 Datos Específicos de Ecuador y su realidad turística y naviera.....	11
1.2 Datos de la Oferta Naviera en las Islas Galápagos.....	15
1.3 Set Competitivo de la Oferta Naviera en las Islas Galápagos.....	16
1.4 Demanda de las Islas Galápagos del sector naviero.....	18
Capítulo 2.- ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LAS ISLAS GALÁPAGOS.....	22
2.1 Historia de las Islas Galápagos.....	22
2.2 Hitos importantes.....	22
2.3 Mapa de las Islas Galápagos.....	23
2.4 Tipos de Propiedades.....	23
2.5 FODA de la Ubicación.....	25
Capítulo 3.- ANÁLISIS DEL SITIO Y ESTRUCTURA DEL YATE DE EXPEDICIÓN.....	27
3.1 Regulaciones.....	27
3.2 Essence.....	28
3.3 Camarotes.....	28
3.4 Restaurante.....	31
3.5 Áreas Comunes y Servicios.....	31
3.6 Áreas de Back of the House.....	36
3.7 Itinerarios.....	39
Capítulo 4.- ESPACIO RESTAURANTE.....	40
4.1 Concepto del Restaurante.....	41
4.2 Proyecciones del Restaurante.....	41
Capítulo 5.- PLAN DE MARKETING.....	42
5.1 Promesa de servicio.....	42
5.2 Objetivo General y Específicos.....	43
5.3 Estrategia de Marketing Mix.....	43
5.4 Historia de Oceania Cruises.....	44
5.5 Identidad de la Marca.....	44
5.6 Perfil de Cliente Potencial.....	45
5.7 Canales de Distribución.....	45

Capítulo 6.- NÓMINA.....	47
6.1 Número de empleados.....	47
6.2 Composición de Costos de Nómina.....	48
6.3 Perfil de la Nómina.....	48
Capítulo 7.- FINANZAS.....	51
7.1 Indicadores Hoteleros: ADR, RevPar y Ocupación.....	51
7.2 Utilidad Departamental de Habitaciones.....	52
7.2 Utilidad Departamental Alimentos y Bebidas.....	53
7.3 Estado de Resultados Condensado.....	54
7.4 Flujo de Caja Operativo e Inversión.....	55
CONCLUSIÓN.....	57
Referencias Bibliográficas.....	58

INTRODUCCIÓN

En 2021, la industria naviera en las Islas Galápagos contribuyó a la economía de Ecuador con aproximadamente USD 399 millones, lo que representa el 17% de las divisas generadas por el turismo receptivo nacional (Borja, 2021, párr. 3). Este aporte refleja una sólida proyección de recuperación financiera tras la crisis causada por la pandemia de Covid - 19 en el sector turístico.

A lo largo de los años, esta recuperación ha sido cada vez más evidente, creando un entorno económico favorable no solo para el turismo, sino también para los turistas nacionales e internacionales que emprenden nuevas travesías para explorar los tesoros naturales de las Islas Galápagos.

Estos factores económicos, junto con las características únicas que ofrece el archipiélago, abren el camino para la creación de proyectos viables como el yate de expedición de lujo Essence. Este yate no solo ofrece sostenibilidad y confort, sino que también se distingue por su enfoque disruptivo en el mercado, brindando una experiencia personalizada mientras vela por la conservación de la vida marina.

Capítulo 1.- ANÁLISIS DE LOS INDICADORES PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL YATE DE EXPEDICIÓN

En el primer capítulo, se presentará el recopilatorio de información clave para el desarrollo del proyecto de viabilidad naviera, basado en un análisis exhaustivo de los indicadores financieros tanto macroeconómicos como microeconómicos que evalúan la salud económica de Ecuador.

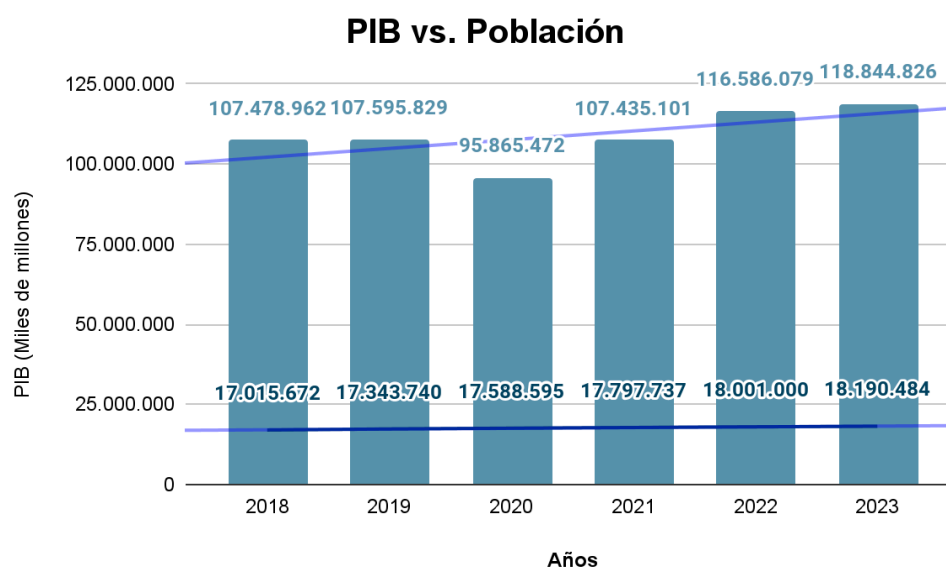
1.1 Datos Específicos de Ecuador y su realidad turística y naviera

Ecuador						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Población	17.015.672	17.343.740	17.588.595	17.797.737	18.001.000	18.190.484
PIB	107.478.962	107.595.829	95.865.472	107.435.101	116.586.079	118.844.826
PIB per cápita	6.316	6.203	5.450	6.036	6.476	6.709
# Turistas que recibe	2.535.140	2.107.692	507.333	669.475	1.264.916	1.426.514
Alojamientos Registrados	5.174	3.658	4.211	4.324	4.335	4,560
# Habitaciones	95.958	70.674	78.572	80.115	100.741	102.545
Islas Galápagos						
Población	31.600	32.400	32.700	33.000	33.042	35.000
# Turistas que recibe	275.817	271.238	72.519	136.336	267.688	329.475
Tipo de Turistas						
# de Cruceros Registrados - Cruceros por Categoría 2024						
Budget	7					
Classic	16					
Premium	26					
Lujo	26					
# Total de Cruceros Registrados	75					

Tabla 1. Datos Macro y Micro Económicos de Ecuador y las Islas Galápagos

Desde 2018, la población ha experimentado un aumento exponencial de aproximadamente un 1.2% anual. En cuanto al Producto Interno Bruto (PIB), se registró una caída significativa de casi el 10% en 2020, directamente relacionada con la crisis del COVID - 19. Sin embargo, en los años siguientes se observó una recuperación financiera notable.

Respecto al número de turistas en las Islas Galápagos, a pesar de la recuperación de la industria, las cifras no lograron igualar los niveles de 2018 y 2019 hasta 2023, lo que reflejó una drástica disminución en los ingresos por turismo durante la pandemia. En las Islas Galápagos, la población ha crecido consistentemente, destacándose un aumento significativo de más del 5% entre 2022 y 2023.

**Gráfico 1.** PIB vs. Población

Entre 2018 y 2023, Ecuador ha experimentado un crecimiento poblacional de aproximadamente 1.7 millones de habitantes, lo que equivale a un incremento anual de 1.2%. Este crecimiento es

característico de países en vías de desarrollo como Ecuador, donde la población tiende a aumentar año tras año. Este fenómeno genera una mayor demanda de productos y servicios, lo que impulsa y dinamiza la economía del país.

En cuanto al Producto Interno Bruto (PIB), su comportamiento muestra una tendencia estable a lo largo de los años, lo que nos lleva a concluir que, aunque el PIB no ha experimentado un crecimiento significativo, su estabilidad refleja un ingreso promedio constante para los ecuatorianos, con la excepción de 2020, cuando se registró una caída del 11% en comparación con 2019 debido a la crisis sanitaria del Covid - 19. Esta disminución no solo indica una reducción en los ingresos, sino también la paralización de diversas actividades económicas. Sin embargo, en 2023, el PIB experimentó una recuperación total, superando incluso los niveles previos a la pandemia, lo que sugiere una proyección positiva para la reactivación económica. En conclusión, al analizar la relación entre el crecimiento poblacional y el PIB, se observa que, aunque la población ha crecido constantemente, el PIB ha mostrado fluctuaciones significativas. Esto sugiere que el aumento poblacional no está directamente relacionado con el crecimiento económico. Un punto clave es que, en 2020, mientras la población continuaba su incremento, el PIB experimentó una drástica caída, lo que resalta un desafío en la distribución de la riqueza y la capacidad del país para generar crecimiento económico proporcional al aumento demográfico.

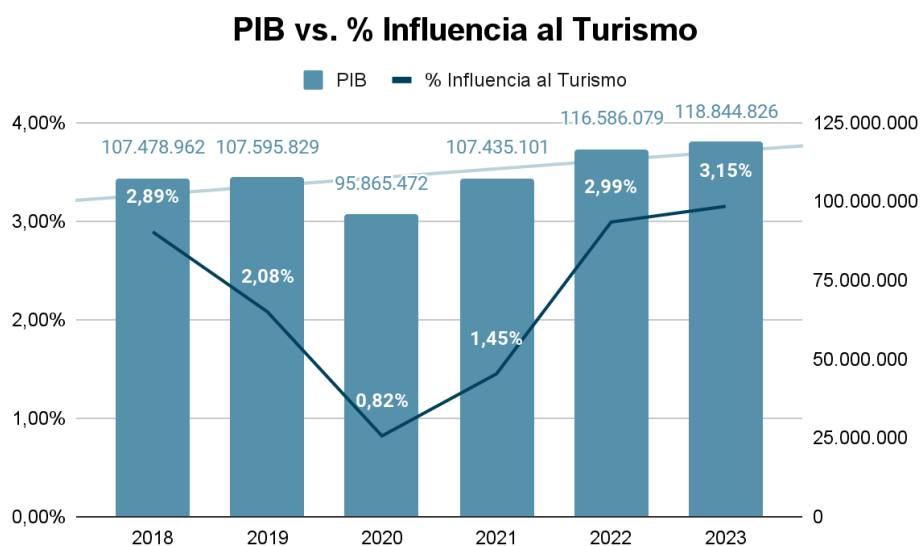
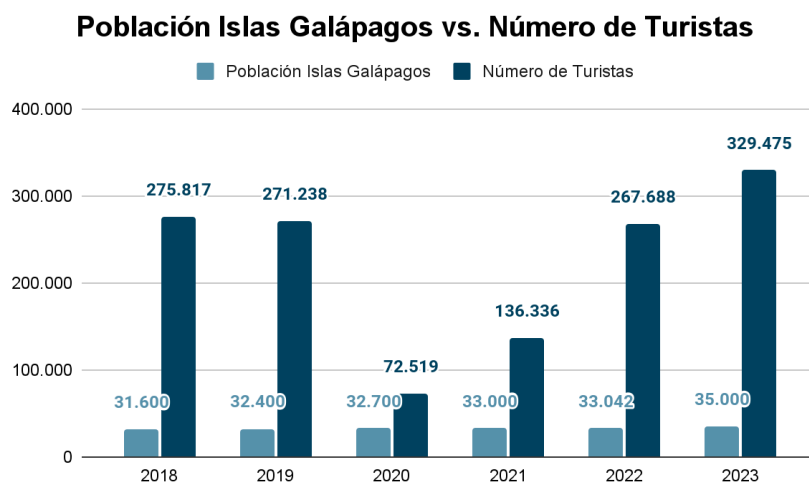


Gráfico 2. PIB vs. % Influencia al Turismo

Al analizar la gráfica, se puede observar que en 2020 el porcentaje de influencia del turismo sobre el PIB experimentó una caída drástica debido a su significativa reducción en la contribución a la economía. Esto indica que, durante ese período, otras industrias, como la petrolera, manufacturera y la comercial, fueron las principales responsables de sostener la economía. Sin embargo, en 2021 se muestra una leve recuperación, acercándose a los niveles de 2019, previos a la pandemia. En 2022 y 2023, por primera vez, se logró no sólo recuperar, sino también superar los índices de influencia del turismo, lo que refleja una industria turística más sólida y dinámica.

**Gráfico 3.** Población Islas Galápagos vs. Número de Turistas

La gráfica muestra claramente la cantidad de turistas que visitan las Islas Galápagos supera con creces la población local permanente. Por ejemplo, en 2018, el número de turistas fue 8.7 veces superior al de los residentes de las islas. De manera similar, en 2023, por cada 10 turistas que

llegaron solo había 1 residente en las islas. Este patrón evidencia que las Islas Galápagos dependen en gran medida del turismo como su principal fuente de ingresos económicos. Sin embargo, esta dependencia también se presenta como una característica de doble filo, ya que una disminución en la llegada de turistas, como ocurrió en la pandemia de Covid - 19, puede tener un impacto negativo significativo en la economía local.

1.2 Datos de la Oferta Naviera en las Islas Galápagos

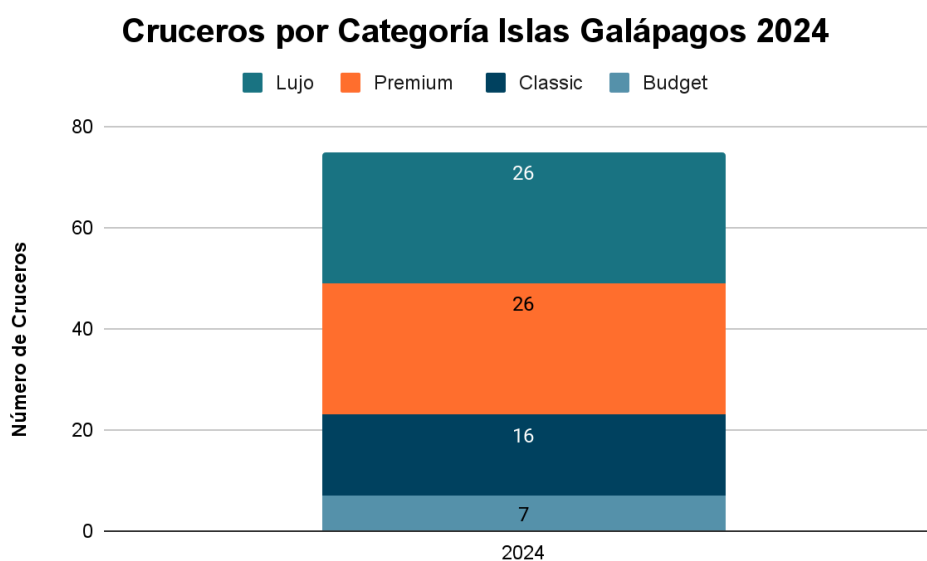


Gráfico 4. Cruceros por Categoría en las Islas Galápagos 2024

Al analizar la oferta naviera en las Islas Galápagos, se observa que las categorías premium y lujo concentran la mayor parte de los barcos, representando cada una el 34.7% del total de los cruceros registrados. La categoría Classic sigue con un 21.3%, mientras que la categoría Budget, representa solo el 9,3%. Esta distribución sugiere que los turistas buscan principalmente

experiencias más exclusivas y lujosas. De esta manera, se puede concluir que la industria naviera de las Islas Galápagos está más orientada al turismo de alto nivel.

1.3 Set Competitivo de la Oferta Naviera en las Islas Galápagos

Las Islas Galápagos cuentan con un total de 75 cruceros, distribuidos en las categorías Budget, Classic, Premium y Lujo, que van desde los precios más bajos hasta los más altos, respectivamente. Actualmente, el mercado de cruceros en las islas está compuesto por 7 barcos en la categoría Budget, 16 en Classic, 26 en Premium y 26 en Lujo. Para enfocarnos en el sector de mayor interés, nos centraremos exclusivamente en los 26 barcos de la categoría Lujo, que es el segmento al que planeamos ingresar. Los principales competidores dentro de esta categoría son:

Aqua Expeditions

1. Aqua Mare

Celebrity Cruises

2. Xpedition

Ecoventura

3. Origin and Theory

Galápagos Cruceros

4. Alia
5. Grace
6. Integrity
7. Passion
8. Sea Star

Galaxy Sirius Cruises

9. Galaxy Sirius

Go Galapagos / Kleintours

10. Coral I & ii

Golden Galapagos Cruises

11. Elite
12. Endemic
13. Ocean Spray

14. Petrel

Metropolitan Touring

15. La Pinta

Quasar Expeditions

16. Evolution

Royal Galápagos Tours & Cruises

17. Cormorant

18. Cormorant II

19. Grand Majestic

20. Infinity

21. Natural Paradise

Silversea Cruises

22. Flora

23. Silver Galápagos

24. Silver Origin

Surtrek

25. Hermes

26. Stella Maris

La tarifa promedio de los cruceros de lujo en 2024 es de \$7.498 para una estadía de 8 días, lo que equivale a aproximadamente \$937 por día. Es importante destacar que este precio incluye todos los servicios y experiencias a bordo, tales como las 3 comidas diarias, actividades, excursiones así como los servicios adicionales e instalaciones disponibles en el barco.

1.4 Demanda de las Islas Galápagos del sector naviero

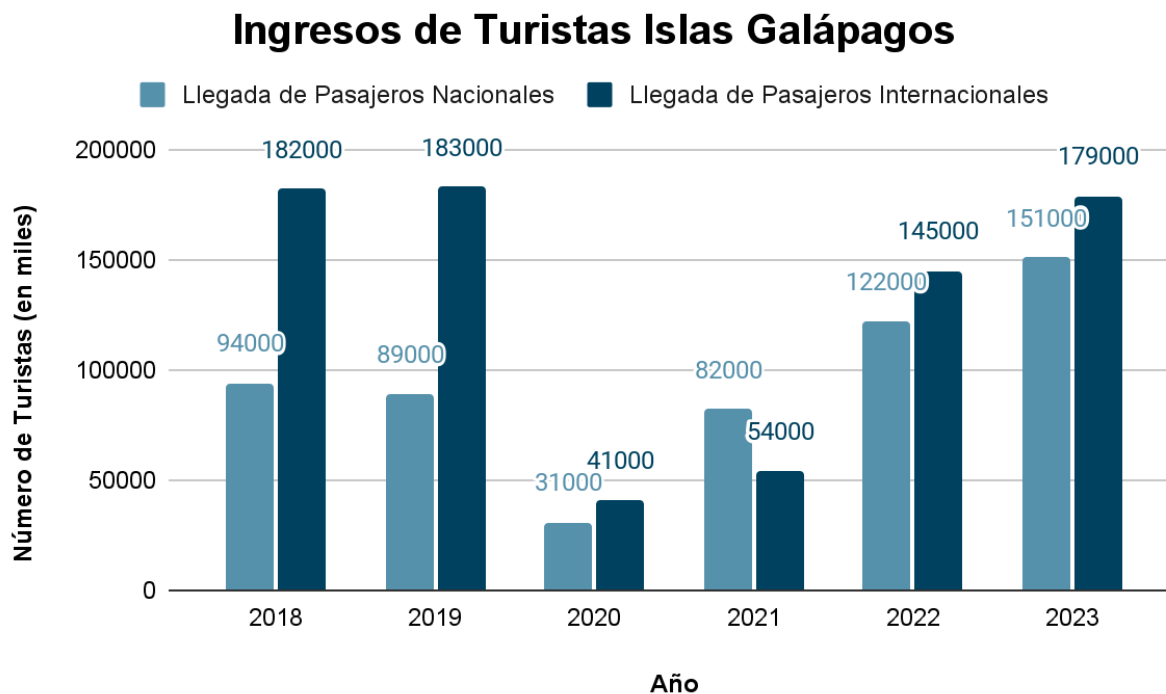


Gráfico 5. Ingreso de Turistas a las Islas Galápagos

Un punto clave para analizar el ingreso de turistas a las Islas Galápagos es el año 2020, cuando se observó una caída drástica en el número de visitantes con menos de 72.000 turistas. Esta disminución no sólo representó una pérdida económica para la industria turística, sino también un impacto significativo en los ingresos de las familias dependientes de esta actividad.

En 2021, se comienza a notar un crecimiento más pronunciado en la llegada de turistas, especialmente nacionales, lo que marca el inicio de la recuperación del flujo de visitantes a las islas. De hecho, en 2022 y 2023, los turistas nacionales superaron los niveles previos a la pandemia, alcanzando cifras récord.

Sin embargo, el turismo internacional aún muestra signos de rezago. A pesar de algunos avances, no ha logrado recuperar ni superar los niveles de 2019, Esto podría explicarse por diversos

factores, como la percepción de inseguridad, el riesgo país, y las medidas políticas y económicas implementadas en Ecuador, entre otros.

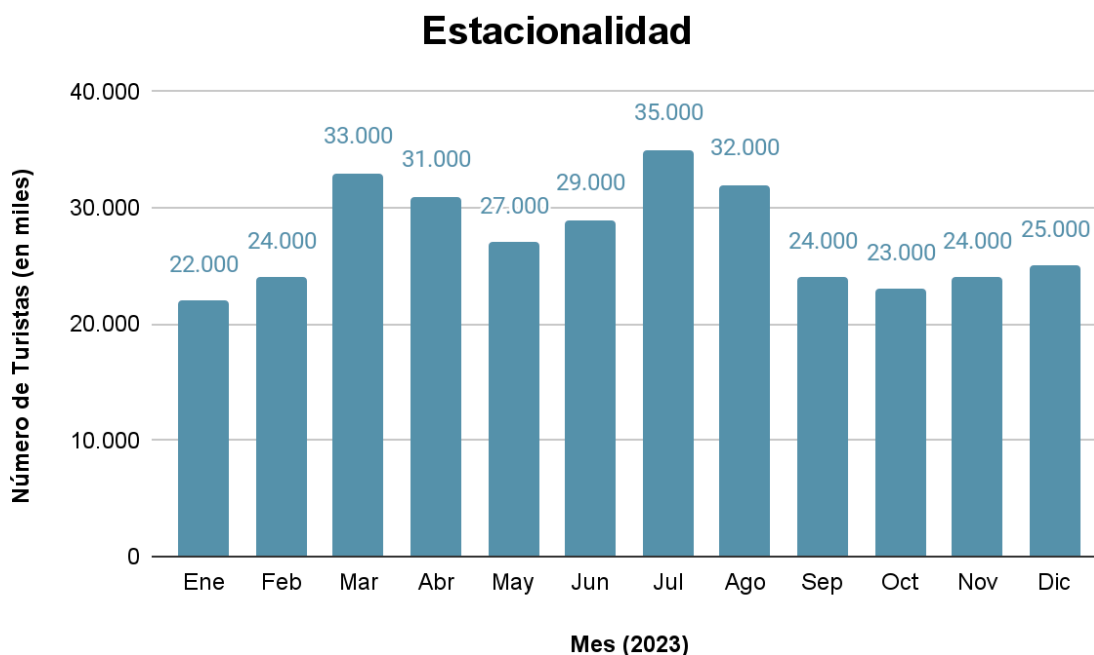


Gráfico 6. Estacionalidad del Ingreso de Turistas en 2023

Al analizar la gráfica, se puede observar que las fluctuaciones en los meses de estacionalidad son bastante pronunciadas. Por ejemplo, en marzo, julio y agosto, se registra un gran flujo de turistas, lo cual coincide con las vacaciones de verano en el hemisferio norte, tanto de otras ciudades de Ecuador como de los principales países emisores hacia las Islas Galápagos. En cambio, septiembre y octubre, son los meses con menor afluencia de turistas, lo cual está influenciado principalmente por el clima, que tiende a ser lluvioso y seco.

Es importante destacar que en septiembre, la mayoría de los barcos realizan el dique seco, un mantenimiento obligatorio, aprovechando la baja demanda turística durante este mes.

La estacionalidad claramente evidenciada en la gráfica permite a las empresas del sector identificar fácilmente las fluctuaciones de turistas a lo largo del año. Esto facilita la implementación de estrategias de marketing orientadas a incrementar la demanda durante las fechas de baja estacionalidad.

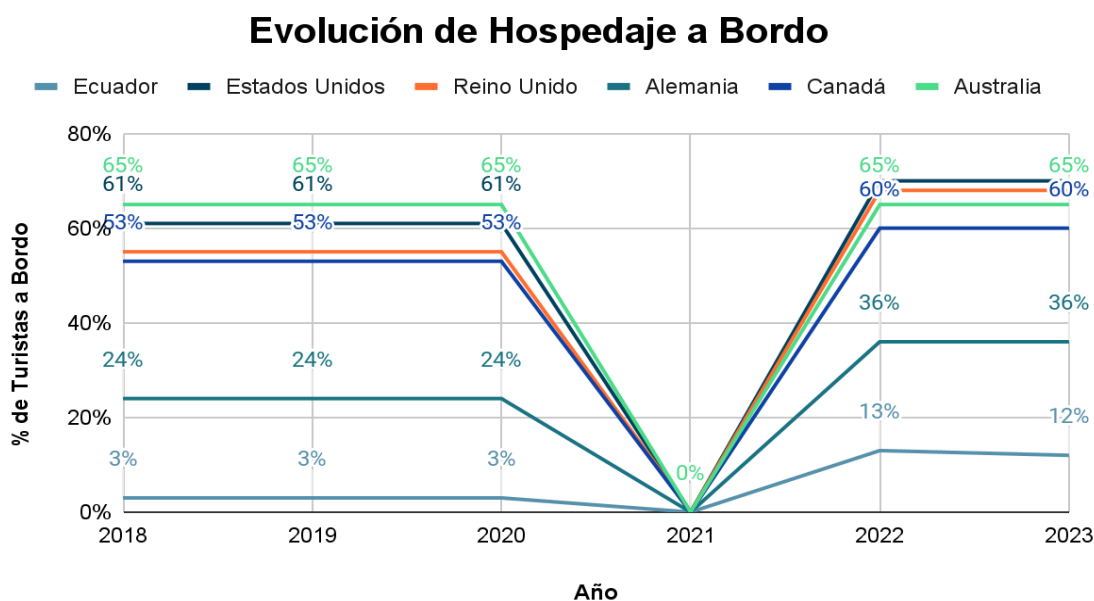


Gráfico 7. Evolución de Hospedaje a Bordo de los principales 6 países emisores

Un punto clave para analizar la gráfica de evolución del hospedaje a bordo en las Islas Galápagos es el año 2021, cuando la pandemia del Covid - 19 impactó gravemente la industria. En ese año, los mercados internacionales como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Canadá y Australia experimentaron una caída significativa en la llegada de turistas, Sin embargo, desde 2022 y 2023, se ha observado una recuperación progresiva, impulsada en gran parte por la flexibilidad del Parque Nacional Galápagos y las medidas adoptadas para mitigar los efectos de la pandemia, lo que permitió incrementar el flujo de turistas a las islas.

Además, aunque el mercado ecuatoriano históricamente no ha sido un gran usuario del hospedaje a bordo, se ha registrado un aumento en la demanda, lo que refleja un cambio en los patrones de consumo y una mayor aceptación de los cruceros como opción de hospedaje. Este fenómeno muestra una creciente inclinación hacia el turismo a bordo por parte de los turistas nacionales.

País de Procedencia	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ecuador	94.000	89.000	30.000	82.000	121.000	149.000
Estados Unidos	76.000	79.000	18.000	34.000	77.000	85.000
Canadá	10.000	10.000	3.000	2.000	7.000	10.000
España	4.000	4.000	1.000	1.000	4.000	5.000
Países Bajos	4.000	4.000	1.000	1.000	3.000	4.000
Reino Unido	13.000	14.000	3.000	3.000	9.000	12.000
Suiza	4.000	4.000	1.000	1.000	3.000	3.000
Alemania	12.000	13.000	3.000	3.000	9.000	12.000
Francia	5.000	7.000	1.000	3.000	5.000	6.000
Australia	7.000	7.000	1.000	1.000	4.000	4.000

Tabla 2. Principales países Emisores a las Islas Galápagos de 2018 a 2023

Al analizar la tabla, se puede observar que los principales países emisores de turistas hacia las Islas Galápagos son Ecuador, con un significativo turismo nacional, y Estados Unidos, como principal emisor internacional. Canadá, Reino Unido y Alemania han sido países que, después de la pandemia del Covid- 19, han experimentado una recuperación gradual pero constante en el número de turistas. En cuanto a Europa, países como Australia, España, Países Bajos y Francia tienen una participación más modesta en el flujo de turistas hacia las islas, pero en conjunto representaron cerca de 20.000 turistas internacionales en 2023.

Capítulo 2.- ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LAS ISLAS GALÁPAGOS

En el segundo capítulo, se presentará un recopilatorio de información clave para el desarrollo del proyecto de viabilidad naviera, basado en un análisis detallado de las Islas Galápagos. El objetivo es ofrecer una comprensión clara y precisa del entorno y las características en las que se llevará a cabo el proyecto.

2.1 Historia de las Islas Galápagos

Las Islas Galápagos son un archipiélago ubicado aproximadamente a 1.000 kilómetros del Ecuador continental. En 1835, Charles Darwin desembarcó en cuatro de sus islas principales: San Cristóbal, Santiago, Isabela y Floreana. Durante su estancia, Darwin estudió diversas especies y desarrolló la Teoría de la Evolución, que publicó en su obra *El Origen de las Especies* en 1859 (Sevilla, 2017).

La colonización de las islas comenzó en 1866, cuando Manuel J. Cobos, junto con un grupo de 10 trabajadores, estableció la 'Hacienda el Progreso'. Esta finca generó ingresos para las islas desde 1879 hasta 1904. Tras el cierre de la hacienda, marcada por la violencia hacia los presos que trabajaban allí, los habitantes comenzaron a enfocarse más en la conservación de las islas y su fauna. En la actualidad el entorno económico de las Islas Galápagos se basa principalmente en el turismo, seguido por la agricultura y la pesca (San Cristóbal Galápagos, 2024).

2.2 Hitos importantes

1535: Las Islas Galápagos fueron descubiertas accidentalmente por el fraile Tomás de Berlanga.

1570: Las Islas Galápagos aparecen por primera vez en el Mapamundi, gracias a los cartógrafos Abraham Ortelius y Gerardus Mercator.

1832: Ecuador reclamó oficialmente la soberanía sobre las islas.

1835: Charles Darwin llegó a las islas, donde realizó estudios que lo llevaron a desarrollar su Teoría de la Evolución.

1879-1904: Se establece la 'Hacienda el Progreso'.

1959: Las Islas Galápagos fueron declaradas Parque Nacional.

1978: Fueron designadas como Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO.

2001: La Reserva Marina de Galápagos fue incluida en la lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad de la UNESCO.

2.3 Mapa de las Islas Galápagos

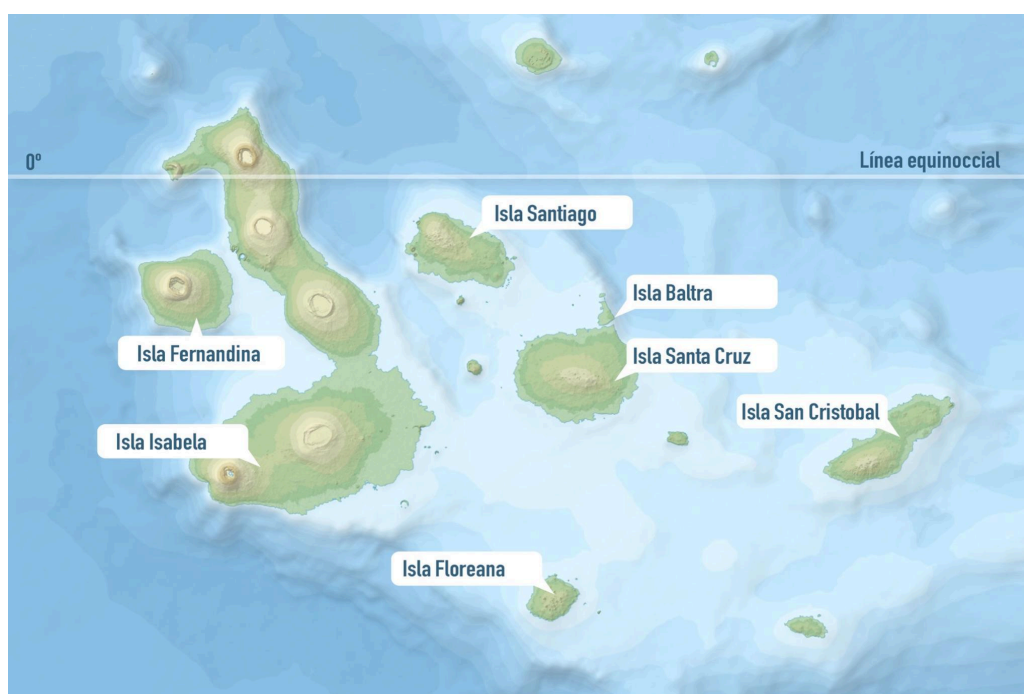


Imagen 1. Mapa de las Islas Galápagos
Fuente: (Cámara de Turismo de Galápagos, 2024)

2.4 Tipos de Propiedades

Viviendas	
Tipo	#
Propia	4.897

Arrendada	3.760
Prestada por servicios	1.068

Tabla 3. Número de Viviendas en las Islas Galápagos (INEC, 2022)

Negocios	
Tipo	#
Restaurantes	130
Alojamientos	312
Embarcaciones con pernoctación	76
Embarcaciones sin pernoctación	110
Agencias de viajes	238
Transporte terrestre	8

Tabla 4. Número de Negocios en las Islas Galápagos (Observatorio de Turismo de Galápagos, 2022)

Educación	
Tipo	#
Escuelas	29
Colegios	12
Universidades	2

Tabla 5. Número de Establecimiento de Educación en las Islas Galápagos (Gobierno de Galápagos, 2022)

Salud	
Tipo	#
Hospitales	7
Clínicas	0

Centros de Salud	2
-------------------------	---

Tabla 6. Número de Centros de Salud en las Islas Galápagos (Ministerio de Salud Pública, 2019)

2.5 FODA de la Ubicación

Fortalezas

Destino único: Las Islas Galápagos son mundialmente conocidas por su excepcional biodiversidad y su rica naturaleza. Además, tienen un gran valor histórico, ya que fueron el escenario donde Charles Darwin formuló su teoría de la evolución, entre otros eventos trascendentales.

Conservación: Tanto la comunidad local como los turistas están comprometidos con la implementación de métodos de conservación para minimizar su impacto en el entorno natural durante su estadía, lo que contribuye significativamente a la preservación de las Islas Galápagos..

Patrimonio Natural de la Humanidad: Al recibir este reconocimiento por parte de la UNESCO, las Islas Galápagos atraen a un mayor número de turistas, científicos e investigadores.

Turismo Sostenible: Dada la preocupación por la conservación de las especies y los ecosistemas, es crucial que el turismo sea sostenible, ya que contribuye a la preservación del destino y refuerza su reputación. Además, este enfoque atrae a turistas que valoran y buscan destinos comprometidos con la sostenibilidad.

Oportunidades

Crecimiento del ecoturismo: La sostenibilidad ha dejado de ser una tendencia para convertirse en un requisito fundamental de los turistas. El crecimiento de esta demanda, hace que destinos

como Galápagos donde el turismo sostenible es la prioridad tenga un aumento de visitantes e ingresos anuales.

Crecimiento del mercado de lujo: Los turistas están cada vez más dispuestos a invertir en experiencias únicas, y el sector del turismo de lujo continúa en expansión. Las Islas Galápagos tienen una gran oportunidad para aprovechar esta tendencia, ofreciendo una gama más amplia de servicios turísticos de lujo que satisfagan la creciente demanda.

Proyectos de conservación: Se pueden crear nuevas iniciativas de conservación y restauración ecológica para todas las especies, especialmente aquellas en peligro de extinción. De esta manera, se continúa con la preservación de la biodiversidad.

Debilidades

Dependencia del turismo: La economía local se basa en el turismo como eje principal, por lo que crisis económicas, pandemia u otros factores pueden afectar la llegada de turistas y consecuentemente los ingresos de las islas.

Población local: El aumento de los residentes de las islas puede generar una presión en la biodiversidad y naturaleza.

Restricciones: Debido a que las Islas Galápagos están altamente protegidas, existen varias leyes y regulaciones para nuevos negocios, lo que restringe la economía local.

Altos costos operativos: Los negocios necesitan abastecerse de productos que llegan desde el continente, por lo que los costos operativos suelen ser altos al igual que los productos. Por esto, los turistas que llegan a las islas deben contar con los recursos necesarios.

Amenazas

Cambio climático: El archipiélago como muchos otros destinos naturales, está expuesto a cambios climáticos y fenómenos naturales que pueden afectar los ecosistemas y especies.

Introducción de especies invasoras: El ingreso de especies no nativas de manera ilegal amenaza directamente la biodiversidad local y la alteración de los ecosistemas.

Dependencia del continente: Debido a que las Islas Galápagos se abastecen de productos desde el continente por medio marítimo y aéreo, interrupciones de transporte hace que las islas sean vulnerables a recibir abastecimiento necesarios como comida y medicamentos.

Capítulo 3.- ANÁLISIS DEL SITIO Y ESTRUCTURA DEL YATE DE EXPEDICIÓN

En el tercer capítulo, se detallará la documentación básica, especificaciones y otros factores para la implementación de un nuevo yate de expedición en las Islas Galápagos. También se presentarán todas las instalaciones y servicios que fueron creados para el segmento de mercado.

3.1 Regulaciones

Al ser un Parque Nacional Protegido, existen estrictas regulaciones que se deben seguir para la implementación de un yate de expedición. Los permisos y documentación que se requieren son:

- Patente de operación turística
- Matrícula de embarcación
- Gestión ambiental

Además, para implementar un yate de expedición de 16 pasajeros en las Islas Galápagos, se debe retirar un yate de la misma capacidad, por lo que se debe realizar la compra de uno y sacarlo de las islas.

3.2 Essence

El yate será construido por la empresa italiana Ficantieri, la cuál se encarga de construir la flota de Oceania Cruises. Además, por la cantidad de pasajeros, este será el barco más pequeño de la compañía que tendrá un destino único, las Islas Galápagos. Las especificaciones del yate son las siguientes:

Essence by Oceania Cruises	
Largo	43m
Ancho	8m
Clasificación	Lujo
Número de camarotes	8
Número de pasajeros	16
Tripulación	12
Velocidad	15 nudos
Tonelaje	318

Tabla 7. Especificaciones de yate de expedición Essence

3.3 Camarotes

Essence contará con ocho camarotes en total, estandarizados por la marca Oceania Cruises y adaptados al espacio del yate. Los camarotes se dividen en un camarote Owner's Suite, 3 camarotes OceanVista y cuatro camarotes OceanView. Las especificaciones de cada tipo de camarote son:

Owner's Suite



Imagen 2. Camarote Owner's Suite

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

Este camarote es el más grande con 30m² en total, cuenta con un balcón, mesita de café, sofá, cama King y tiene una capacidad de dos pasajeros.

OceanView



Imagen 3. Camarote OceanView

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

Este camarote tiene un total de 25m², tiene un balcón con dos sillones, una mesa pequeña, cama king y tiene capacidad para 2 pasajeros.

OceanVista**Imagen 3. Camarote OceanVista**

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

Este camarote tiene un total de 20m², tiene una gran ventana con vista al archipiélago, dos sillones, mesita, cama king y tiene capacidad para dos personas.

3.4 Restaurante



Imagen 4. Restaurante Rising Tide Room

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

El restaurante Rising Tide Room tiene una capacidad de 16 personas y busca transmitir el lujo y la naturaleza de las Islas Galápagos. Además de mostrar la comida local, cuenta con un menú de especialidad nombrado Evolution, en honor a la teoría de la evolución que realizó Charles Darwin en las Islas Galápagos. Este menú de tres tiempos, con una entrada de tartar de atún rojo con salsa de maracuyá, el plato fuerte es un mero a la parrilla con salsa de mariscos y puré de camote y un mousse de cacao con helado de guanábana como postre. El costo del menú se encuentra entre \$50 a \$65.

3.5 Áreas Comunes y Servicios

El yate cuenta con varias áreas comunes donde los pasajeros se pueden relajar y disfrutar, mientras navegan entre las islas. Las áreas comunes son las siguientes:

The Lava Flow Lounge



Imagen 5. The Lava Flow Lounge

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

El Lava Flow Lounge es un sofisticado y vibrante espacio a bordo que busca mostrar la energía y la belleza inigualable de los volcanes, en honor al paisaje volcánico de las Islas Galápagos. Este lounge tiene un estilo moderno y acogedor, brindando un refugio de lujo donde relajarse y socializar.

The Booby Bar



Imagen 6. The Booby Bar

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

The Booby Bar, inspirado por los piqueros de patas azules, ofrece a los pasajeros una experiencia inolvidable en un bar que ofrece un ambiente elegante, perfecto para aquellos que quieren disfrutar de bebidas tropicales y de la belleza del mar.

Sundeck e Hidromasaje



Imagen 7. Sun deck

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

El Sun Deck ofrece relajación y desconexión del estrés diario. Con un diseño pensado en el confort, la funcionalidad y la estética, el Sun Deck ofrece una experiencia integral de descanso, diversión y lujo, todo mientras se navega por el mar.

Seabreeze Spa



Imagen 8. Seabreeze Spa

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

SeaBreeze Spa es un lujoso santuario con un concepto que gira en torno a la armonía de la naturaleza, conectando a los pasajeros con el aire refrescante del mar mediante tratamientos relajantes inspirados en el océano, la brisa y la belleza de las Islas Galápagos.

Finches' Findings



Imagen 9. The Finches' Findings

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

La boutique ofrece una gama de productos de alta calidad, desde moda y accesorios hasta recuerdos exclusivos del barco. Está diseñada para ofrecer una experiencia de compra cómoda y elegante, y se ubica en áreas centrales del barco.

Centro Médico



Imagen 10. Centro Médico

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

El Centro Médico es una instalación de salud moderna y equipada que ofrece atención médica a los pasajeros y la tripulación durante todo el viaje. El centro está disponible 24 horas al día, 7 días a la semana, para atender emergencias, consultas médicas generales, asegurando que todos los pasajeros puedan disfrutar de su crucero con tranquilidad y seguridad.

3.6 Áreas de Back of the House

Las áreas de Back of the House, son únicamente para la tripulación, donde manejarán el yate y vivirán durante la temporada de trabajo. Estas áreas son las siguientes:

Bridge



Imagen 11. Bridge

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

Es el centro de mando de la embarcación, donde se toman las decisiones y se gestionan las operaciones de navegación. Es un espacio tecnológicamente avanzado, con pantallas de navegación, controles de dirección, radar, comunicaciones y otros equipos esenciales para garantizar la seguridad y eficiencia del viaje.

Cocina

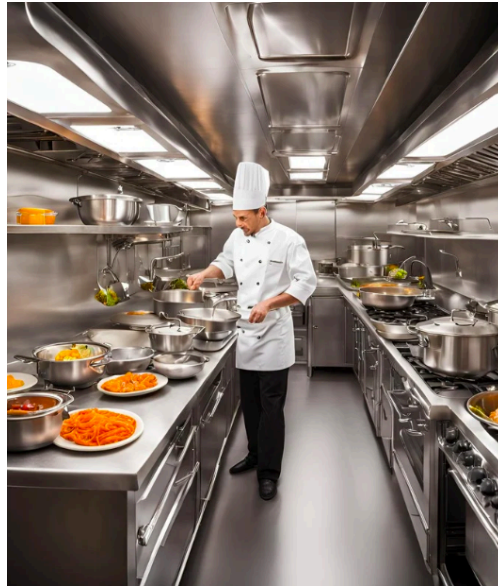


Imagen 12. Cocina

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

También conocida como galley, es un espacio esencial donde se preparan los alimentos a bordo.

Está diseñada para ser compacta, altamente funcional y eficiente, con el objetivo de aprovechar al máximo un espacio reducido mientras se mantiene la seguridad y comodidad durante la preparación de los alimentos.

Camarotes



Imagen 13. Camarotes de la tripulación**Fuente:** (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

Están diseñados para maximizar el espacio y funcionalidad, ofreciendo lo necesario para que la tripulación pueda descansar y prepararse para sus responsabilidades a bordo.

Comedor de la Tripulación**Imagen 14.** Comedor de la tripulación**Fuente:** (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

Zona funcional y diseñada para que los miembros del personal puedan tomar sus comidas durante su jornada de trabajo. El comedor para la tripulación es sencillo, práctico y eficiente en cuanto al uso del espacio.

3.7 Itinerarios

Itinerario A



Imagen 15. Itinerario A

Itinerario B

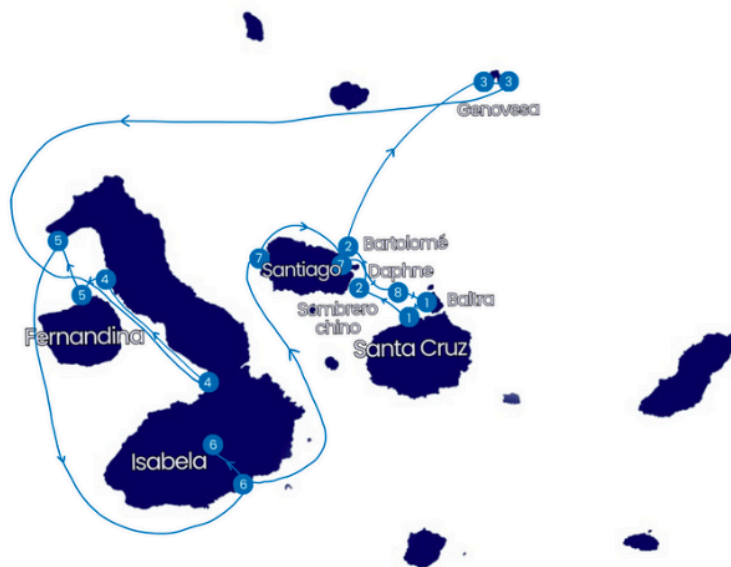


Imagen 16. Itinerario B

Capítulo 4.- ESPACIO RESTAURANTE

El restaurante Rising Tide Room presentando en el crucero Essence por Oceania Cruises, es un restaurante gourmet de especialidad en comida ecuatoriana. El mismo se encontrará ubicado en la segunda planta del yate. El restaurante Rising Tide Room cumple con la función de servir las 3 comidas diarias de cada uno de los huéspedes a bordo junto con snacks, a su vez, en horario de almuerzo y cena cuenta con una carta especial “Evolution” la cual cobra un valor adicional que se encuentra entre \$50 y \$65.



Imagen 17. Restaurante

Fuente: (Imagen generada con Inteligencia Artificial)

Rising Tide Room					
Tipo de servicio: Americano					
Asientos	Metros por asiento (m2)	Metros totales (m2)	Metros Host	Circulación	FOH

16	1,56	25	3	4	32
----	------	----	---	---	----

Tabla 8. Especificaciones del Restaurante Rising Tide Room

4.1 Concepto del Restaurante

Uno de los pilares principales de Oceania Cruises es brindar una experiencia inmersiva a través de la comida y en cada uno de sus barcos crea platos únicos basados en la gastronomía local utilizando productos únicos del destino. En Essence Galápagos buscamos crear platos y bebidas innovadoras inspiradas en la belleza del archipiélago. Nuestro restaurante Rising Tide Room tiene como concepto mostrar la esencia de las Islas Galápagos, fusionando sabores tradicionales con un toque creativo.

4.2 Proyecciones del Restaurante

Al tratarse de un yate de expedición, donde las tres comidas están incluidas, se espera que la ocupación del restaurante sea directamente proporcional a la ocupación total del yate. Esto se debe a que el restaurante no estará abierto al público en general, y funcionará únicamente para los pasajeros durante su viaje. Únicamente se harán cargos adicionales a aquellos pasajeros que deseen degustar del menú de especialidad “Evolution” o el paquete de bebidas alcohólicas, el cual está disponible únicamente para los pasajeros mayores de edad. En conclusión, el restaurante no representa un gran porcentaje de ingreso en comparación a un hotel, ya que las comidas se encuentran incluidas en la tarifa del crucero.

Capítulo 5.- PLAN DE MARKETING

5.1 Promesa de servicio

La promesa de servicio de Essence by Oceania Cruises es combinar el lujo con el esplendor natural de las Islas, a través de una experiencia única que promueve la desconexión y la sostenibilidad, ofreciendo un servicio personalizado, alojamiento de lujo y gastronomía gourmet.

La promesa de servicio fue adaptada al concepto de las Islas Galápagos, pero basándose en los tres pilares fundamentales de la marca Oceania Cruises, los cuales son los siguientes:

1. **Sostenibilidad:** Oceania Cruises se destaca por su programa de sostenibilidad, Sail & Sustain, el cual es un programa a nivel mundial que se encarga de crear conciencia ambiental en colaboradores y pasajeros, reducción del impacto ambiental, fortalecimiento y apoyo de las comunidades locales, y responsabilidad en las operaciones (Norwegian Cruise Line Holdings, 2023).
2. **Gastronomía:** Oceania Cruises ofrece la oportunidad de comprender y poder experimentar las culturas de todo el mundo mediante la cocina local. Se priorizan los productos locales que se utilizan en las recetas tradicionales para experimentar los sabores auténticos del destino (Oceania Cruises, 2023).
3. **Servicio:** Ocean Cruises se caracteriza por brindar un servicio excepcional a bordo. Para brindar una experiencia excepcional a los pasajeros, la tripulación está capacitada en hospitalidad y atención al cliente. Además, están capacitados para trabajar bajo presión y brindar una atención personalizada. Por último, Oceania Cruises la tripulación está altamente capacitada en diversas áreas clave, lo que asegura que cada detalle a bordo garantice la satisfacción de los pasajeros.

5.2 Objetivo General y Específicos

Objetivo General:

El objetivo general del yate Essence es ofrecer una travesía única en las Islas Galápagos combinando lujo y sostenibilidad mientras se sumergen en la naturaleza del destino. Lo cual, se logra a través del diseño del yate, el servicio excepcional a bordo y en tierra, y la gastronomía a bordo que se basa en la comida tradicional de las islas.

Objetivos Específicos:

Los objetivos específicos son cumplir con los niveles de ADR y Ocupación esperados o superarlos. También, cumplir con la estimación del retorno de inversión en los años esperados.

5.3 Estrategia de Marketing Mix

Lugar: Las Islas Galápagos es un destino único, reconocido mundialmente por su biodiversidad y belleza natural.

Producto: El yate Essence está diseñado para brindar un alojamiento de lujo, mientras los pasajeros navegan entre las islas. Promueve la sostenibilidad y ofrece un servicio de calidad y bienestar.

Precio: Las tarifas están basadas en la competencia de cruceros de lujo en las islas con la misma capacidad de pasajeros. Dependiendo de la temporada existe una variación de tarifas y se ofrecen descuentos y ofertas especiales.

Promoción: Publicidad en plataformas de streaming (Netflix y Amazon Prime), Google Ads, redes sociales y revistas de viaje de lujo.

5.4 Historia de Oceania Cruises

Oceania Cruises pertenece a la compañía Norwegian Cruise Line Holdings, que cuenta con otras dos marcas de barcos, Norwegian Cruise Line y Regent Seven Seas Cruises, con diferentes ofertas y segmentos de mercados. Mientras Norwegian Cruise Line se concentra en turismo masivo a destinos populares y Regent Seven Seas ofrece un servicio de ultra lujo en barcos pequeños, Oceania Cruises ofrece lujo en barcos pequeños enfocados en el destino. Oceania Cruises fue fundado en 2002 por Frank Del Rio y Joe Watters con la visión de ofrecer lujo en barcos pequeños, con una gastronomía de alto nivel inspirada en la comida del destino. Desde sus inicios en el año 2002 con dos barcos, Regatta e Insignia, Oceania Cruises ha aumentado su flota a un total de 7 barcos, con el octavo que empezará a operar en el año 2025. La marca viaja a más de 400 destinos a nivel mundial y cuenta con aproximadamente 6,300 camarotes. Además, las tres marcas se destacan por su preocupación por el medio ambiente, economía y comunidades locales, con el programa Sail & Sustain se rigen estrictos parámetros para garantizar la sostenibilidad.

5.5 Identidad de la Marca

La identidad de la marca Oceania Cruises se basa en ofrecer un servicio de excelencia a bordo, y una atención personalizada. La marca busca brindarle al pasajero el mundo, y que lo pueda vivir de la manera que desee, por medio de un servicio único y personalizado. Oceania Cruises está posicionada como una marca de lujo dentro de la industria de cruceros, donde los pilares principales son la sostenibilidad, gastronomía y servicio.

El diseño del yate está basado en la comodidad de los pasajeros y el bienestar, incluyendo camarotes espaciosos. Además, está pensando en el bienestar de los pasajeros y promover la desconexión de la vida cotidiana y poder cumplir los deseos y expectativas de los pasajeros.

5.6 Perfil de Cliente Potencial

Mary S.	
Edad	60 años
Residencia	Estados Unidos
Ocupación	Directora de Marketing
Ingresos anuales	\$300k
Hobbies	Meditar, senderismo. jardinería, viajar y leer
Canales de comunicación	Instagram y Facebook
Preferencias	Viaja en compañía de su esposo y prefiere destinos de naturaleza y desconexión de la vida diaria.

Tabla 9. Perfil de Cliente Potencial

5.7 Canales de Distribución

Página web de Oceania Cruises: La reserva directa puede ser realizada por la página web donde los clientes pueden escoger el itinerario que prefieran. Además, se pueden comunicar con agentes de viaje de la empresa, para ser asesorados en todo el proceso de reserva.

Redes Sociales: Por el segmento de mercado (personas mayores a 60 años), las redes sociales en donde se realizará la mayor publicidad son Instagram y Facebook, donde serán redirigidos a la página web.

Plataformas de Streaming: La ubicación del segmento de mercado se encuentra principalmente en Estados Unidos, Canadá y Europa, por lo que Oceania Cruises realiza publicidad en plataformas de streaming como Netflix y Amazon Prime en estas ubicaciones.

Online Travel Agencies (OTAs): Las plataformas utilizadas y confiables para reservar cruceros son Cruiseline.com & Shipmate y Cruiseboud, donde se paga una comisión por las reservas.

Agencias de viaje: El canal de distribución principal para las reservas de los cruceros y yates de lujo son las agencias de viaje. Las agencias de viaje donde se ofrecerán los itinerarios del yate son Abercombrie & Kent, Mountain Travel e Inca Travel, estas agencias ofrecen destinos exclusivos y experiencias de lujo.

Programa de lealtad Oceania Club: El programa de lealtad sirve para los miembros de Oceania Club, donde recibirán ofertas especiales, descuentos y beneficios dependiendo de la categoría en la que se encuentren y acumulen puntos.

Capítulo 6.- NÓMINA

6.1 Número de empleados

Nómina	
Tripulación	11
Oficina de Puerto Ayora	6
Oficina de Quito	7
Total	24

Tabla 10. Número de empleados

Essence by Oceania Cruises contará con 24 empleados en total, 11 a bordo del yate, 6 en la oficina en Puerto Ayora y 7 en la oficina en Quito. Para determinar la cantidad de tripulación es necesario tener en cuenta la cantidad de pasajeros y el nivel de servicio que se va a ofrecer. El número de pasajeros del crucero son 16, por lo que se requiere al menos un guía naturalista, pero en este caso dado que el servicio es de lujo se contará con dos. Además, al ser un barco pequeño, el barco requiere un capitán, un timonel y un marinero. La tripulación encargada del servicio, como el área de housekeeping, alimentos y bebidas, front desk y el centro médico, es reducida ya que trabajan hasta 15 horas al día. En total, la tripulación representa un total de \$74.558,20.

El área administrativa se divide en dos, con una oficina de 6 empleados en Puerto Ayora y otra de 7 empleados en Quito. El área administrativa de la oficina de Puerto Ayora cuenta con un total de 6 empleados, que tienen como función el manejo del barco, y abastecimiento de productos que llegan desde el continente. Además, esta área representa \$22.285,70 y está regido por el salario básico de las Islas Galápagos. Continuando, la oficina de Quito, tiene como propósito el manejo de las operaciones logísticas y comerciales del crucero. Esta oficina se encarga de la coordinación con los proveedores en el continente, la gestión de reservas y ventas, así como las estrategias de marketing. La oficina administrativa de Quito representa \$14.555,67. Es

importante la comunicación y el trabajo estrecho entre las dos oficinas para garantizar que las operaciones sean eficientes y coordinadas.

6.2 Composición de Costos de Nómina

Composición de Costos de Nómina		
Personal de Cubierta	\$16.177,35	14,52%
Personal de División de Cuartos	\$10.629,54	9,54%
Personal de Alimentos y Bebidas	\$18.025,94	16,18%
Guías Naturalistas	\$7.439,67	6,68%
Personal de Centro Médico	\$22.285,70	20,01%
Administración Oficina de Puerto Ayora	\$22.285,70	20,01%
Administración Oficina de Quito	\$14.555,67	13,07%
Total	\$111.399,56	100%

Tabla 11. Composición de Costos de Nómina

El costo total de la nómina es \$111.399,56, entre la tripulación a bordo del yate y las dos oficinas. El salario de la tripulación es estimado, ya que las horas nocturnas, suplementarias y extraordinarias pueden variar dependiendo de la cantidad de trabajo y feriados en el mes. Al dividir el costo total (\$111.399,56), con el número de días en el mes, nos da como resultado \$3.713,31, lo que indica que el yate debe generar al menos esta cantidad para cubrir con el costo de las operaciones diarias.

6.3 Perfil de la Nómina

Al trabajar en un yate, con temporadas de trabajo de 6 semanas seguidas, el gerente y director del crucero debe tener un gran liderazgo que conecte con toda la tripulación, pero más importante debe tener un alto nivel de inteligencia emocional para poder gestionar correctamente a la tripulación durante las temporadas de trabajo. Durante estas temporadas de trabajo, la tripulación

llega a trabajar hasta 15 horas al día y pueden llegar a tener un nivel de agotamiento físico y emocional significativo, por lo que es clave que el gerente sea capaz de crear un ambiente de trabajo positivo y poder mantener la motivación de la tripulación. Además, los largos períodos de convivencia en espacios reducidos crean estrés y tensiones entre los miembros de la tripulación, por lo que es importante que el gerente pueda gestionar los conflictos de manera eficiente para mantener el alto nivel de servicio.

Además, las temporadas duran 6 semanas, donde toda la tripulación trabajará de manera continua sin un descanso prolongado, lo que crea un ambiente de agotamiento constante, tensiones entre miembros, y donde se exige un alto nivel de motivación y servicio. Por estas razones, toda la tripulación debe demostrar capacidad de mantenerse enfocada bajo presión y fatiga, y un gran compromiso con el alto nivel de servicio. A continuación, se mencionan características específicas para cada área:

Cubierta: la tripulación de cubierta juega un papel fundamental en la navegación y mantenimiento del yate, y seguridad de los pasajeros, por lo que es importante demuestren un alto nivel de concentración y precisión. Además, deben ser comprometidos, poder trabajar en equipo y tener buena comunicación.

División de Cuartos: esta área debe estar comprometida con el servicio al cliente y enfocada en la satisfacción de los pasajeros. Además, deben ser capaces de resolver problemas de manera eficiente, aportando de manera positiva a la experiencia de los pasajeros.

Alimentos y Bebidas: el área de alimentos y bebidas se caracteriza por su compromiso con la calidad del servicio y productos. Además, deben ofrecer una experiencia gastronómica de alto nivel, que es lo que los pasajeros esperan. Por último, deben de ser capaces de trabajar eficientemente bajo presión y tener una buena comunicación entre ellos.

Guías Naturalistas: los guías naturalistas son una pieza fundamental para la experiencia de los pasajeros en el destino. Ellos deben tener carisma y buenas habilidades de comunicación para poder explicarles a los pasajeros sobre la naturaleza única de las islas. También, deben tener un conocimiento profundo de la ecología local, conocimiento científicos, y estar apasionados por la naturaleza y educación ambiental.

Centro Médico: el doctor del centro médico debe tener experiencia trabajando en condiciones donde los recursos médicos son limitados. Tiene que poder trabajar bajo presión, y poder actuar rápidamente en casos de emergencias.

Administración: la nómina de administración de ambas oficinas deben tener grandes habilidades de comunicación escrita y verbal, ya que el trabajo en equipo de las dos se encargan de que las operaciones funcionen de manera eficiente. El trabajo en conjunto de ambas oficinas debe ser eficiente y transparente, para que todos los procesos administrativos y las operaciones diarias del yate se lleven a cabo correctamente.

Capítulo 7.- FINANZAS

7.1 Indicadores Hoteleros: ADR, RevPar y Ocupación

	2025	2027	2030	2032	2035
ADR Anual	\$1.137,50	\$1.179,69	\$1.246,55	\$1.292,79	\$1.364,72
RevPAR Anual	\$853,13	\$888,46	\$944,69	\$983,82	\$1.045,06
Ocupación	75%	75%	76%	76%	77%

Tabla 12. Indicadores Hoteleros de Essence por Oceania Cruises

Como se puede observar en la tabla, se evidencia un crecimiento sostenido del Average Daily Rate (ADR) y del Revenue Per Available Room (RevPar) desde 2025 a 2035. Este aumento no solo refleja la estabilidad administrativa y operativa del yate, sino que también el esfuerzo constante de los diferentes departamentos para mejorar el valor percibido por los huéspedes en relación con las habitaciones, lo que demuestra que es posible incrementar su valor a lo largo de los años.

En cuanto a la ocupación, se observa un incremento gradual a lo largo del tiempo, aunque no de forma exponencial, sino más bien lineal. Es importante destacar que la industria naviera presenta características distintas a la industria hotelera cuando se habla de ocupación. Mientras que en un hotel las habitaciones se reservan, en su mayoría, con una semana de anticipación, en los yates las reservas se realizan generalmente entre 12 y 5 meses antes del embarque. Este factor es crucial al analizar la ocupación, ya que nos permite entender que Essence siempre mantendrá una ocupación superior al 70% de las habitaciones vendidas.

En conclusión, los indicadores financieros reflejan una salud financiera sólida que demuestra la capacidad de la empresa para soportar factores externos y adaptarse a un entorno dinámico.

7.2 Utilidad Departamental de Habitaciones

ESTADO DE RESULTADOS -DEPARTAMENTAL ANÁLITICO DEPARTAMENTO DE HABITACIONES	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
VENTA DE HABITACIONES	\$ 2.491.125,00	\$ 2.543.438,63	\$ 2.594.307,40	\$ 2.648.787,85	\$ 2.701.763,61	\$ 2.758.500,65	\$ 2.813.670,66	\$ 2.872.757,74	\$ 2.930.212,90	\$ 2.991.747,37	\$ 3.051.582,32
Owners Suite	\$ 410.825,00	\$ 410.248,13	\$ 427.833,09	\$ 436.813,38	\$ 445.346,86	\$ 454.697,61	\$ 463.791,87	\$ 473.631,50	\$ 483.002,13	\$ 493.145,17	\$ 503.008,07
OceanView	\$ 985.500,00	\$ 1.006.195,50	\$ 1.028.319,41	\$ 1.047.872,12	\$ 1.068.829,56	\$ 1.091.274,98	\$ 1.113.100,48	\$ 1.136.475,59	\$ 1.160.205,10	\$ 1.183.548,41	\$ 1.207.219,38
OceanView	\$ 1.095.000,00	\$ 1.117.995,00	\$ 1.140.354,90	\$ 1.164.302,35	\$ 1.187.588,40	\$ 1.212.527,78	\$ 1.236.778,31	\$ 1.262.750,66	\$ 1.288.008,67	\$ 1.315.053,79	\$ 1.341.354,86
GASTOS DEPARTAMENTALES											
Nómina	\$ 151.155,17	\$ 154.276,87	\$ 157.362,40	\$ 160.509,65	\$ 163.719,84	\$ 164.857,70	\$ 166.018,31	\$ 167.202,13	\$ 168.409,63	\$ 169.641,28	\$ 170.897,56
Salarios y recargos	\$ 95.982,50	\$ 97.977,71	\$ 99.937,27	\$ 101.938,01	\$ 103.974,73	\$ 103.974,73	\$ 103.974,73	\$ 103.974,73	\$ 103.974,73	\$ 103.974,73	\$ 103.974,73
Beneficios Sociales	\$ 2.632,67	\$ 2.687,95	\$ 2.741,71	\$ 2.796,55	\$ 2.852,48	\$ 2.852,48	\$ 2.852,48	\$ 2.852,48	\$ 2.852,48	\$ 2.852,48	\$ 2.852,48
Comida empleados	\$ 52.560,00	\$ 53.811,20	\$ 54.883,42	\$ 55.777,09	\$ 56.892,63	\$ 58.030,49	\$ 59.191,10	\$ 60.374,92	\$ 61.582,42	\$ 62.814,07	\$ 64.070,35
Personal extra											
Otros gastos	\$ 174.378,75	\$ 178.040,70	\$ 181.601,52	\$ 185.415,15	\$ 189.123,45	\$ 193.095,05	\$ 196.956,95	\$ 201.093,04	\$ 205.114,90	\$ 209.422,32	\$ 213.610,76
Suministros huésped	\$ 20.925,45	\$ 21.384,88	\$ 21.792,18	\$ 22.249,82	\$ 22.694,81	\$ 23.171,41	\$ 23.634,83	\$ 24.131,17	\$ 24.613,79	\$ 25.130,88	\$ 25.633,29
Suministros impresos	\$ 5.231,38	\$ 5.341,22	\$ 5.448,05	\$ 5.562,45	\$ 5.673,70	\$ 5.792,85	\$ 5.908,71	\$ 6.032,79	\$ 6.153,45	\$ 6.282,67	\$ 6.408,32
Suministros papelería	\$ 1.743,79	\$ 1.780,41	\$ 1.816,02	\$ 1.854,15	\$ 1.891,23	\$ 1.930,95	\$ 1.969,57	\$ 2.010,93	\$ 2.051,15	\$ 2.094,22	\$ 2.136,11
Suministros aseo	\$ 8.718,94	\$ 8.902,04	\$ 9.080,08	\$ 9.270,78	\$ 9.456,17	\$ 9.654,75	\$ 9.847,85	\$ 10.054,65	\$ 10.256,75	\$ 10.471,12	\$ 10.880,64
Lavandería	\$ 1.743,79	\$ 1.780,41	\$ 1.816,02	\$ 1.854,15	\$ 1.891,23	\$ 1.930,95	\$ 1.969,57	\$ 2.010,93	\$ 2.051,15	\$ 2.094,22	\$ 2.136,11
Uniformes	\$ 26.158,81	\$ 26.708,11	\$ 27.240,23	\$ 27.812,27	\$ 28.388,52	\$ 28.964,26	\$ 29.543,54	\$ 30.163,98	\$ 30.767,24	\$ 31.413,35	\$ 32.041,61
Decoración	\$ 26.158,81	\$ 26.708,11	\$ 27.240,23	\$ 27.812,27	\$ 28.388,52	\$ 28.964,26	\$ 29.543,54	\$ 30.163,98	\$ 30.767,24	\$ 31.413,35	\$ 32.041,61
Atenciones huéspedes	\$ 13.950,30	\$ 14.243,28	\$ 14.528,12	\$ 14.833,21	\$ 15.129,88	\$ 15.447,60	\$ 15.758,56	\$ 16.087,44	\$ 16.409,19	\$ 16.753,79	\$ 17.088,88
Suministros vanos	\$ 20.925,45	\$ 21.384,88	\$ 21.792,18	\$ 22.249,82	\$ 22.694,81	\$ 23.171,41	\$ 23.634,83	\$ 24.131,17	\$ 24.613,79	\$ 25.130,88	\$ 25.633,29
Transporte pasajeros	\$ 29.844,39	\$ 30.298,92	\$ 30.872,26	\$ 31.520,58	\$ 32.150,99	\$ 32.826,16	\$ 33.482,68	\$ 34.185,82	\$ 34.869,53	\$ 35.601,79	\$ 36.313,83
Activos de operación	\$ 13.950,30	\$ 14.243,28	\$ 14.528,12	\$ 14.833,21	\$ 15.129,88	\$ 15.447,60	\$ 15.758,56	\$ 16.087,44	\$ 16.409,19	\$ 16.753,79	\$ 17.088,88
Comisión agencias de viajes- tour operadores	\$ 5.231,38	\$ 5.341,22	\$ 5.448,05	\$ 5.562,45	\$ 5.673,70	\$ 5.792,85	\$ 5.908,71	\$ 6.032,79	\$ 6.153,45	\$ 6.282,67	\$ 6.408,32
TOTAL GASTOS	\$ 325.533,92	\$ 332.317,57	\$ 338.963,92	\$ 345.924,80	\$ 352.843,30	\$ 357.952,74	\$ 362.975,25	\$ 368.295,17	\$ 373.524,53	\$ 379.063,59	\$ 384.508,32
UTILIDAD DEPARTAMENTAL	\$ 2.165.591,08	\$ 2.211.121,06	\$ 2.255.343,48	\$ 2.302.863,05	\$ 2.348.920,31	\$ 2.400.547,90	\$ 2.450.695,41	\$ 2.504.462,57	\$ 2.556.688,37	\$ 2.612.683,78	\$ 2.667.074,00

Gráfico 8. Estado de Resultados de Habitaciones de 2024 a 2035

Años	2025	2026	2027	2029	2035
Utilidad	2.165.591,08	2.211.121,06	2.255.343,48	2.348.920,31	2.667.074,00
Coefficiente	86,93%	88,76%	90,54%	94,29%	97,30%

Tabla 13. Utilidad vs Coeficiente 2025 a 2035

La alineación entre la utilidad y el coeficiente refleja una relación sólida en los ingresos por la venta de habitaciones, mostrando un crecimiento exponencial desde 2025 hasta 2035. Este patrón no sólo resalta un aumento significativo en las utilidades, sino que también evidencia a una empresa en expansión, con una clara proyección hacia una economía rentable a largo plazo. Esta tendencia sugiere que la empresa está construyendo una base sólida para mantener su crecimiento sostenido en el futuro.

7.2 Utilidad Departamental Alimentos y Bebidas

ANÁLITICO	VALORES 2025	VALORES 2026	VALORES 2027	VALORES 2028	VALORES 2029	VALORES 2030	VALORES 2031	VALORES 2032	VALORES 2033	VALORES 2034	VALORES 2035
DEPARTAMENTO DE A&B											
VENTA A&B	\$ 1.344.562,55	\$ 1.403.273,74	\$ 1.467.122,69	\$ 1.533.876,77	\$ 1.608.061,78	\$ 1.370.371,08	\$ 1.429.687,96	\$ 1.494.738,76	\$ 1.567.142,99	\$ 1.500.642,37	\$ 1.511.233,17
Restaurante	\$ 283.520,00	\$ 275.026,77	\$ 287.540,49	\$ 300.823,88	\$ 315.163,05	\$ 268.578,20	\$ 280.203,88	\$ 282.952,95	\$ 307.143,41	\$ 294.106,99	\$ 296.185,87
Roof Top	\$ 289.010,00	\$ 280.756,49	\$ 293.530,91	\$ 306.886,57	\$ 321.728,95	\$ 274.173,58	\$ 286.041,25	\$ 299.056,13	\$ 313.542,23	\$ 300.237,28	\$ 302.356,21
Room Service	\$ 812.032,55	\$ 847.490,47	\$ 886.051,29	\$ 928.366,62	\$ 971.169,77	\$ 827.619,30	\$ 863.443,03	\$ 902.729,69	\$ 946.457,38	\$ 908.295,10	\$ 912.691,29
COSTO DE VENTA	\$ 467.235,49	\$ 487.637,62	\$ 509.825,14	\$ 533.022,18	\$ 558.801,47	\$ 476.203,95	\$ 496.816,57	\$ 519.421,72	\$ 544.582,19	\$ 521.473,22	\$ 525.153,53
Restaurante	\$ 91.573,20	\$ 95.571,80	\$ 99.920,32	\$ 104.456,59	\$ 109.519,16	\$ 93.330,92	\$ 97.370,78	\$ 101.801,15	\$ 106.732,33	\$ 102.203,22	\$ 102.624,52
Roof Top	\$ 93.480,99	\$ 97.563,88	\$ 102.001,99	\$ 106.843,08	\$ 111.809,81	\$ 95.270,32	\$ 99.399,34	\$ 103.922,01	\$ 108.955,92	\$ 104.332,46	\$ 105.068,78
Room Service	\$ 282.181,31	\$ 294.502,94	\$ 307.902,82	\$ 321.912,40	\$ 337.481,50	\$ 287.597,71	\$ 300.046,45	\$ 313.869,57	\$ 328.893,93	\$ 314.637,55	\$ 317.160,22
Utilidad Bruta	\$ 877.327,06	\$ 915.636,11	\$ 957.297,56	\$ 1.000.854,60	\$ 1.049.260,31	\$ 894.167,13	\$ 932.871,40	\$ 975.317,04	\$ 1.022.560,80	\$ 979.169,15	\$ 986.079,65
GASTOS DEPARTAMENTALES											
Nómina	\$ 167.323,44	\$ 170.832,78	\$ 174.249,43	\$ 177.734,42	\$ 181.289,11	\$ 11.703,21	\$ 11.801,54	\$ 11.901,85	\$ 12.004,16	\$ 12.108,52	\$ 12.214,97
Salarios y recargos	\$ 162.870,00	\$ 166.290,27	\$ 169.818,08	\$ 173.005,40	\$ 176.485,56	\$ 8.798,25	\$ 8.798,25	\$ 8.798,25	\$ 8.798,25	\$ 8.798,25	\$ 8.798,25
Beneficios Sociales	\$ 4.453,44	\$ 4.542,51	\$ 4.833,36	\$ 4.728,02	\$ 4.803,54	\$ 4.916,96	\$ 5.015,29	\$ 5.115,80	\$ 5.217,91	\$ 5.322,27	\$ 5.428,72
Comida empleados											
Personal extra											
Otros gastos	\$ 94.119,38	\$ 98.229,16	\$ 102.698,59	\$ 107.371,37	\$ 112.564,32	\$ 95.925,98	\$ 100.078,16	\$ 104.631,71	\$ 109.700,01	\$ 105.044,97	\$ 105.786,32
Suministros huésped	\$ 14.117,91	\$ 14.734,37	\$ 15.404,79	\$ 16.105,71	\$ 16.884,85	\$ 14.388,90	\$ 15.011,72	\$ 15.694,76	\$ 16.456,00	\$ 15.756,74	\$ 15.887,95
Suministros impresos	\$ 2.823,58	\$ 2.940,87	\$ 3.080,96	\$ 3.221,14	\$ 3.376,93	\$ 2.877,78	\$ 3.002,94	\$ 3.138,96	\$ 3.291,00	\$ 3.151,56	\$ 3.173,59
Suministros papelería	\$ 941,19	\$ 982,29	\$ 1.028,99	\$ 1.073,71	\$ 1.125,84	\$ 959,28	\$ 1.000,78	\$ 1.048,32	\$ 1.097,00	\$ 1.050,45	\$ 1.057,88
Suministros aseo	\$ 4.705,97	\$ 4.911,48	\$ 5.134,03	\$ 5.388,57	\$ 5.628,22	\$ 4.796,30	\$ 5.003,91	\$ 5.231,56	\$ 5.485,00	\$ 5.282,25	\$ 5.289,32
Suministros varios	\$ 941,19	\$ 982,29	\$ 1.028,99	\$ 1.073,71	\$ 1.125,84	\$ 959,28	\$ 1.000,78	\$ 1.048,32	\$ 1.097,00	\$ 1.050,45	\$ 1.057,88
Combustible cocina	\$ 14.117,91	\$ 14.734,37	\$ 15.404,79	\$ 16.105,71	\$ 16.884,85	\$ 14.388,90	\$ 15.011,72	\$ 15.694,76	\$ 16.456,00	\$ 15.756,74	\$ 15.887,95
Música y entretenimiento	\$ 14.117,91	\$ 14.734,37	\$ 15.404,79	\$ 16.105,71	\$ 16.884,85	\$ 14.388,90	\$ 15.011,72	\$ 15.694,76	\$ 16.456,00	\$ 15.756,74	\$ 15.887,95
Uniformes	\$ 7.529,55	\$ 7.858,33	\$ 8.215,89	\$ 8.589,71	\$ 9.005,15	\$ 7.874,08	\$ 8.006,25	\$ 8.370,54	\$ 8.778,00	\$ 8.403,80	\$ 8.462,91
Lavandería	\$ 11.294,33	\$ 11.787,50	\$ 12.323,53	\$ 12.864,66	\$ 13.507,72	\$ 11.511,12	\$ 12.009,38	\$ 12.565,81	\$ 13.184,00	\$ 12.605,40	\$ 12.694,36
Activos de operación	\$ 16.000,20	\$ 16.868,08	\$ 17.458,76	\$ 18.253,13	\$ 19.158,94	\$ 16.307,42	\$ 17.013,29	\$ 17.787,30	\$ 18.640,00	\$ 17.567,94	\$ 17.983,87
Alquileres varios	\$ 7.529,55	\$ 7.858,33	\$ 8.215,89	\$ 8.589,71	\$ 9.005,15	\$ 7.874,08	\$ 8.006,25	\$ 8.370,54	\$ 8.778,00	\$ 8.403,80	\$ 8.462,91
TOTAL GASTOS	\$ 261.442,82	\$ 269.061,94	\$ 276.948,02	\$ 285.105,80	\$ 293.853,43	\$ 107.629,18	\$ 111.879,70	\$ 116.533,56	\$ 121.704,17	\$ 117.153,49	\$ 118.001,29
UTILIDAD DEPARTAMENTAL	\$ 615.884,25	\$ 646.574,17	\$ 680.349,54	\$ 715.748,80	\$ 755.406,88	\$ 786.537,95	\$ 820.991,69	\$ 858.783,48	\$ 900.856,63	\$ 862.015,66	\$ 868.078,36

Gráfico 9. Estado de Resultados de Alimentos y Bebidas de 2025 a 2035

Años	2025	2026	2027	2029	2035
Utilidad	615.864,25	646.574,17	680.349,54	755.406,88	868.078,36
Coefficiente	45.81%	48.09%	50.60%	56.18%	64.56%

Tabla 14. Utilidad vs Coeficiente 2025 a 2035

El área de alimentos y bebidas, que incluye el menú Evolution, el servicio a la habitación y la venta de bebidas en el bar, muestra una utilidad significativa que continúa creciendo año tras año. Esto se refleja en la alineación positiva entre la utilidad y el coeficiente, los cuales experimentan un aumento constante a lo largo del tiempo. Este crecimiento no solo evidencia un notable incremento en los ingresos del área de alimentos y bebidas, sino también una fuerte preferencia por los servicios que ofrece Essence by Oceania Cruise. Dicho aumento en la demanda resalta la sostenibilidad económica a largo plazo de la empresa, a pesar de factores externos como las políticas gubernamentales en Ecuador y las restricciones impuestas por el Parque Nacional Galápagos. Esta solidez sugiere que la empresa está bien posicionada para mantener su rentabilidad incluso frente a desafíos externos.

7.3 Estado de Resultados Condensado

ESTADO DE RESULTADOS CONDENSADO	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
VENTAS DEPARTAMENTALES											
Habitaciones	\$ 2.491.125,00	\$ 2.543.438,63	\$ 2.594.307,40	\$ 2.648.787,85	\$ 2.701.763,61	\$ 2.758.500,65	\$ 2.813.670,66	\$ 2.872.757,74	\$ 2.930.212,90	\$ 2.991.747,37	\$ 3.052.282,84
Alimentos y bebidas	\$ 1.344.562,55	\$ 1.403.273,74	\$ 1.467.122,69	\$ 1.533.876,77	\$ 1.608.061,78	\$ 1.679.371,08	\$ 1.749.877,96	\$ 1.819.622,22	\$ 1.890.712,99	\$ 1.961.142,99	\$ 2.031.912,27
SPA	\$ 16.425,00	\$ 16.733,50	\$ 17.088,57	\$ 17.430,34	\$ 17.778,95	\$ 18.134,53	\$ 18.497,22	\$ 18.867,16	\$ 19.244,51	\$ 19.629,40	\$ 20.020,00
Lavandería	\$ 18.250,00	\$ 18.615,00	\$ 18.987,30	\$ 19.367,05	\$ 19.754,39	\$ 20.149,47	\$ 20.552,46	\$ 20.963,51	\$ 21.382,78	\$ 21.810,44	\$ 22.246,00
Otros servicios (Venta de Traje de Snorkel \$15, Tabla de Padel \$30, Bastones \$5, Máscaras y Tubos de Buceo \$12, Aletas \$5, Nitrox \$150)	\$ 146.000,00	\$ 148.920,00	\$ 151.898,40	\$ 154.936,37	\$ 158.035,10	\$ 161.195,80	\$ 164.419,71	\$ 167.708,11	\$ 171.062,27	\$ 174.483,52	\$ 177.970,00
Otros ingresos generales	\$ 10.000,00	\$ 10.200,00	\$ 10.404,00	\$ 10.612,08	\$ 10.824,32	\$ 11.040,81	\$ 11.261,62	\$ 11.486,86	\$ 11.716,59	\$ 11.950,93	\$ 12.189,00
Gift Shop	\$ 219.000,00	\$ 223.380,00	\$ 227.847,60	\$ 232.404,55	\$ 237.052,64	\$ 241.793,70	\$ 246.629,57	\$ 251.562,16	\$ 256.593,40	\$ 261.725,27	\$ 266.946,00
(A) TOTAL VENTAS DEPARTAMENTALES	\$ 4.245.362,55	\$ 4.364.580,86	\$ 4.487.655,96	\$ 4.617.415,01	\$ 4.753.270,78	\$ 4.881.186,03	\$ 4.704.719,21	\$ 4.838.084,31	\$ 4.977.355,44	\$ 4.981.989,29	\$ 5.121.121,00
COSTOS Y GASTOS DEPARTAMENTALES											
Habitaciones	\$ 325.535,92	\$ 332.317,57	\$ 338.969,92	\$ 345.924,80	\$ 352.843,30	\$ 357.952,74	\$ 362.975,25	\$ 368.295,17	\$ 373.524,53	\$ 379.063,59	\$ 384.712,00
Alimentos y bebidas	\$ 728.678,30	\$ 756.699,56	\$ 786.773,16	\$ 818.127,97	\$ 852.654,90	\$ 883.833,13	\$ 908.696,27	\$ 935.955,28	\$ 966.286,36	\$ 999.626,71	\$ 1.036.062,00
Spa	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91	\$ 131.877,91
Lavandería	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83	\$ 12.348,83
Gift Shop	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16	\$ 13.585,16
Otros servicios	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36	\$ 4.245,36
(B) TOTAL COSTOS Y GASTOS DEPARTAMENTALES	\$ 1.216.269,49	\$ 1.251.074,40	\$ 1.287.794,34	\$ 1.326.110,04	\$ 1.367.555,46	\$ 1.103.843,14	\$ 1.133.728,79	\$ 1.166.307,72	\$ 1.201.868,16	\$ 1.179.747,57	\$ 1.219.422,00
(A-B) UTILIDAD DEPARTAMENTAL	\$ 3.029.093,06	\$ 3.113.506,46	\$ 3.199.861,62	\$ 3.291.304,97	\$ 3.385.715,32	\$ 3.477.342,89	\$ 3.570.990,42	\$ 3.671.776,59	\$ 3.775.487,29	\$ 3.802.241,72	\$ 3.901.700,00

Gráfico 10. Estado de Resultados Condensado de 2024 a 2035

Años	2025	2026	2027	2029	2035
Utilidad Neta	529.537,70	582.559,49	638.310,47	761.615,55	880.797,42
Coeficiente	12.47%	13.72%	15.04%	17.94%	20.75%

Tabla 15. Utilidad vs Coeficiente 2025 a 2035

Al analizar el Estado de Resultados de Essence by Oceania Cruises, se puede observar que la utilidad departamental, que incluye ingreso por venta de habitaciones, alimentos y bebidas, así como por otros servicios como la tienda de regalos y el spa, muestran una sólida proyección de sostenibilidad a largo plazo. En particular, la venta de habitaciones genera un total de \$2 millones de dólares en ganancias, seguida de cerca por los alimentos y bebidas, que alcanzan \$1 millón de dólares.

A pesar de los costos asociados a las diferentes áreas, como mantenimiento y operación, una tarifa bien ajustada y una ocupación constante superior al 75% permite que el yate mantenga una prosperidad económica continua. Esto refleja una gestión eficiente y una estrategia de valor bien posicionada que asegura la rentabilidad a lo largo del tiempo.

7.4 Flujo de Caja Operativo e Inversión

FLUJO DE CAJA OPERATIVO NETO	\$	(9.836.743,94)	\$	1.363.301,40	\$	1.400.125,58	\$	1.437.902,35	\$	1.478.031,05		
FLUJO DE CAJA OPERATIVO NETO	\$	(9.836.743,94)	\$	1.363.301,40	\$	1.400.125,58	\$	1.437.902,35	\$	1.478.031,05		
\$	1.519.059,25	\$	1.557.181,85	\$	1.595.401,11	\$	1.636.912,72	\$	1.678.871,63	\$	1.669.539,00	
										\$	19.802.251,33	
\$	1.519.059,25	\$	1.557.181,85	\$	1.595.401,11	\$	1.636.912,72	\$	1.678.871,63	\$	1.669.539,00	
											\$	21.663.662,95

Gráfico 11. Flujo de Caja Operativo Neto

Periodo	Saldo Inicial	Capital	Saldo Final
1	2.459.186	146.851	2.312.335
2	2.312.335	163.048	2.149.287
3	2.149.287	181.032	1.968.255
4	1.968.255	201.000	1.767.255
5	1.767.255	223.171	1.544.084
6	1.544.084	247.786	1.296.298
7	1.296.298	275.117	1.021.181
8	1.021.181	305.462	715.719
9	715.719	339.155	376.564
10	376.564	376.564	0

Tabla 16. Tabla de Amortización de Préstamo

La siguiente tabla muestra el financiamiento correspondiente al 25% del capital total, que asciende a \$2.459.186, a ser pagado en un plazo de 10 años. El proceso de pago está claramente estructurado y planificado, lo que le hace realista, ya que garantiza la liquidación total de la deuda al final del periodo. Además se observa un incremento progresivo en los pagos al capital, lo cual es posible gracias al uso del método francés, que permite reducir la deuda de manera eficiente y asegurar su completa amortización.

VAN	4.836.869
TIR	19%

Tabla 17. TIR y VAN

Al analizar los últimos indicadores financieros, se puede observar claramente que Essence by Oceania Cruises es un yate de expedición de lujo altamente rentable. El Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$4.836.869 indica que el proyecto genera un valor neto significativo.

Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza un destacado 19%, una cifra excepcional en el mercado ecuatoriano, que supera a otros proyectos e inversiones. Aunque esto implica ciertos riesgos, los indicadores financieros reflejan una rentabilidad sólida, lo que posiciona a Essence by Oceania Cruises como una oportunidad de éxito en el competitivo mercado de las Islas Galápagos.

CONCLUSIÓN

Tras concluir la investigación, hemos comprendido la creciente necesidad de diversificar la oferta de servicios turísticos de lujo en las Islas Galápagos. A partir de la demanda y el perfil económico de los turistas internacionales que visitan el archipiélago, hemos identificado la importancia de introducir Essence by Oceania Cruises, un yate de expedición de lujo que combina un servicio y alojamiento de alta gama combinado con la impresionante naturaleza del destino.

Se puede concluir que la implementación de Essence by Oceania Cruises proporcionará una experiencia única en las Islas Galápagos, ofreciendo lo mejor en lujo, gastronomía y sostenibilidad. Se proyecta que esta iniciativa generará un capital total de \$4.000.000 a largo plazo. Aunque reconocemos que el proyecto representa un reto, los análisis de los indicadores financieros, nos dan una visión optimista de su viabilidad futura.

Si bien somos conscientes de la incertidumbre política y económica que enfrenta Ecuador, como destino para inversión extranjera, las perspectivas específicas para las Islas Galápagos nos permiten confiar en que la inversión en este yate de expedición será segura y rentable.

Referencias Bibliográficas

- Borja, E. (2021). Estudio realizado por la ESPOL revela el aporte del turismo de cruceros en la economía de Galápagos y del país: Cámaras de Industrias y Producción
<https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/catastro-servicios-turisticos/>
- Gobierno de Galápagos. (2023). GALÁPAGOS.
<https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/GALAPAGOS.pdf>
- INEC. (2022). Resultados Principales Galápagos.
https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/10/Info_Galapagos.pdf
- Norwegian Cruise Line Holdings. (2023). 2023 Sail and Sustain Report.
https://www.ncl.com/sites/default/files/2023_NCLH_Sail_and_Sustain_Report-compressed.pdf
- Ministerio de Salud Pública. (2019). Rendición de Cuentas 2019.
https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/20D01_PRESENTACIÓN-RENDICIÓN-2019.pdf
- Observatorio de Turismo de Galápagos. (2022). Informe Anual Visitantes.
https://galapagos.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/INFORME_ANUAL_VISITANTES_2022_DUP.pdf
- Oceania Cruises. (2023). 2024 Collection Brochure.
https://issuu.com/cruisetraveller.com/docs/Oceania_2024
- San Cristóbal Galápagos. (2024). Historia. <https://sancristobalgalapagos.gob.ec/ditur/historia/>
- Sevilla, A. (2017). El misterio de los misterios: Las islas Galápagos en Ecuador y la obra “El Origen de las Especies.” *HiSTOReLo Revista de Historia Regional Y Local*, 10(19), 121–156. <https://doi.org/10.15446/historelo.v10n19.61461>