



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN EL
BARRIO TAPALÁN VÍA CULAHUANGO, EN LA CIUDAD DE
LATACUNGA EN EL AÑO 2014.”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

Bunchi Lema Mayra Elizabeth

DIRECTORA:

Ing. Hidalgo Guayaquil Ruth Susana

LATACUNGA- ECUADOR

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN EL BARRIO TAPALÁN VÍA CULAHUANGO, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL AÑO 2014**”, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

La Autora del Proyecto,

.....

Bunchi Lema Mayra Elizabeth
CI.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
LATACUNGA – ECUADOR

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN EL BARRIO TAPALÁN VÍA CULAHUANGO, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL AÑO 2014”, de Bunchi Lema Mayra Elizabeth, postulante de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Febrero, 2014

La Directora,

.....

Ing. Hidalgo Guayaquil Ruth Susana

CI.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
LATACUNGA – ECUADOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, la postulante: Bunchi Lema Mayra Elizabeth con el título de tesis: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN EL BARRIO TAPALÁN VÍA CULAHUANGO, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL AÑO 2014”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, junio, 2015

Para constancia firman:

.....
Ing. Walter Navas
PRESIDENTE

.....
Dra. Cecilia Chancusig
MIEMBRO

.....
Ing. Wilson Travéz
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por haberme dado la oportunidad de vivir, y por bendecir mi vida día a día.

Mayra

DEDICATORIA

A mis abuelitos que en paz descansen
Luis y Balbina, que aunque hayan
partido de este mundo siempre los
recordaré.

Mayra

ÍNDICE

Contenido	Págs.
Portada.....	i
Autoría	ii
Aval del director de tesis.....	iii
Aprobación tribunal	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	xviii
Abstract	xix
Aval de traducción	xx
Introducción	xxi
CAPÍTULO I	
Fundamentación teórica	
1.1.1 Concepto administración	1
1.1.2 Importancia de la administración	1
1.1.3 Objeto de la administración	2
1.1.4 Fines de la administración	2
1.1.5 Funciones de la administración.....	2
1.1.5.1 Planeación	3
1.1.5.2 Organización	7
1.1.5.3 Dirección.....	8
1.1.5.4 Control	9
1.1.6 Niveles básicos de la administración	11
1.2. Emprendimiento	11
1.2.1 Conceptos	11
1.2.2. Emprendedor	12
1.2.3. Tipos de emprendedores	12
1.2.4. Componentes de la iniciativa emprendedora	13

1.2.4.1. Fuerzas internas	14
1.2.4.2. Fuerzas externas	14
1.2.5 Atributos del carácter	14
1.2.6 Motivaciones	14
1.2.7 Atributos intelectuales.....	15
1.3 Plan de negocio	15
1.3.1 Conceptos	15
1.3.2 Partes del plan de negocio	16
1.4 Estudio de mercado	16
1.4.1 Conceptos.....	16
1.4.2 Elementos que integran el estudio de mercado	17
1.5 Estudio técnico.....	20
1.5.1 Conceptos	20
1.5.2 Factores que determinan el tamaño de la empresa	21
1.5.2.1 Tamaño del proyecto y la demanda	21
1.5.2.2 El tamaño del proyecto, materia prima, suministros e insumos.....	21
1.5.2.1. El tamaño del proyecto, la tecnología y equipos	21
1.5.2.2. El tamaño del proyecto y el financiamiento.	22
1.5.3 Localización del proyecto.	22
1.5.3.1 Macro localización.....	22
1.5.3.2 Micro localización.....	23
1.5.4 Ingeniería del proyecto	23
1.5.4.1 Proceso de compra de materia prima e insumos.	23
1.5.4.2Proceso de producción.	23
1.5.4.3 Diagramas de flujo.	24
1.5.5 Distribución de la planta.	24
1.5.5.1 Requerimientos del proyecto.....	24
1.6 Propuesta administrativa.....	24
1.6.1 Razón social.	25
1.6.2 Base filosófica de la empresa.	25

1.6.3 Estructura organizacional.....	25
1.6.4 Análisis FODA.....	25
1.6.5 Marco legal.....	26
1.7. Estudio financiero	26
1.7.1. Concepto.	26
1.7.2 Inversión inicial.....	26
1.7.3 Financiamiento.....	27
1.7.4 Cronograma de inversión.	27
1.7.5 Depreciación y amortización.....	27
1.7.6 Determinación de los costos de operación.....	27
1.7.7 Punto de equilibrio	28
1.8 Estados financieros.....	29
1.8.1 Estado de resultados.....	29
1.8.2 Estado de flujo de caja.	29
1.8.3 Balance general.	29
1.8.4 Evaluación financiera del proyecto.....	30
1.8.4.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (tmar).....	30
1.8.4.2 Valor actual neto (van).....	30
1.8.4.3 Tasa interna de retorno (tir)	30
1.8.4.4 Periodo de recuperación de la inversión(pri)	31
1.8.4.5 Relación costo beneficio (rb/c)	31
1.9 Razones financieras.....	31
1.9.1 Razones de liquidez.....	32
1.9.2 Razones de rentabilidad	32
1.9.3 Razones de endeudamiento, solvencia o apalancamiento.....	32
1.10 Impacto ambiental.....	32
CAPITULO II	
2.1 Estudio de mercado	34
2.1.1 Introducción.	34
2.2. Identificación y descripción del servicio	34

2.2.1. Identificación del servicio de alojamiento	34
2.2.2. Servicio de alojamiento de paso.....	35
2.2.3. Servicios complementarios	35
2.2.4 Mercado meta.....	36
2.2.4.1. Segmentación	36
2.2.4.2. Variable geográfica	36
2.2.4.3. Variable demográfica	37
2.2.4.4 variable psicodemográfica	38
2.3 Objetivos	38
2.3.1 Objetivo general	38
2.3.1.1. Objetivos específicos	39
2.4 Investigación de mercado	39
2.4.1 idea del negocio.....	39
2.4.2 Planteamiento del problema	40
2.4.3 Posible solución	41
2.4.4. Justificación.....	41
2.4.5 Tipo de investigación	42
2.4.5.1. Cuantitativa.	42
2.4.5.2. Cualitativa	43
2.4.6 Fuentes de información	43
2.4.6.1 Fuentes primarias	43
2.4 6.2. Fuentes secundarias.....	44
2.4.7 Tipo de investigación	45
2.4.7.1. Cuantitativa.	45
2.4.7.2. Cualitativa	46
2.4.8 Metodología	46
2.4.8.1 Métodos	46
2.4.8.2. Técnicas.....	47
2.4.8.2 Instrumento	47
2.4.9 Proyección de la población económicamente activa.....	48

2.4.10. Plan muestral.....	48
2.4.11. Elaboración de la prueba piloto.....	50
2.4.12 Análisis e interpretación de resultados	51
2.4.13 Conclusiones de la investigación de mercado	64
2.4.14 Análisis de la demanda	65
2.4.14.1 Demanda histórica proyectada	65
2.4.14.2 Proyección actual de la demanda	66
2.4.15 Análisis de la oferta.....	68
2.4.15.1 Principales oferentes del servicio de los moteles	68
2.4.15.2 Oferta actual	69
2.4.15.3 Capacidad instalada de la oferta	70
2.4.15.4 Determinación de la demanda insatisfecha	71
2.5 Análisis de la comercialización.....	73
2.5.1 Perfil del servicio	73
2.5.1.1 Estrategias del servicio.....	73
2.5.2 Análisis del precio.....	74
2.5.2.1 Estrategias de precio	74
2.5.3 Análisis de los canales de distribución	74
2.5.3.1 Estrategias de distribución	75
2.5.4 Análisis de la promoción.....	75
2.5.4.1 Estrategias de promoción	75
2.6 Conclusiones del estudio de mercado	76
CAPITULO III	
Estudio técnico-administrativo y Financiero	77
3.1. Introducción	77
3.2 Objetivos	78
3.2.1 Objetivo general	78
3.2.1.1 Objetivos específicos	78
3.3 Estudio técnico.....	79
3.3.1. Factores que determinan el tamaño de la empresa.....	79

3.3.1.1. El tamaño del proyecto de la demanda	79
3.3.1.2. Tamaño del proyecto, materia prima y suministros	80
3.3.1.3. Tamaño del proyecto, tecnología y equipos.....	80
3.3.1.4 Tamaño y mano de obra.....	80
3.3.1.5 Tamaño del proyecto, financiamiento	81
3.3.2. Localización del proyecto	81
3.3.2.1. Macro –localización	81
3.3.2.2. Micro – localización	82
3.3.3. Ingeniería del proyecto	84
3.3.3.1 Análisis del macro proceso	85
3.3.3.2 Proceso de selección del proveedor	86
3.3.3.3 Adquisición de materia	87
3.3.3.4 Mantenimiento del espacio	88
3.3.3.5 Proceso de presentación del servicio.....	89
3.3.4 Distribución de la planta	92
3.3.5. Requerimiento del proyecto	94
3.4. Propuesta administrativa	99
3.4.1 Análisis FODA	99
3.4.2. Base filosófica	100
3.4.2.1 Razón social	100
3.4.2.2 Logotipo	101
3.4.2.3 Misión	101
3.4.2.4 Visión	101
3.4.2.5 Objetivos	102
3.4.2.6 Principios y valores	102
3.4.2.7 Estrategias	104
3.4.2.8 Estructura organizacional	105
3.4.2. 9 Manual de funciones	108
3.4.3 Marco legal	112
3.5. Estudio financiero	117

3.5.1. Inversión inicial	117
3.5.2. Cronograma de inversión	118
3.5.3. Depreciación y amortización.....	119
3.5.3.1. Depreciación	119
3.5.3.2. Amortización	119
3.5.4. Financiamiento	120
3.5.4.1. Financiamiento - capital propio	120
3.5.4.2. Financiamiento- institución financiera	120
3.5.5. Determinación de los costos de producción	121
3.5.6. Costos unitarios de producción	124
3.5.7. Determinación de ingresos.....	126
3.5.8. Punto de equilibrio.....	128
3.5.8.1 En términos monetarios (costos totales)	128
3.5.8.2 En unidades físicas (clientes).....	129
3.5.9 Estados financieros.....	130
3.5.9.1 Estado de resultados (proforma).	130
3.5.9.2 Estado de situación financiera (proforma)	132
3.5.9.3. Flujo de caja (proforma)	133
3.5.10. Evaluación financiera.....	134
3.5.10.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (tmar)	134
3.5.10.2 Valor actual neto (van)	134
3.5.10.3. Tasa interna de retorno (tir)	135
3.5.10.4. Periodo de recuperación de la inversión (pri)	137
3.5.19.5 Relación beneficio – costo (rb/c)	138
3.5.11 Razones financieras.....	138
3.5.11.1. Apalancamiento Financiero.....	138
3.6 Conclusiones.....	141
3.7 Recomendaciones	142
3.8 Referencia bibliográfica	143
3.9 Anexos	144

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla # 01 Variable geográfica	37
Tabla # 02 Variable demográfica.....	37
Tabla # 03 Variable psicodemográfica	38
Tabla # 04 Proyección de la población económicamente activa (pea) del 2010 al 2014	48
Tabla # 05 Plan muestral	49
Tabla # 06 Cronograma -aplicación de encuestas	49
Tabla # 07 Prueba piloto	50
Tabla # 08 Visitas a alojamientos de paso	53
Tabla # 09 Alojamientos de paso más visitados	54
Tabla # 10 Disposición a visitar	55
Tabla # 11 Calificación de los servicios emitidos.....	56
Tabla # 12 Factores decisivos	57
Tabla # 13 Frecuencia de visitas	58
Tabla # 14 Medios de comunicación preferidos	59
Tabla # 15 Disponibilidad de pago	60
Tabla # 16 Servicios complementarios	61
Tabla # 17 Estilo de habitaciones.....	62
Tabla # 18 Contribución en el desarrollo.....	63
Tabla # 19 Demanda histórica proyectada	65
Tabla # 20 Proyección de la demanda	66
Tabla # 21 Principal oferente del servicio de los moteles	68
Tabla # 22. Oferta actual	69
Tabla # 23 Capacidad instalada de la oferta	70
Tabla # 24 Oferta actual proyectada según # de plazas habitacionales	70
Tabla # 25 Demanda insatisfecha	72
Tabla # 26 El tamaño del proyecto de la demanda	79
Tabla # 27 Método cualitativo por puntos	89

Tabla # 28 Simbología proceso	85
Tabla # 29 Distribución de la planta por áreas	92
Tabla # 30 Requerimiento terreno.....	94
Tabla # 31 Requerimiento infraestructura	94
Tabla # 32 Requerimiento de un vehículo	94
Tabla # 33 Requerimiento de equipos - área administrativa y de servicios.....	95
Tabla # 34 Requerimiento menaje y lencería	95
Tabla # 35 Requerimiento muebles y enseres	96
Tabla # 36 Requerimiento - suministros de limpieza	96
Tabla # 37 Requerimiento suministros de oficina.....	97
Tabla # 38 Requerimiento de útiles de aseo personal	97
Tabla # 39 Requerimiento mano de obra directa	97
Tabla # 40 Requerimiento gastos diferidos	98
Tabla # 41 Requerimiento servicios básicos	98
Tabla # 42 Requerimiento gastos administrativos y de ventas	98
Tabla # 43 Requerimiento mantenimiento y repuestos	99
Tabla # 44 Foda.....	100
Tabla # 45 Inversión inicial.....	117
Tabla # 46 Cronograma de inversión del proyecto	118
Tabla # 47 Depreciación	119
Tabla # 48 Amortización	119
Tabla # 49 Amortización de la deuda	121
Tabla # 50 Costo de producción general.....	122
Tabla # 51 Costo de producción habitación normal.....	123
Tabla # 52 Costo de servicio habitación especial	124
Tabla# 53 Costo unitario de producción	125
Tabla # 54 Costo unitario de producción habitación normal	125
Tabla # 55 Costo unitario de producción habitación especial	126
Tabla # 56 Ingresos proyectados	127
Tabla # 57 Punto de equilibrio habitación normal	128

Tabla#58 Punto de equilibrio habitacion especial	129
Tabla # 59 Estado de resultados.....	131
Tabla # 60 Estado de situación financiera	132
TABLA # 61 Flujo de efectivo (proforma).....	133
Tabla #62 Valor actual neto (van 1)	135
Tabla # 63 Valor actual neto (van2)	136
Tabla #64 Razones financieras.....	138

INDICE DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico # 1 Funciones de la administración.....	3
Grafico # 2 Elementos del estudio de mercado.....	17
Gráfica# 03 Visitas alojamiento.....	53
Gráfica # 04 Alojamiento d epaso mas visitado	54
Gráfico # 05 Disposición a visitar.....	55
Gráfico # 06 Calificación de los servicios emitidos	56
Gráfico # 07 Factores decisivos	57
Gráfica # 08 Frecuencias de copmpra	58
Gráfica # 09 Medios de comunicación	59
Gráfico # 10 Disponibilidad de pago	60
Gráfico # 11 Servicios complementarios	61
Gráfico # 12 Estilo de habitaciones	62
Gráfica# 13 Contribución en el desarrollo	63
Gráfico # 14 Proyección de la demanda	67
Gráfico # 15 Oferta proyectada.....	71
Gráfico # 16 Comportamiento oferta demanda y dpi.....	72
Grafico # 17 Mapa de macro-localización	82
Grafico # 18 Mapa de micro- localización.....	84
Gráfico # 19 Análisis macro proceso	85
Gráfico # 20 Proceso de selección del proveedor	86
Gráfico # 21 Adquisición de materia	87
Gráfico # 22 Mantenimiento del espacio	88
Gráfico # 23 Proceso de presentación del servicio	89
Gráfico # 24 Venta del servicio	90
Gráfico # 25 Proceso de reserva vía telefónica o vía on line	91
Grafico # 26 Planimetría del alojamiento romance motel	93
Grafico #27 Logotipo.....	101
Grafico #28 Estructura organizacional	105
Grafico #29 Organigrama posicional	106
Grafico #30 Organigrama funcional	107
Grafico #31 Punto de equilibrio general	129



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS LATACUNGA – ECUADOR

TEMA: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN EL BARRIO TAPALÁN VÍA CULAHUANGO, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL AÑO 2014"

Autora: Bunchi Lema Mayra Elizabeth.

RESUMEN

El actual proyecto titulado “Plan de negocio para la creación de un motel en el Barrio Tapalán vía Culahuango, en la ciudad de Latacunga en el año 2014” , tiene como fin demostrar la factibilidad de creación mediante el desarrollo sistemático de un plan de negocio que oferte una nueva alternativa de alojamiento turístico para aquel sector, en vista de que actualmente se suscita un problema la falta de alojamientos turísticos que pueda contribuir con el desarrollo de la economía y también del turismo para que de esa forma generé mejor movilidad de personas hacia el sector, para mejorar la economía de esa población y las condiciones económicas de empleados e inversionistas.

Para ello la mejor opción que se ha podido determinar para dar una posible solución al problema suscitado en aquel lugar, acorde a su ubicación, condiciones económicas, cultura, costumbres de la población es la edificación de un motel para aquellas personas que buscan una estancia corta al pasar o visitar el sector.

Con respecto a la investigación y estudio del tema de tesis se da a conocer que mediante la recopilación de datos metódicos utilizados como técnicas de la observación y encuestas aplicadas a la población, se determinó la factibilidad, y arrojó datos muy importantes como por ejemplo la cantidad de demanda insatisfecha valor del cual se tomó un porcentaje del 74% de personas o posibles clientes potenciales a los cuales se podrá ofertar el servicio acorde a la capacidad instalada del proyecto previo a ponerse en ejecución en el año acordado.



TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE AND HUMANISTICS SCIENCES
LATACUNGA – ECUADOR

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A MOTEL IN THE TAPALÁN NEIGHBORHOOD CULAHUANGO ROUTE IN LATACUNGA CITY IN THE YEAR 2014"

Author: Bunchi Lema Mayra Elizabeth.

ABSTRACT

The current project "Business Plan for the creation of a motel in the Tapalán neighborhood Culahuango route in Latacunga city in the year 2014", has as aim to demonstrate the feasibility of creating through the systematic development of a business plan that offers a new alternative of tourist accommodation for that sector, because the currently problem is the lack of tourist accommodation that can contribute to the development of the economy and tourism in order to improve the economy of that population and economic conditions of employees and investors.

For that the best option that has been determined to give a possible solution to the problem raised in that place, according to its location, economic conditions, culture, customs of the people is building a motel for those people who are seeking a short stay or visit the sector.

With regard to research and study of the thesis theme is disclosed that by collecting methodical data used as techniques of observation and surveys of the population, was determined and verified the feasibility of their implementation, also important data such as the amount of unsatisfied demand was obtained in which a percentage of 74% of persons or potential customers to, who the service may be offered according to the installed capacity of the project which are going to be implemented in the agreed year, was determined.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por la señorita Egresada de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas: **BUNCHI LEMA MAYRA ELIZABETH**, cuyo título versa **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN MOTEL EN EL BARRIO TAPALÁN VÍA CULAHUANGO, EN LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL AÑO 2014”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente certificado de la manera ética que estime conveniente.

Latacunga, febrero del 2015

Atentamente,

Lic. M. Sc. Erika Cecilia Borja Salazar
**DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS
C.C.**

INTRODUCCIÓN

Motel.- Conocido generalmente como un alojamiento para una corta estancia de los viajeros, se originó en EEUU. de Norte América, conocido en su tiempos muy remotos como hotel de motor o motel y después de la segunda guerra mundial adoptó únicamente el nombre de motel, destinado para los conductores de vehículos con motor que realizaban viajes largos por carretera y que no tenían donde alojarse, surge de esta manera una nueva cadena de hoteles para hospedarse por un corto tiempo y de fácil acceso, convirtiéndose pronto en cabañas turísticas que permitió fomentar el turismo hacia el sector donde fueron creadas, de esa forma se forjó un gran avance para la población permitiendo convertir las tierras improductivas en rentables mejorando el ámbito económico, social, y turístico del sector. Desde entonces la industria motelera es muy común en la sociedad su creación y adquisición de los servicios del motel.

En Ecuador los moteles tienen diferente edificación según sus variables geográficas y demográficas, son construidos para cada población o región y están ubicados en distintas zonas estratégicas de varias partes de todo el país y utilizados habitualmente por la mayoría de las personas para tomar un relax, permitiendo satisfacer necesidades fisiológicas y psicológicas:

- Necesidades fisiológicas: descansar, dormir, sed, hambre, intimidad sexual.
- Necesidades psicológicas: relacionadas con las emociones como afecto, Realización personal, etc. ¹

El proyecto básicamente consiste en ofertar alojamiento en aquel sector de la ciudad de Latacunga en vista de que es un sector poco poblado y aun con la existencia de moteles en el sector aun es faltante los alojamientos de esa naturaleza, y en vista de aquel problema hallado se permitió formular la siguiente pregunta ¿La existencia de

¹ Análisis propio consultada de la web http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow

pocos alojamientos turísticos disminuye la atracción turística en la población, impidiendo el desarrollo económico y social?, problema que actualmente surge precisamente en el Barrio Tapalán y necesita por lo menos ser resuelta en parte para contribuir con el desarrollo turístico, económico y social de aquella población, para lo cual se planteó la posible solución al problema actual con la propuesta acerca de un **“Plan de negocio para la creación de un motel en el Barrio Tapalán vía Culahuango”**, que permitirá generar la movilidad de más personas al sector, fuente de empleo, rentabilidad económica, y disminuir la inseguridad en el lugar despoblado; y para demostrar su factibilidad se planteó un plan de negocio mediante el desarrollo de las 3 siguientes categorías fundamentales determinadas en cada capítulo de la tesis, de la siguiente manera:

Tratándose en el **PRIMER CAPÍTULO**, la primera categoría fundamental sobre la Fundamentación Teórica, sobre las conceptualizaciones de varias teorías básicas de diferentes autores desde lo que se refiere a la administración, importancia, objeto, funciones, niveles, y también acerca del estudio técnico, administrativo y financiero.

En el **SEGUNDO CAPÍTULO**, se tratará todo un proceso acerca del Estudio de Mercado, los objetivos del estudio, idea del negocio, identificación del producto, segmentación de mercado mediante las variables geográficas y demográficas en la investigación de mercado acerca de la posible solución, investigaciones mediante diferentes fuentes de información, recopilación de información, y el análisis e interpretación de resultados.

Finalmente el **TERCER CAPÍTULO**, presentará acerca de los temas sobre el Estudio Técnico, Administrativo y Financiero, como localización, tamaño del proyecto, distribución de la planta, requerimiento del proyecto, proyecciones de los estados financieros, evaluación financiera, razones financieras, y se finalizará con la presentación de las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas, y anexos.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1.1 Concepto Administración

Según KOONTZ Harold y Heinz Weihrich, (2009) “La administración es un término que tiene varias acepciones distintas, por lo tanto la administración es el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional. (Pág. 8)”

Según COULTER Robbins, (2011), “La administración es.- Coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, llegando a completar las actividades para conseguir las metas de la organización. (Pág. 5-6)”

Los autores conceptualizan a la administración desde un punto de vista diferente pero los autores llegan al mismo punto del verdadero significado de la palabra administración; que entonces la administración es conceptuada como un proceso la cual está muy bien estructurada, y en la que intervienen exigentemente recursos económicos, materiales, humanos y tecnológicos, para el cumplimiento de objetivos comunes de una organización con carácter eficiente y eficaz permitiendo la capacidad suficiente para generar la productividad necesaria en la entidad.

1.1.2 Importancia

La administración brinda el éxito a cualquier organismo social ya que estos dependen directa o indirectamente de esta, porque necesitan administrar debidamente los recursos humanos y materiales que poseen, una adecuada administración hace que se mejore el nivel de productividad.

La administración se mantiene al frente de las condiciones cambiantes del medio, ante esta situación proporciona previsión y creatividad, indudablemente su gran emblema es el mejoramiento constante y la eficiente técnica administrativa promueve y orienta al desarrollo de cualquier organismo social. En la pequeña y mediana empresa la única posibilidad de competir, es aplicando una efectiva administración.

1.1.3. Objeto de la Administración

El objeto de estudio de la administración son las organizaciones para que estas operen con óptima eficiencia. Sabiendo que las organizaciones son unidades sociales o agrupaciones humanas, deliberadamente constituidas, para alcanzar fines específicos.

1.1.4. Fines de la Administración

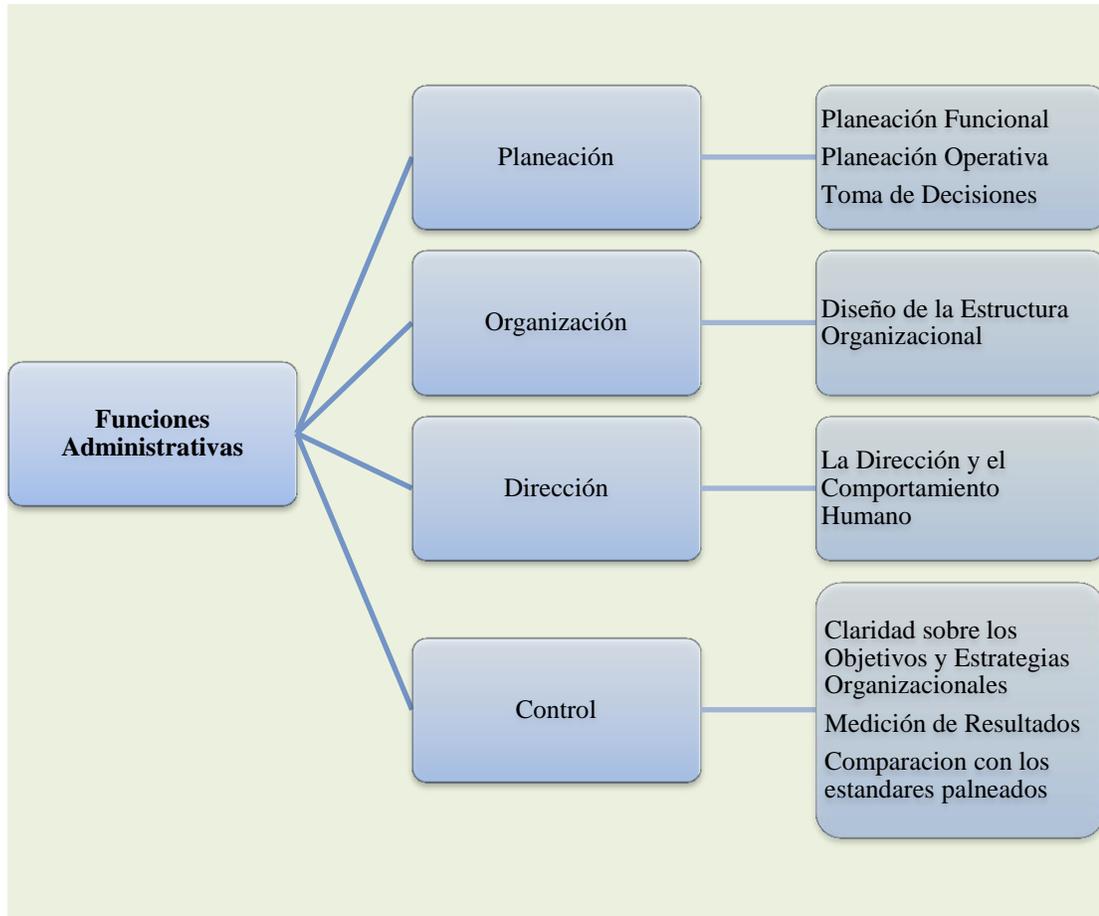
La administración tiene naturaleza práctica, por ello la finalidad de la administración es obtener coordinación. Razón por el cual los términos dirección, manejo, cooperación, son considerados como instrumentos, pues no se coordina para dirigir, sino que se dirige para coordinar.

1.1.5. Funciones de la Administración

Muchos estudiosos y administradores se han percatado de que la clara y útil organización de los conocimientos facilita el análisis de la administración. Así pues, al estudiar la administración de gran utilidad se conoce que la administración se divide en cuatro funciones administrativas:

En torno a las cuales pueden organizarse los conocimientos que se hallan en la base de las funciones. Por ello en este texto el concepto, principios, teorías y técnicas de administración se agrupan en estas cuatro funciones.

GRAFICO # 1
FUNCIONES D ELA ADMINISTRACION



Elaborado por: Autora del proyecto

1.1.5.1. Planeación

Según PONCE Agustín, (2009) “Fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización. (Pág. 230)”

➤ ***Importancia***

Al respecto, algunos de los argumentos que cada vez más resaltan la importancia de la planificación son los siguientes.

- Definir los objetivos
- Responder a los cambios.
- Optimizar el uso de los recursos.
- Orientar las decisiones.
- Reducir la incertidumbre.
- Definir criterios de desempeño.
- Lograr los objetivo

➤ ***Niveles de la Planeación***

En la planeación, los niveles hacen referencia a la dimensión y al horizonte de tiempo para el que se plantea, es decir, si la planeación se hace para el conjunto de la organización, para un área o dependencia, o para un cargo en particular, y si se planea para períodos de largo, mediano o corto plazo. También dentro de la planeación pueden existir las siguientes planeaciones.

➤ ***Planeación Funcional***

La planeación funcional se debe desprender de la planeación corporativa; es aquella que se formula para ser desarrollada por cada una de las áreas funcionales básicas o dependencias en las que se estructura la administración de las organizaciones y cuyo propósito es definir el aporte de cada área o dependencia a la planeación corporativa. Esta planeación se fundamenta en el mediano plazo.

➤ ***Planeación Operativa***

La planeación operativa que se debe desprender de la planeación funcional consiste en la planeación que definen los diferentes cargos operativos para especificar su respectivo aporte al desarrollo de la planeación funcional. El horizonte de tiempo para este tipo de planeación es el día a día.

➤ ***Toma de Decisiones***

Un aspecto relevante en todo proceso de la planeación en el contexto de las organizaciones es el de toma de decisiones, ya que, como muchos estudiosos de la planificación afirman, ésta última es el proceso de toma de decisiones en el presente para los resultados que se esperan obtener en el futuro. Es decir que la planeación está directamente relacionada con la toma de decisiones.

➤ ***Proceso para la Toma de Decisiones***

La toma de decisiones es un proceso que implica una serie de actividades que, de acuerdo con diferentes autores, se pueden agrupar en las frases que se desarrollan a continuación.

➤ ***Identificación de un Problema***

Todo proceso de toma de decisiones comienza con la identificación de un problema, es decir, una discrepancia frente a una situación determinada y la cual es necesario actuar.

➤ ***Identificación de Criterios de Decisión***

En esta fase se determinan los aspectos pertinentes a tener en cuenta para la solución de la situación identificada como problema ante la toma de decisión.

➤ ***Ponderación de Criterios de Decisión***

Frente a una situación en la que es necesaria tomar una decisión no todos los criterios pertinentes a tal efecto tiene la misma relevancia y, por consiguiente se requiere una ponderación de los mismos para lograr mejores resultados con la decisión. Es decir, se debe dar mayor importancia a unos criterios sobre otros, según la situación a resolver y las circunstancias en que se está resolviendo.

➤ ***Desarrollo de Alternativas***

Frente a un problema, es necesario identificar varias alternativas viables que lo resuelvan; para ello, se debe pensar el problema en diferentes escenarios, con diferentes opciones de respuestas posibles.

➤ ***Análisis de Alternativas***

Identificadas las alternativas, es necesario evaluarlas mediante un análisis de ventajas y desventajas de cada una de ellas ante la solución del problema

➤ ***Selección de una Alternativa***

El objetivo al tomar una decisión es seleccionar la alternativa que producirá los resultados más favorables para el conjunto de la organización y para sus relacionados.

El propósito de seleccionar una alternativa en proceso de planeación es resolver un problema para alcanzar un objetivo determinado. En alternativas, lo que existe son soluciones más adecuadas o menos adecuadas, pero no únicas ni mejores.

➤ ***Implementación de la Respectiva Alternativa***

Las alternativas necesitan ser llevadas a la práctica y, por ello es indispensable una buena implementación; muchas alternativas son funcionales en teoría, pero cuando se quieren implementar, son poco realistas. Así, como se debe tener una gran exigencia al seleccionar las alternativas, la puesta en marcha también demanda gran atención de los involucrados en dicho proceso.

➤ ***Evaluación de la Eficacia de la Alternativa***

En esta fase, es necesario definir indicadores que permitan evaluar los resultados obtenidos del proceso de implantación de la alternativa frente a la solución del problema que se busca resolver y de la consecución de los objetivos definidos en el proceso de planeación.

1.1.5.2 Organización

Según COULTER Robbins, (2011), “La organización es un proceso sistematizado de relaciones formales conscientemente coordinadas entre 2 o más personas y recursos para cumplir con las metas de la entidad. (Pág. 105)”

➤ ***Diseño de la Estructura Organizacional***

El diseño de la estructura organizacional es la representación formal de las relaciones laborales de las organizaciones, donde se definen la división formal del trabajo y las

relaciones de dependencia en el interior de una organización. Este tipo de diseño involucra aspectos como:

- La división y la especialización del trabajo.
- Las jerarquías administrativas
- Las líneas de autoridad o cadenas de mando.
- La amplitud de control.
- La centralización o la descentralización en el proceso de toma de decisiones.
- La formalización de las relaciones, y de normas y procedimientos en el trabajo.
- La departamentalización.

1.1.5.3 Dirección

Según SIERRA Hernán, (2009) “ La dirección es donde se ejecuta el proceso administrativo y se asignan los recursos de la compañía para el desarrollo de sus planes. (Pág. 148)”

Para una correcta y efectiva dirección dentro de la administración se debe manejar una adecuada relación interpersonal entre el administrador y los diferentes subordinados, manteniendo una excelente comunicación y comportamiento, sobre todo motivación permitiendo la colaboración en el cumplimiento exitoso de los objetivos comunes, también contribuyendo con la entidad a ser profesionales más competentes en los diferentes ámbitos.

➤ La Dirección y el Comportamiento Humano

Desde inicios de la década de 1990, la administración de las organizaciones ha venido aprendiendo que su éxito depende cada vez más del conocimiento que tengan los directivos sobre el comportamiento humano, y no del desarrollo de las destrezas en

aspectos técnicos como contabilidad y finanzas, economía, marketing, producción, informática, etc.

1.1.5.4 Control

Según DE LA MORA Maurice, (2010) “El control es un proceso que consiste en supervisar las actividades que se desarrollan en una organización o compañía para garantizar que se realicen según lo planeado y corregir cualquier desviación significativa. (Pág. 223)”

➤ Elementos Básicos del Proceso de Control Administrativo

De acuerdo con Hitt, Black y Porter, todo proceso de control en las organizaciones se debe caracterizar por los elementos básicos que se desarrollan a continuación.

➤ Claridad sobre los Objetivos y Estrategias Organizacionales

Debido a que los controles en las organizaciones se establecen, fundamentalmente, para evaluar y retroalimentar el grado de cumplimiento de los objetivos durante el desarrollo de las diferentes actividades organizacionales, es primordial que en un proceso de control administrativo se comience por tener claro los objetivos y estrategias organizacionales, de forma que el respectivo control se realice sobre su cumplimiento.

➤ Medición de Resultados

Un tercer aspecto en el proceso básico de control administrativo es la medición de resultados; para ello, es necesario establecer indicadores que permitan medir las actividades y, en particular, los resultados de las acciones realizadas, considerando

aspectos como: qué es exactamente lo que se quiere medir y cómo medirá, cada cuanto se mide y cuál es la que proveerá la información a medir.

➤ ***Comparación de los Resultados Estándares***

Este aspecto del proceso de control administrativo consiste en comparar los resultados de la medición con los estándares o parámetros establecidos al momento de fijar los objetivos corporativos y las estrategias para lograrlos. Cuando los resultados son diferentes de los estándares, especialmente cuando se identifica que se obtienen resultados en cantidades no previstas, se requieren ajustes a las acciones que conducen a los resultados para lograr mejorías.

➤ ***Evaluación de Resultados y Toma de Acciones***

Un aspecto importante en el proceso de control es evaluar los resultados de la actividad de las organizaciones y comparar los resultados en función de los estándares definidos para el logro de los objetivos: según la correspondencia o coherencia entre los resultados obtenidos y los previstos se toman decisiones para que las acciones siguientes se ajusten a dicho logro.

➤ ***Retroalimentación y Reinicio del Proceso de Control***

Realizadas la evaluación de resultados y la toma de decisiones a implementar, se comunica la evaluación a las personas involucradas, se les comentan las decisiones que igualmente se ajustan ante las observaciones de dichas personas y se reinicia el proceso de control, lo cual se hará de forma reiterativa y permanente.

1.1.6. Niveles Básicos de la Administración

Hace referencia a las funciones básicas que desempeñan los gerentes en las organizaciones.

Además la administración consiste en interpretar hacia qué dirección tiene los objetivos y cuál es la tendencia que va tener la empresa mediante una adecuada planificación, organización, dirección, control y evaluación de las actividades que se llevaran a cabo en las diferentes áreas y jerarquías de la empresa para cumplir con los objetivos propuestos.

1.2. Emprendimiento

1.2.1. Conceptos

Según DONALD Kuratko, (2008) “Emprendimiento es un proceso dinámico de visión, cambio y creación. Este requiere una aplicación de energía y pasión, a través de la creación e implementación de nuevas ideas y soluciones creativas. **(Pág. 17)”**

Según la definición del autor entonces el emprendimiento queda entendido que también un proceso que surge de las constantes ideas que nace de la persona con el ánimo suficiente y el grado de perseverancia que tenga para llevar a cabo el cumplimiento de su idea, pensamiento o sueño que desea hacer realidad mediante una serie de etapas a seguir permitiendo cumplir una necesidad que la sociedad manifiesta, y aprovechar de la situación actual hallada y dar la solución más idónea posible.

1.2.2. Emprendedor

Según SILVA Enrique, (2008),”El termino emprendedor proviene de las locuciones latinas in, en, y prendere, coger, cuyo significado es acometer o llevar a cabo. En consecuencia, emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo. Por lo anterior, se concluye que los emprendedores son los principales agentes de cambio de la sociedad **(Pág. 29) ”**

Una vez analizado y entendido el concepto de emprendedor de dicho autor, se determina que es la persona que da el paso importante para el logro del cumplimiento de su idea, buscando sobre todo los medios posibles para hacer realidad y poniendo en riesgo todo su capital con tal de aferrarse a la oportunidad que se le presenta y que está convencido de poder lograrlo efectivamente pensando en su bienestar y en el de la sociedad.

1.2.3. Tipos de Emprendedores

Los emprendedores se pueden dividir en cinco tipos de personalidades:

- **El emprendedor administrativo.** Hace uso de la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- **El emprendedor oportunista.** Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- **El emprendedor adquisitivo.** Se mantiene en una continua innovación que le permitiría crecer y mejorar lo que hace.
- **El emprendedor incubador.** En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios, incluso a partir de alguno ya existente.

➤ **El emprendedor imitador.** Genera su proceso de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

1.2.4. Componentes de la Iniciativa Emprendedora

Según SILVA Enrique, (2008) “Los aspectos que señalan la ruta hacia el desarrollo de la iniciativa emprendedora se agrupan, en fuerzas externas e internas, las cuales se exponen a continuación. (Pág. 31-39)”

1.2.4.1. Fuerzas Internas

Son los aspectos asociados al desarrollo de la personalidad y reflejan características humanas de un emprendedor.

En ese orden de ideas se detecta una gran variedad de características que orientan el comportamiento empresarial presente y futuro de un emprendedor. Las más sobresalientes son:

- a)** Necesidad de realización personal.
- b)** Vocación innovadora.
- c)** Integridad y responsabilidad social.
- d)** Orientación al reconocimiento y recompensas.
- e)** Visión optimista.
- g)** Armonía organizacional.
- h)** Autonomía.

1.2.4.2. Fuerzas Externas

Los aspectos del entorno o del medio ambiente influyen en la acción emprendedora. En la medida en que esos factores sean coherentes con la mentalidad empresarial se, encontrará un clima favorable para la aparición de nuevos forjadores de negocios.

Las fuerzas externas que inciden en las actitudes emprendedoras son:

- Lo político y lo económico.
- El contexto sociocultural.
- El contexto tecnológico.
- La cultura laboral.
- El contexto organizacional.
- El contexto familiar.
- El contexto educacional.

1.2.5 Atributos del Carácter

- Dinamismo.
- Perseverancia.
- Facultad para dominar la ansiedad y la tensión.
- Afición al riesgo calculado.
- Sensibilidad a las relaciones sociales.
- Fácil adaptación.
- Elevado nivel de aspiraciones.

1.2.6 Motivaciones

- Realización de sí mismo Independencia.
- Prestigio social.

- Logro.
- Realización de un ideal.

1.2.7 Atributos Intelectuales

Como punto de partida se considera que el emprendedor posee:

- Polivalencia de competencias.
- Eficacia.
- Habilidades para planificar y concretar los objetivos.
- Enfoque estratégico e imaginación creadora.
- Juicio crítico y reacción positiva ante las dificultades y las observaciones.
- Curiosidad intelectual y percepción.

1.3 Plan de Negocio

1.3.1 Conceptos

Según WEINGERBER, Karen (2009) “El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. (Pág. 33-43)”

Plan de negocios se concluye que es un documento detallado de forma muy precisa que informa todo un proceso de planeación de un proyecto para un negocio nuevo, y sirve de guía para llevar a cabo el proceso de planeación desde los objetivos y las actividades diarias, como también la estructura, redacción e ilustración del plan en lo que respecta a aspectos como al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado, para

finalmente exponer todo el plan con la finalidad de que este sea aprobado por las personas interesadas en el proyecto y pueda ser ejecutado en su momento dado.

1.3.2 Partes del Plan de Negocios

Cada emprendedor e inversionista requiere un plan de negocios particular y por ello, el empresario debe ser capaz de definir cuál es la mejor estructura, en función al interés de cada destinatario, audiencia o público demandante, en el que se establece factores principales como:

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico-administrativo.
- Estudio financiero.

1.4. Estudio de Mercado

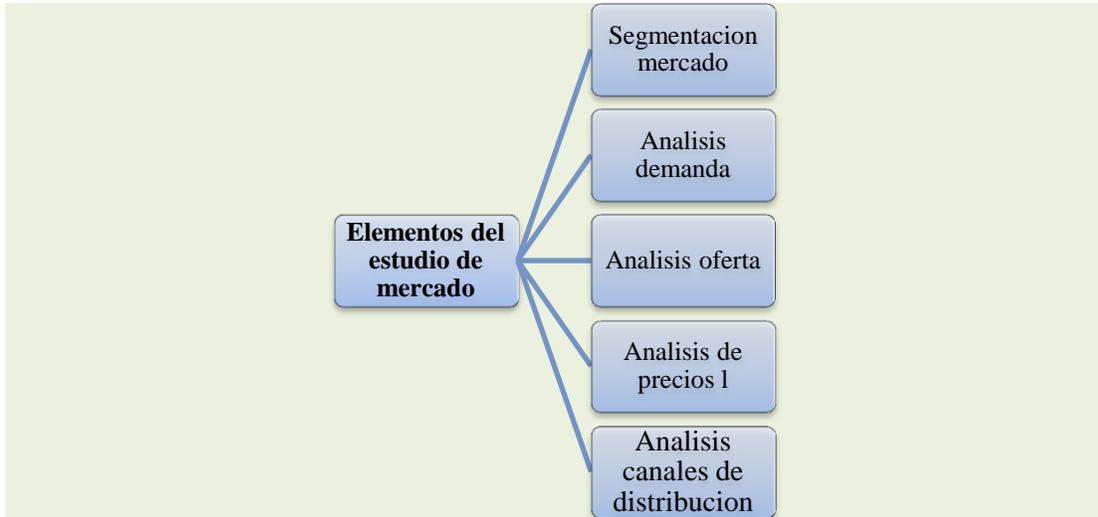
1.4.1. Conceptos.

Según BACA Gabriel, (2006) “Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio.

El estudio de mercado también es útil para proveer una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar a la primera pregunta importante del estudio; ¿Existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar. **(Pág. 7-10)**”

Es importante desarrollar en este primer punto del plan de negocios la iniciación de un estudio minucioso del proyecto y obtener los resultados esperados para la obtención de datos e información necesarios y se pueda definir la cantidad de producción del bien o servicio que se ofertará a los demandantes.

GRAFICO # 2
ELEMNTOS DEL ESTUDIO DE MERCDO



Elaborado por: Autora del proyecto

1.4.2. Elementos que Integra el Estudio de Mercado.

➤ ***Segmentación del Mercado***

Según MORALES Galo, (2010), menciona que segmentación de mercados.- “Constituye el sector de la sociedad que va hacer la beneficiada directa de los productos, sean bienes o servicios, que se produzcan con la ejecución y operación del proyecto, sin esperar, necesariamente, la contraprestación económica de los usuarios de estos productos. (Pág. 27)”

Se puede efectuar acorde a varios factores como se muestra a continuación:

➤ ***Análisis de la Demanda***

Según MORALES Arturo, (2009) se entiende por demanda.- “La cantidad de productos bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad específica. (Pág. 55)”

Se estudia a la demanda para determinar:

- Cuál es el mercado potencial al que le podemos vender.
- Cuál es el grado de satisfacción que brinda el producto comprado.
- Qué toman en cuenta las personas para elegir el producto.
- Por qué un producto es más vendido que otro.
- Dónde viven nuestros posibles clientes.
- Qué se debería hacer para que consuman nuestros productos o servicios.

➤ *Análisis de la Oferta*

Según NUÑEZ Rafael, (2007) Manual para la evaluación de proyectos de inversión el análisis de la oferta es: “Determinar las cantidades que desean llevar al mercado los productores o empresas que proporcionan un producto o servicio en una economía **(Pág. 50)**”

La oferta no es más que la cantidad de bienes o servicios que ofrecen los productores al respectivo mercado para el cual va dirigido, con el fin de brindar satisfacción a una de varias necesidades de los posibles clientes potenciales.

➤ *Determinación de la Demanda Potencial Insatisfecha*

Según MORALES Galo, (2010) “Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el análisis y el cálculo. **(Pág. 47)**”

Se puede decir que la demanda insatisfecha potencial es la cantidad de demandantes que probablemente podrán adquirir el bien o servicio que la entidad va a ofrecer en el mercado acorde a sus gustos, preferencias o necesidades.

➤ *Mezcla de Marketing.*

La mezcla de marketing está determinada por los siguientes elementos como son producto, precio, plaza o distribución y la promoción.

➤ *Perfil de los Productos y/o Servicios.*

Se identifica las características propias del bien o servicio, es decir el producto o servicio que va a ser creado especialmente para aquellas personas que tienen la necesidad de satisfacer su necesidad.

➤ *Análisis de los Precios.*

Según BACA Gabriel, (2006) en su libro Evaluación de Proyectos define a los precios como “La cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y demanda están en equilibrio. (Pág. 49)”

El precio es el valor en términos monetarios que se da a un bien o servicio, dado por el precio actual del mercado que la competencia da y esto haga que el resto de productores del bien o servicio apliquen a los mismos precios para su competencia, y también acorde al valor adquisitivo que las personas están dispuestas a pagar.

➤ *Análisis de Canales de Distribución o Comercialización.*

Son las formas de distribución, pueden ser mediante la apertura de puntos de venta, introducción del producto o servicio en el mercado, mediante estrategias que adopta el marketing para llegar a la mente del consumidor, todo depende de hasta donde la empresa quiera llegar con el bien o servicio acorde a su capacidad de producción para que se expanda rápidamente.

➤ *Análisis de la Promoción y Publicidad.*

Aquella actividad realizada por el marketing con el propósito de dar a conocer primeramente el producto con sus características principales, su utilidad, los beneficios etc, para lograr mayores ventas y atraer a más clientes.

1.5. Estudio Técnico

1.5.1. Conceptos.

Según SAPAG Nassir, (2008) “Aquel que tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área, en particular con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente **(Pág.25)**”

Estudio técnico, entonces permite obtener datos valiosos como los costos proyectados que incurrirá un proyecto planteado, que ayudará a determinar los requerimientos necesarios acorde a la actividad que vaya a desarrollar una entidad para poder operar cada proceso de operación de un bien o servicio de manera óptima en cada departamento o área para el cumplimiento sistemático de cada movimiento comercial de la entidad.

1.5.2. Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa.

Hay diferentes factores que determinan el tamaño de la empresa según algunos conceptos que manifiestan los propios autores y análisis realizados para comprender exactamente aquellos requerimientos necesarios que requiere una empresa que recién se inicia, se entiende como:

1.5.2.1. El Tamaño del Proyecto y la Demanda.

Según **NUÑEZ Rafael, (2009)**, Manual para la evaluación de proyectos de inversión el tamaño de la demanda es: “Uno de los factores esenciales para considerar el tamaño del proyecto, el tamaño propuesto solo puede aceptarse si la demanda es mayor que ese tamaño. (**Pág. 65-66**)”

1.5.2.2. El Tamaño del Proyecto, Materia Prima, Suministros e Insumos.

Se refiere a la determinación de toda la provisión suficiente de materia prima suministros e insumos en la cantidad y calidad necesitada, se presenta cotizaciones de posibles proveedores, también intervienen factores como cantidad que va a producir, intensidad en el uso de la mano de obra, cantidad de turnos de trabajo, optimización de mano de obra entre otros.

1.5.2.3.El Tamaño del Proyecto, la Tecnología y Equipos.

Se entiende a toda inversión realizada en el equipamiento de la empresa para poder operar dentro de la misma como maquinaria, herramientas, vehículos mobiliario y equipo para la producción o prestación del servicio.

1.5.2.4. El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento.

Determina las fuentes de financiamiento para poder cubrir la inversión inicial del proyecto como pueden ser instituciones financieras que conceden créditos, de inversionistas, inversiones financieras, para poder cumplir con todo los requerimientos de la inversión programada del proyecto.

1.5.3. Localización del Proyecto.

Según SAPAG Nassir, 2008 “Persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas, etc. En el caso de una construcción nueva, el sitio puede estar impuesto desde el principio del proyecto (es una constante) o depende de los primeros estudios técnicos (es una variable). En cualquier caso, la elección del sitio debe efectuarse lo más tarde después de la fase de validación del anteproyecto. **(Pág. 5)**”

1.5.3.1. Macro Localización.

Se necesita determinar concretamente el lugar apropiado donde estará localizado la planta de producción es decir en que zona geográfica del país, mediante un análisis que permitirá decidir el mercado de consumo, fuentes de materias primas, mano de obra, vías de acceso, facilidad de distribución, comunicación y distribución, leyes y reglamentos y otros, para seleccionar el lugar donde será posible la realización del proyecto.

1.5.3.2. Micro Localización.

Una vez determinada la macro localización se especifica detalladamente el sitio ideal donde en si estará ubicado el proyecto, es decir los requerimientos necesarios que se necesitará tales como el terreno, infraestructura, maquinaria, servicios, y otros.

1.5.4. Ingeniería del Proyecto.

Se encarga principalmente de constituir toda la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción de procesos, adquisición del equipo y la maquinaria, determinación de la distribución óptima de la planta, y definir la estructura jurídica y la organización, con ello también se obtendrá también su constitución legal para su correcto funcionamiento.

1.5.4.1. Proceso de Compra de Materia Prima e Insumos.

Este proceso de compra de materia prima e insumos es esencial adquirirlo, y se analizará detalladamente para la producción eficiente y eficaz, puesto que se realizará acorde a la capacidad de producción de bienes o servicios que la empresa inicialmente está dispuesta a fabricar para la satisfacción de aquella demanda insatisfecha.

1.5.4.2. Proceso de Producción.

Se lo define como el proceso de transformación de los insumos utilizados para la elaboración de un producto o servicio, mediante la utilización de la tecnología, optimizando la combinación de la mano de obra, maquinaria, métodos, procedimientos y otros.

1.5.4.3. Diagramas de Flujo.

Son representaciones graficas que permite identificar como van a ser los procesos operativos y de comercialización que la empresa adoptará de forma cronológica que le permitirá manejar correctamente los procesos y también controlar cada proceso,

Para la realización de las representaciones graficas internacionalmente aceptadas se puede utilizar diferentes formas existentes según los procesos que se efectuarán en la empresa.

1.5.5. Distribución de la Planta.

Según Sapag Nassir, 2008 “ La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales. Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento. **(Pág 6)”**

1.5.5.1. Requerimientos del Proyecto

Los requerimientos del proyecto se identificará todo aquello que sea necesario para que la empresa empiece a funcionar tales como maquinaria y equipo, vehículos, muebles y enseres, etc

1.6. Propuesta Administrativa.

La Propuesta Administrativa en si define y establece aspectos tales como la estructura organizacional, determinación de funciones, políticas procedimientos, legalización, y financiamiento para llevar a cabo una buena planificación organización dirección y

control de una entidad con el fin de generar rentabilidad económica para el cumplimiento de sus objetivos y metas.

1.6.1. Razón Social.

Está establecida por el nombre de la organización, logo, eslogan, para identificarse del resto, y para contraer obligaciones jurídicas y económicas, identificándose así concretamente a la actividad que se va a dedicar debido a la necesidad actual que va a cubrir.

1.6.2. Base Filosófica de la Empresa.

Así mismo la empresa deberá contar con objetivos, misión visión, principios, políticas, valores, estrategias para que la empresa tenga siempre presente la actividad a la que se dedica y hacia donde desea llegar o alcanzar.

1.6.3. Estructura Organizacional.

Existe la necesidad de que la empresa esté perfectamente bien organizada, mediante un organigrama estructural, o funcional, para identificar las diferentes áreas o departamentos con sus respectivos niveles jerárquicos determinados por funciones y responsabilidades, también determinar actividades en base a lo jurídico y lo legal que le permita a la organización una administración adecuada.

1.6.4. Análisis FODA.

Es una herramienta básica que permite señalar cuales son las fortalezas o debilidades dentro de la organización y sus oportunidades y amenazas que están fuera del medio que rodea a la empresa, para tomar medidas analizadas al respecto.

1.6.5. Marco Legal.

Para el inicio de sus operaciones la entidad debe estar constituida legalmente acorde a las diferentes normas, reglamentos, o estatutos actualmente vigentes, para su constitución según lo estipulado para su correcto funcionamiento.

1.7. Estudio Financiero.

1.7.1. Concepto.

Según SAPAG Nassir, (2008) “La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, además los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores **(Pág.30)**”

El estudio financiero de un proyecto básicamente permite determinar el grado de viabilidad, mediante la evaluación financiera y las razones financieras, que una vez realizado sus cálculos de estos índices financieros proyectaran en porcentajes o en cantidades monetarios los resultados que se podrá obtener a corto plazo.

1.7.2. Inversión Inicial.

Es aquella inversión en donde se requiere los activos fijos, tangibles, diferidos, es decir todos aquellos recursos económicos, materiales, financieros, y de personal que se necesitará para empezar con el negocio dispuesto.

1.7.3. Financiamiento.

El financiamiento deberá ser requerido por los inversionistas del proyecto ya sea mediante capital propio acumulado o mediante crédito solicitado a una institución financiera el cual deberá ser pagado en los 5 años, según el monto e interés asignado.

1.7.4. Cronograma de Inversión.

Se fija en realizar un programa detallado para cada actividad en el tiempo estimado desde la adquisición de todos los requerimientos de terreno, maquinaria y equipos, instalaciones etc, hasta la puesta en marcha del proyecto.

1.7.5. Depreciación y Amortización.

La depreciación se utiliza a todos los activos fijos depreciables porque con el paso de los años y el desgaste de los mismos va perdiendo su valor monetario, así también la amortización de la deuda va disminuyendo cada año para ir recuperando la inversión inicial.

1.7.6. Determinación de los Costos de Operación.

Se refiere a erogaciones o gastos que se incurren para la producción del bien o servicio que incluyen costos directos de producción como materia prima y mano de obra y costos indirectos como depreciación, mano de obra indirecta insumos o materiales a utilizar según el tipo de producción de bienes o servicios que se realice.

1.7.7. Punto de Equilibrio.

Según MORALES Arturo y MORALES José, (2009) Proyectos de inversión, evaluación y formulación el punto de equilibrio es: “La cantidad de ingresos que igualan a la totalidad de costos y gastos en que incurren normalmente una empresa. **Pág.203”**

El cálculo del punto de equilibrio se lo demuestra mediante las siguientes formulas así:

➤ **En Términos Monetarios (Costos Totales)**

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{INGRESO POR VENTAS}}}$$

➤ **En Unidades Físicas (Clientes)**

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{P.E. MONETARIO}}{\text{PRECIO DE VENTA}}$$

1.8. Estados Financieros

Son estados contables se lo define como registros de las actividades financieras de una entidad o empresa, la cual arroja información pertinente presentada de forma estructurada al final de un periodo contable, para una mejor interpretación de la situación económica, los cuales son presentados mediante un análisis.

1.8.1. Estado de Resultados.

Según MORALES Arturo y MORALES José, (2009) es: “Un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un período determinado (1 año). De los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas así como el montos de los impuestos y repartos sobre utilidades **(Pág.164)”**

1.8.2. Estado de Flujo de Caja.

El estado da resultados sobre la liquidez o la capacidad de dinero en efectivo que la empresa podrá lograr obtener en un momento dado, indica cuáles son sus ganancias o pérdidas, cuando se inicia con un negocio este indicará cuanto de dinero necesitará para iniciarlo.

1.8.3. Balance General.

Determina de forma general y específica todo lo que tiene la empresa cuáles son sus ingresos y egresos totales, obtiene información valiosa sobre el estado de deudas, lo que debe cobrar o lo que dispone de dinero en ese momento o en un futuro próximo

1.8.4. Evaluación Financiera del Proyecto.

Según NÚÑEZ Rafael, (2007) Evaluación financiera es: “La sustitución de un equipo o maquinaria, difiere ligeramente de la definiciones operacionales del valor actual neto (VAN) y de la tasa interna de rendimiento (TIR). (Pág. 104)”

1.8.4.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).

Este cálculo permite dar a conocer a los inversionistas las ganancias que tendrán luego de que el negocio empiece a funcionar.

Su fórmula se representa así:

TMAR: (Promedio de tasa activa + Promedio de tasa pasiva)/2+ % Riesgo negocio).

1.8.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Este método es la diferencia entre el valor actual de flujos de beneficio, inversiones y el descuento.

Su fórmula simboliza así:

$$VAN = \frac{\sum 1FE_0}{(1+i)^0} + \frac{1FE_1}{(1+i)^1} + \frac{1FE_n}{(1+i)^2} + \frac{1FE_n}{(1+i)^n}$$

1.8.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR):

Este índice de rentabilidad que hace referencia al valor del dinero en el tiempo, en la que el valor actual neto es igual a cero.

Su fórmula es:

$$\text{TIR} = r^2 + f(x) = \left\{ \binom{n}{k} (r_2 | -r_1) * \frac{VAN_1}{VAN_2 - VAN_2} \right\}$$

1.8.4.4. Periodo de Recuperación de la Inversión(PRI).

Es el tiempo que se demora en recuperar la inversión realizada del proyecto, después de ello podrá obtener utilidades.

Su fórmula es:

$$\text{PRI} = \frac{\text{Año Ultimo Flujo} + \text{Primer Flujo de Efectivo Acum. Positivo}}{\text{Inversión Inicial Total Actual Acum.}}$$

1.8.4.5. Relación Costo Beneficio (RB/C).

Permite la evaluación entre flujos netos que será para cubrir la inversión necesaria para que haya rentabilidad su resultado deberá ser mayor a 1.

La fórmula es:

$$\text{RB/C} = \text{Ingresos Totales Actualizados} / \text{Costos Totales Actualizados.}$$

1.9. Razones Financieras.

Según NÚÑEZ Rafael, (2007) es “La base de los métodos de evaluación que no consideran el valor del dinero con el paso del tiempo. (Pág. 104)”

1.9.1. Razones de Liquidez:

Este índice financiero mide la capacidad de la empresa para saldar sus obligaciones en el a corto plazo mediante los cálculos de los Indicadores del Capital Neto de Trabajo y el Índice de Solvencia.

1.9.2. Razones de Rentabilidad

Se emplean para medir la capacidad de la empresa para forjar rentabilidad económica, permitiendo el control adecuado de los costos y gastos de la entidad mediante la aplicación de los cálculos como el Margen de Utilidad Bruta y Margen de Utilidad Operacional y otros.

1.9.3. Razones de Endeudamiento, Solvencia o Apalancamiento:

Permite medir el porcentaje total de endeudamiento que tiene la entidad con terceras personas y la capacidad para asumir los pasivos, mediante los cálculos de las Razones de Endeudamiento Externo y las Razones de Endeudamiento Interno.

1.10. Impacto Ambiental

- La primera fuente relevante de impacto ambiental está constituido por la permanente reestructuración del medio: carreteras, nuevos desarrollos urbanos, hoteles hosterías, etc.
- Generación de nuevos o mayores desechos: contaminación del agua aire, etc.
- Actividades recreacionales: sitios para acampar, parques nacionales y áreas para preservar la vida silvestre. Maltrato del suelo y la vegetación por diversas actividades: esquí, paseos en bicicleta, caminatas. Estas actividades provocan un

aumento en la compresión del suelo y erosión, cambios en la cubierta vegetal y diversidad de las especies.

CAPITULO II

2.1 Estudio de Mercado

2.1.1 Introducción.

Para el inicio de la idea de un plan de negocio es fundamental realizar un estudio de mercado minucioso, el mismo que requerirá de una investigación de mercado que ayude a su respectivo análisis, en este caso el estudio está dirigido al ámbito de la industria motelera del cantón Latacunga, en el cual se determinan factores claves, importantes y necesarios investigar los mismos que permitirán realizar grandes interpretaciones que ayuden a comprobar la factibilidad del plan, factores tales como la oferta y la demanda que existe en el mercado y que en primera instancia ayudará a saber cuántas personas solicitan el servicio mediante las proyecciones de la oferta y la demanda para obtener la demanda insatisfecha información que es básica conocerla para continuar con el desarrollo del estudio del plan.

Otros factores muy relevantes que son necesarios estudiarlos en este proceso de investigación son la competencia, el precio, producto o servicio, plaza, promoción, y canales de distribución que facilitarán la pronta entrada del servicio al mercado para finalmente dar a conocer las respectivas conclusiones del estudio de mercado.

2.2. Identificación y Descripción del Servicio

2.2.1. Identificación del Servicio de Alojamiento

Al concluir con el estudio de mercado referente a la industria motelera dirigido exclusivamente para uso de las respectivas parejas que optan por un alojamiento de

paso, se identifica los siguientes servicios que podrán elegir la sociedad recurrente, cuando la entidad empiece a operar normalmente:

2.2.2. Servicio de Alojamiento de Paso:

La entidad prestará el servicio de hospedaje para el momento determinado para el uso de las respectivas parejas, acorde a sus predisposiciones o condiciones económicas, en cuya edificación contará con 8 habitaciones, con la capacidad máxima para el alojamiento de 16 personas y 2 personas en cada habitación, las cuales corresponderán a 4 habitaciones normales y 4 habitaciones especiales, en las habitaciones normales y especiales estará a disposición de 1 cama de plaza y media, 2 veladores, 1 espejo en la pared, lámparas de varios diseños situados en la pared, cuadros de adornos de varios paisajes y personas exóticas, decoración de las habitaciones con varios colores incandescentes como el rojo, verde fosforescente, anaranjado, entre otros solo para las habitaciones especiales, también camas de diferentes diseños, con acabados al estilo clásico y moderno para los 2 tipos de habitaciones para un alojamiento tan agradable y confortable como sea posible para los posibles clientes.

2.2.3. Servicios Complementarios

Además de la oferta de los dos tipos de habitaciones es necesario incluir otros servicios que complementan a las diferentes habitaciones del motel, tomando en cuenta que será para el respectivo uso de las parejas para una estadía acorde a las exigencias de los clientes y en el momento solicitado.

A continuación se identifica los servicios que la entidad podrá ofrecer una vez que los clientes adquieran el servicio de alojamiento que incluyen los demás servicios como:

- Recepción las 24h00.
- Teléfono.
- Wifi.
- TV vía satelital con canal para adultos- (Canal venus).
- Música en la habitación
- Silla Tântrica
- Jacuzzi, baño privado y ducha con agua caliente .
- Iluminación tipo disco
- Decoración de la habitación para toda ocasión. (detalles románticos).
- Diferentes ambientes exóticos al estilo moderno y clásico en las habitaciones especiales.
- Servicio de mini bar a la habitación.
- Buzón de sugerencias.
- Seguridad las 24horas.
- Garaje privado.
- Medio de transporte.

2.2.4 Mercado Meta

2.2.4.1. Segmentación

Se precisa distinguir la identificación del segmento para enfocar el servicio de alojamiento de paso en el motel, a aquellos posibles clientes que tendrán la mayor probabilidad de hacer uso del servicio con actitudes, hábitos, gustos y preferencias similares

2.2.4.2. Variable Geográfica

Está comprendida de las variables como país, provincia, cantón y sector , como se muestra a continuación:

TABLA # 01
VARIABLE GEOGRÁFICA

Variable geográfica	
País:	Ecuador
Provincia:	Cotopaxi
Cantón:	Latacunga
Sector:	Urbano

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En esta variable se toma en cuenta al cantón Latacunga tanto a hombres y a mujeres que habitan en la ciudad donde se va a satisfacer la necesidad actualmente hallada al ponerse en ejecución el proyecto.

2.2.4.3. Variable Demográfica:

Conciernen las variables de edad, nivel de ingresos económicos, género, población etc.

TABLA # 02
VARIABLE DEMOGRÁFICA

Edad	Genero		Pea	Ingreso Económico
	Masculino	Femenino		
De 18 a 65 años de edad	24.756	19.695	44.451	De 300 dólares en adelante

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos,2010.

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En la variable, como se muestra en el cuadro se consideró los factores tales como la edad, y género masculino y femenino que forman parte de la PEA y el ingreso económico que deberá contar dicho segmento.

2.2.4.4 Variable Psicodemográfica:

Se detalla el nivel económico de las personas a las cuales se va a enfocar para establecer dicha segmentación de mercado.

TABLA # 03

VARIABLE PSICODEMOGRÁFICA	
Nivel Económico:	Bajo, Medio, Alto
Estilo de Vida	Personas de mente abierta y , criterio formado, independientes, reservados, innovadores, aventureros, etc.

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

La variable psicodemográfica se dirige para el segmento de mercado del nivel bajo medio y alto para una mejor acogida del servicio de la población del sector urbano, y otros.

2.3 Objetivos:

2.3.1 Objetivo General:

➤ Presentar una nueva alternativa de alojamiento en el cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, mediante un plan factible de negocio previamente desarrollado, para poner a consideración del cliente exigente, acorde a su alcance y necesidad durante el año 2014.

2.3.1.1. Objetivos Específicos:

- Identificar cual es el problema principal y las necesidades del sector para dar una posible solución al caso suscitado actualmente en la sociedad.
- Realizar estudios técnico, financiero, y administrativo, para determinar el tamaño del proyecto, proformas presupuestarias, proyecciones de los estados financieros, para una óptima ejecución de todo el proyecto.
- Concluir exitosamente con el estudio de mercado del plan de negocio, mediante los análisis y las conclusiones que se efectuarán.

2.4. Investigación de Mercado

2.4.1 Idea del Negocio

La tendencia de la creación de un motel de paso surgió básicamente de una necesidad hallada en un sector determinado de toda una población que necesita cubrir sus necesidades anheladas acorde a su estilo de vida, costumbres, tradiciones, e ideología que manifiesta cada persona que vive en sociedad, ya que mientras más sociable sea la persona se presentará necesidades comunes al resto de la sociedad, que serán satisfechas en mayor o en menor medida según su capacidad económica para enfrentar su necesidad.

De tal manera que se ha descubierto la necesidad de las parejas de casados, amantes, enamorados, divorciados, casuales, que viven su sexualidad de manera muy particular por decirlo de esa forma acercada a la realidad para poder enfocar a aquellos demandantes del servicio de alojamiento en un motel de paso que comúnmente

asisten a un establecimiento de esa índole, el mismo que será edificado y propuesto justamente para los fines requeridos por las personas, brindando la privacidad, tranquilidad, confort, y discreción para mantener a los posibles clientes.

Determinando la oportunidad de creación precisamente de un motel en el barrio Tapalán, debido a factores analizados como la poca competencia, y la poca inversión de alojamientos turísticos principalmente en aquel sector, el medio ambiente, vías de acceso, medios de comunicación, servicios básicos, etc, que permitan el desarrollo del proyecto para el fin anhelado actualmente por la sociedad tan cambiante que solicitan nuevas estadias con diferentes estilos de ambientes que brinden relajamiento distracción y momentos agradables, permitiéndoles mantenerse en un equilibrio estable tanto en mente, cuerpo y alma.

Por aquella necesidad el proyecto actual se enfocará en ofertar alojamiento acorde a gustos y preferencias de las parejas a precios módicos y accesibles, habitaciones al estilo moderno y clásico, y en las mejores condiciones.

2.4.2 Planteamiento del Problema

Se recuerda que Ecuador es un país turístico por su naturaleza por encontrarse con una gran variedad de paisajes maravillosos rodeado por una diversidad de flora y fauna, y sus enormes montañas, el sector de Tapalán vía a Culahuango es uno de esos lugares muy privilegiado, y por ello viene la necesidad de creación de alojamientos turísticos que permitan una estancia para el disfrute del lugar y del momento, por aquello surge el problema hallado mediante la observación directa en la ciudad de Latacunga en el Barrio Tapalán manifestado por la falta de alojamientos turísticos en aquel lugar, dado que en el sector mismo se encuentran contados alojamientos y las personas no se encuentran con más alternativas de hospedaje nuevos e innovadores y cercanos al lugar donde se encuentran.

Por lo que la ausencia de alojamientos y la disposición de varios terrenos sin poblarse aún es propenso a la inseguridad para las personas que habitan en el sector, también provoca que la gente opte por ir por las afueras de la ciudad disminuyendo la economía que se podría generar en la ciudad misma.

2.4.3 Posible Solución

Una posible solución que se ha determinado dado el lugar y la necesidad del sector y de las personas que solicitan alojamiento, se presenta la probabilidad de la realización de un plan factible de negocio para la creación de un motel considerado como un tipo de alojamiento turístico pequeño pero que podrá ayudar en parte a mermar el problema que hasta la actualidad se presenta para que las personas que visitan tengan más opciones por elegir un alojamiento de esta naturaleza y se reduzca la inseguridad con la implementación de un alojamiento en el sector, de tal manera que con la nueva edificación que resulta muy novedoso para las personas solicitantes, este negocio promueva la llegada de más personas al sector, tornando al sector más transitable, impulsando también hacia el desarrollo del turismo y la economía del sector.

2.4.4. Justificación.

El Barrio Tapalán, necesita un tipo de edificación como un motel, dado por su ubicación, medio ambiente, y sobre todo por la necesidad que las personas manifiestan y el sector mismo, para que muchos más turistas de los diferentes sectores visiten el lugar, donde resulta muy apropiado para la creación de un alojamiento de corta duración, en vista de que las personas no encuentran alojamientos disponibles cuando son requeridos para una corta estancia donde acostumbran hospedarse acorde a su ideología para satisfacer necesidades físicas y psicológicas de las personas .

Con ello aquel negocio permitirá sobre todo incentivar y promover el desarrollo del turismo y la economía en aquel sector, para que nuevos inversores gestionen proyectos similares generando sobre todo fuentes de empleo y mejorar aspectos como nivel de vida, y condiciones económicas de la población, en un sector más poblado y con menos inseguridad.

2.4.5 Tipo de Investigación

Será acorde a la necesidad de investigación, es decir según los datos y la información básica que será requerida para el objeto de estudio, para lo cual se necesitará de la investigación descriptiva, mediante las técnicas de investigación como la observación directa, cuestionarios, y entrevistas realizadas a las personas relacionadas con el objeto de estudio, que permitirán obtener datos acerca de la oferta y la demanda de los alojamientos de paso, que permitirán demostrar la factibilidad de dicho plan de negocios, mediante la tabulación e interpretación de resultados favorables para dar paso a la ejecución del proyecto en sí para cubrir las necesidades del mercado meta, se realizará mediante los siguientes tipos de investigación:

2.4.5.1. Cuantitativa.

Este procedimiento se llevará a cabo para obtener datos medibles, y cuantificables que se realizará mediante encuestas, para contabilizar los datos obtenidos acerca de la oferta y la demanda del servicio.

En esta metodología cuantitativa se requiere que el problema se represente en forma numérica para este caso aplicar la respectiva fórmula para establecer la muestra y aplicar a la población referente.

2.4.5.2. Cualitativa

En este método se requiere de la recolección de datos que no son cuantitativos con el propósito de explorar el comportamiento humano y responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo, cuánto, basándose en la entrevista y encuesta aplicada a la población del género masculino y femenino de la ciudad de Latacunga.

2.4.6 Fuentes de Información

2.4.6.1 Fuentes Primarias.

Este tipo de fuente permite realizar investigaciones de campo, mediante encuestas, entrevistas, y la observación como se menciona en las siguientes fuentes encontradas.

➤ Encuestas

Mediante las encuestas aplicadas a los posibles clientes potenciales, de entre 18-65 años de edad entre hombres y mujeres del cantón Latacunga permitirá conocer tales aspectos como la calidad del servicio que recibieron durante el alojamiento, los diferentes servicios disponibles, precios, medios de comunicación etc. **VER ANEXO # 01**

➤ Entrevista

Este tipo de investigación será aplicada a personas involucradas con el objeto de estudio para obtener más información importante acerca de los servicios, el precio, plaza, promoción **VER ANEXO # 02**

➤ **Observación**

Se realiza mediante la observación directa del sector donde se encuentran ubicadas las edificaciones de los diferentes moteles pertenecientes al cantón Latacunga, tales aspectos que se puede observar a simple vista como espacio físico, tecnología, confort, algunos servicios, e infraestructura.

2.4 6.2. Fuentes Secundarias

En esta fuente se utiliza:

Textos de libros

➤ En los cuales se permitirá obtener información necesaria de conceptos o teorías básicas de los diferentes autores sobre temas relacionados a la investigación del plan de negocio.

➤ **Internet**

Permite obtener información avanzada de la web sobre teorías de diferentes autores para adaptarla a la tesis y aplicarla en el proyecto.

➤ **Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).**

Brinda información necesaria y valiosa para los diferentes cálculos matemáticos para las respectivas proyecciones como la demanda, oferta y precio.

➤ **Servicio de Rentas Internas. (SRI)**

Institución en la cual se realiza el trámite de la obtención del número de ruc para las respectivas declaraciones de impuestos a la renta de la nueva entidad.

➤ **Superintendencia de Compañías.**

Permite el registro legal de la entidad acorde a la actividad, al capital o número de socios para ser una entidad legalmente constituida.

➤ **Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Latacunga
(Municipio de Latacunga)**

Se tramita permisos de suelo, marcas y patentes para empezar a laborar con total normalidad acorde a la actividad comercial a la que se vaya a dedicar el nuevo negocio.

➤ **Ministerio de Turismo**

Proporciona el registro de todos los alojamientos turísticos existentes que hasta actualidad funcionan en la ciudad de Latacunga.

2.4.7 Tipo de Investigación

2.4.7.1. Cuantitativa.

Este procedimiento se llevará a cabo para obtener datos medibles, y cuantificables que se realizará mediante encuestas, para contabilizar los datos obtenidos acerca de la oferta y la demanda del servicio.

En esta metodología cuantitativa se requiere que el problema se represente en forma numérica para este caso aplicar la respectiva fórmula para establecer la muestra y aplicar a la población referente.

2.4.7.2. Cualitativa

En este método se requiere de la recolección de datos que no son cuantitativos con el propósito de explorar el comportamiento humano y responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo, cuánto, basándose en la entrevista y encuesta aplicada a la población del género masculino y femenino de la ciudad de Latacunga

2.4.8 Metodología

Esta metodología permitirá dar explicación de las causas y los efectos del problema estudiado y dar una posible solución apropiada al acontecimiento.

2.4.8.1 Métodos

➤ Método Inductivo

➤ La Observación

Mediante la observación minuciosa se podrá observar, tanto el problema que se presenta en el sector y la necesidad para la verificación de que el problema está ocurriendo como lo manifiestan algunas personas.

➤ La Medición

Consiste en observar y registrar detenidamente todo aquello del objeto de estudio seleccionado y de acuerdo con la teoría puede ser a escala nominal, ordinal, de intervalo o de razón de ser cualitativo o cuantitativo.

➤ **Método Deductivo**

➤ **Problemas e Hipótesis**

Consiste en la formulación del problema que se presenta en aquel sector, y que necesita ser comprobada, para dar una posible solución y la hipótesis permitirá dar una explicación al porque está sucediendo aquel problema suscitado.

2.4.8.2. Técnicas.

➤ **Encuestas:**

Mediante la encuesta se permitirá realizar preguntas abiertas, cerradas, de selección múltiple, estimación, opinión, muy bien estructuradas para recabar la información necesaria.

➤ **Entrevistas:**

Entrevistas que permitirán tener un dialogo directo con las personas involucradas en el tema de la investigación que se realizará.

2.4.8.2 Instrumento

➤ **Cuestionario.**

Se diseñará una estructura de un cuestionario adecuado para la población que se dispondrá a ser encuestada para obtener la información requerida acorde a la investigación a efectuarse

2.4.9 Proyección de la Población Económicamente Activa

Está determinado hacia el género masculino y femenino comprendido entre los 18 a 65 años de edad tanto hombres y mujeres sin discriminación de género para un mejor alcance de la investigación y que pertenecen al indicador de la PEA proyectado.

TABLA # 04.

**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)
DEL 2010 AL 2014.**

Año	Tasa de crecimiento poblacional anual (TCPA)	PEA
2010	1,9	44.451
2011	1,9	45.296
2012	1,9	46.157
2013	1,9	47.034
2014	1,9	47.928

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En el respectivo cuadro, para la determinación del cálculo de la proyección de la PEA del valor hallado del censo del 2010 se proyectó con la tasa de crecimiento poblacional anual de 1,9% que es el mismo valor hallado por el INEC desde el 2010 y para los próximos años.

2.4.10. Plan Muestral

En el plan muestral está comprendido al sector urbano del cantón Latacunga que será designado la aplicación de las 255 encuestas dirigidas indistintamente tanto a hombres y a mujeres desde los 18 a 65 años de edad, dato encontrado del último censo de Población y Vivienda del año 2010 y proyectado hasta el 2014.

TABLA # 05
PLAN MUESTRAL

Área urbana	Frecuencia	Porcentaje	Muestra
Latacunga			
Eloy Alfaro	15.164	31,64%	81
Ignacio Flores	11.517	24,02%	61
Juan Montalvo	10.405	21,71%	55
La matriz	10.108	21,09%	54
San Buenaventura	734	1,53%	4
Total	47.928	100%	255

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En la aplicación de las encuestas es necesario realizar un cronograma de las actividades que se llevarán a cabo para el cumplimiento de la investigación en forma cronológica para la obtención de mejores resultados posibles y de los datos anhelados.

TABLA # 06
CRONOGRAMA -APLICACIÓN DE ENCUESTAS

N	Mes Actividades	Nov			Dic		
		1	2	3	1	2	3
1	Realización de encuesta.			X			
2	Aplicación de la prueba piloto.				X		
3	Tabulación, y análisis de la prueba piloto.				X		
4	Elaboración del plan muestral.				X		
5	Aplicación de encuestas a parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga.					X	
6	Elaboración de la matriz para tabular los datos investigados.						X
7	Análisis e interpretación de los datos.						X

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

El cronograma de actividades se realizó a fin de establecer una organización adecuada del tiempo para la aplicación y terminación de las encuestas con su respectivo análisis e interpretación en el lapso de tiempo determinado para concluir con esta parte de la investigación.

2.4.11. Elaboración de la Prueba Piloto.

Se procedió a la formulación de una pregunta que fue encuestada a 15 personas, para verificar si la pregunta está bien planteada acorde a los datos que se requiere obtener evitando errores al momento de la tabulación e interpretación de los resultados y por ende obtener los datos necesarios para que el negocio tenga factibilidad en su creación

TABLA # 07
PRUEBA PILOTO

Pregunta	Si	No	Total
¿En caso de crearse un motel en la ciudad de Latacunga en el barrio Tapalán vía Culahuango, usted estaría dispuesto (a) a hacer uso de sus diferentes servicios?	12	3	15
Total porcentaje	0,80	0,20	100

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En la aplicación de la respectiva prueba piloto realizada tanto a hombres y a mujeres de entre 18 a 65 años de edad, se determinó que de las 15 personas encuestadas 12 están dispuestos hacer uso del servicio del motel mientras que 3 personas definitivamente no asistirán a un motel, en lo cual se establece un margen de error del 0,05% para la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N(P)(Q)}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + (P)(Q)}$$

En donde:

n= Muestra

N= Universo

P= Probabilidad de aceptación (0.80)

Q= Probabilidad de no aceptación (0.20)

E= Margen de error → (0.05 %)

K= Constante (2)

$$n = \frac{47.928 * (0.80)(0.20)}{(47.928 - 1) \left(\frac{0.05}{2}\right)^2 + (0.80)(0.20)}$$
$$n = \frac{7.668,48}{(47.927)(0.000625) + (0.16)}$$
$$n = \frac{7.668,48}{30,11}$$
$$n = 255$$

En el respectivo cálculo de la muestra se obtuvo como resultado para la aplicación de las encuestas a dicha población segmentada un total de 255 personas de la PEA proyectado entre los 18 a 65 años a las cuales les será aplicada para determinar el porcentaje de aceptación del proyecto a realizarse.

2.4.12 Análisis e Interpretación de Resultados

En el análisis e interpretación de resultados se detalla gráficamente los resultados obtenidos de las encuestas realizadas tanto a hombres y a mujeres de la PEA para conocer si el proyecto realmente es aceptado o rechazado por dicha población para lo cual se procedió hacer dichas interpretaciones en la hoja de cálculo de Excel e

interpretar inmediatamente y dar a conocer los resultados de forma específica que determinará la aceptación del proyecto.

Enseguida se da a conocer en forma resumida las encuestas realizadas en las siguientes interpretaciones gráficas y su respectivo análisis.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDA A HOMBRES Y A MUJERES ENTRE 18 A 65 AÑOS DE LA PEA

PREGUNTA # 1.- ¿A visitado alguna vez en su vida un alojamiento de paso o un Motel?

TABLA # 08

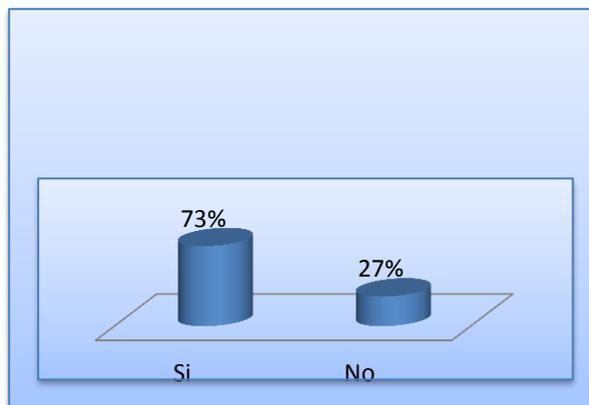
VISITAS A ALOJAMIENTOS DE PASO

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	187	73%
No	68	27%
Total	255	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto

GRÁFICA# 03

VISITAS A ALOJAMIENTOS DE PASO



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto

ANÁLISIS:

En el respectivo gráfico se puede manifestar que las visitas a un alojamiento de paso se obtuvo un porcentaje del 73% y del 27% que todavía aun no a visitado ninguno, lo que significa que en su mayoría las personas si visitan o por lo menos en alguna vez en su vida lo han visitado, los mismos que representan los posibles clientes que la futura entidad podría captar.

PREGUNTA # 2.- ¿Cuál de los siguientes alojamientos de paso usted a visitado más, dentro de la ciudad de Latacunga?

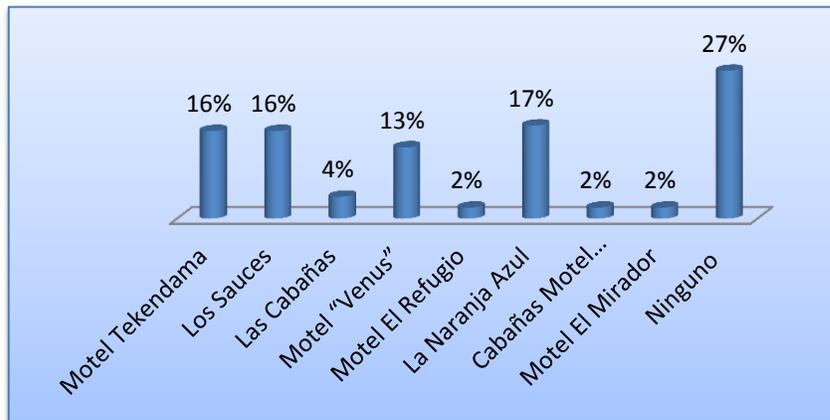
TABLA # 09
ALOJAMIENTOS DE PASO MÁS VISITADOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Motel tekendama	43	16%
Los sauces	40	16%
Las cabañas	11	4%
Motel “venus”	33	13%
Motel el refugio	5	2%
La naranja azul	45	17%
Cabañas motel heros	5	2%
Motel el mirador	5	2%
Ninguno	68	27%
Total	255	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.

Elaborado por: La Autora del Proyecto

GRAFICO #4
ALOJAMIENTOS DE PASO MÁS VISITADOS



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.

Elaborado por: La Autora del Proyecto

ANÁLISIS:

Dentro de los moteles más visitados dentro de la ciudad de Latacunga se puede apreciar que la naranja azul con el 17%, el tekendama y los Sauces con el 16% y el venus con el 13%, por lo que el nuevo alojamiento deberá aplicar estrategias adecuadas demostrando competitividad para lograr también una buena participación en el mercado en lo que respecta a los alojamientos de paso.

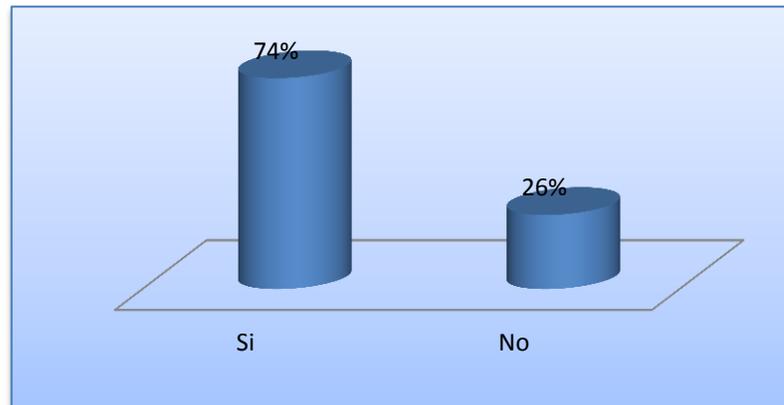
PREGUNTA # 3.- ¿En caso de crearse un alojamiento de paso en la ciudad de Latacunga en el Barrio Tapalán Vía Culahuango, usted estaría dispuesto (a) a hacer uso de sus diferentes servicios.?

TABLA # 10
DISPOSICIÓN A VISITAR

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	189	74%
No	66	26%
Total	255	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICO # 05
DISPOSICIÓN A VISITAR



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

ANÁLISIS:

En el siguiente gráfico se demuestra que la disposición de las personas a visitar entre hombres y mujeres el resultado es muy considerable del 74% y del no con el 26% que definitivamente no harían uso del servicio, demostrando por parte de los encuestados muy buena aceptación del proyecto para que la entidad logre atraer a sus posibles clientes.

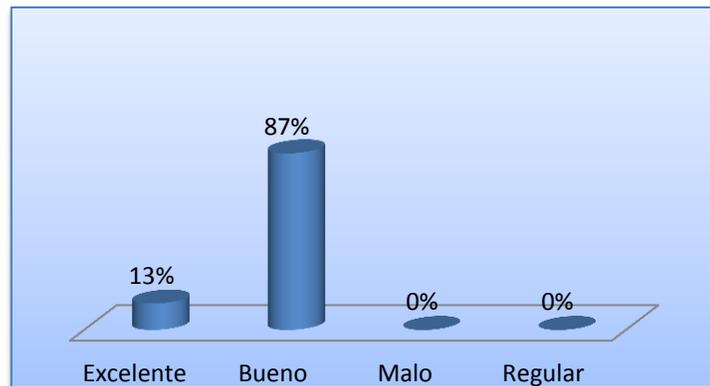
PREGUNTA # 4.- ¿Qué calificación daría a los servicios emitidos por los diferentes alojamientos de paso que usted a visitado?

TABLA # 11
CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS EMITIDOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	24	13%
Bueno	165	87%
Malo	0	0%
Regular	0	0%
Total	189	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICO # 06
CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS EMITIDOS



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora. del Proyecto.

ANÁLISIS:

Se percibe claramente en el gráfico que la calificación recibida sobre los servicios ofrecidos en los diferentes moteles en su mayoría las personas respondieron con el 87% que el servicio recibido es únicamente bueno y con el 13% que los servicios son excelentes, lo cual demuestra que todavía los moteles aun no brindan los servicios tan requeridos, lo cual permite que el nuevo motel pueda mejorar en cuanto al ofrecimiento y la calidad de los servicios anhelados por los posibles clientes.

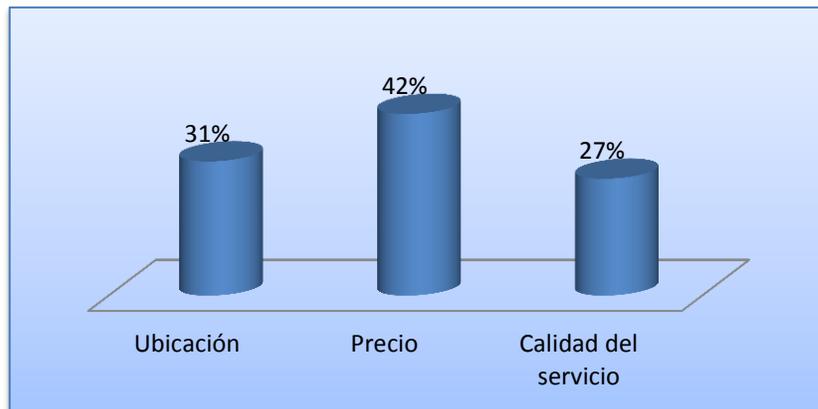
PREGUNTA # 5.- ¿Cuál de los siguientes factores usted toma en cuenta al momento de decidir visitar un alojamiento de paso?

TABLA # 12
FACTORES DECISIVOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ubicación	58	31%
Precio	80	42%
Calidad del servicio	51	27%
Total	189	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICO # 07
FACTORES DECISIVOS



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

ANÁLISIS:

Como se manifiesta en el gráfico las opciones que normalmente prefieren las personas al momento de seleccionar este tipo de alojamientos sobresalen en un mayor porcentaje las 3 opciones el precio del 42% la ubicación del 31% y la calidad del servicio 27%, factores que deberán ser tomados muy en cuenta para que el nuevo motel tenga una ubicación en un sitio estratégico, oferte precios acorde al alcance del cliente y un servicio de calidad.

Pregunta # 6.- ¿Con que frecuencia decidiera usted hospedarse en un alojamiento de paso?

TABLA # 13
FRECUENCIA DE VISITAS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Una vez por semana	25	13%
Cada 15 días	40	21%
Una vez al mes	75	40%
Fechas especiales	49	26%
Total	189	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICA # 08
FRECUENCIA DE VISITAS



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.

Elaborado por: La Autora del Proyecto

ANÁLISIS:

Sobre la frecuencia de decisión de hacer uso del servicio, en los resultados que manifiesta en la gráfica se puede observar que la mayoría de clientes de la competencia deciden un alojamiento de paso en su mayoría del 40% una vez al mes, en fechas especiales un 26% , factores que el nuevo motel deberá tomar muy en cuenta para que esté preparado para prever y enfrentar la demanda en las fechas más visitadas.

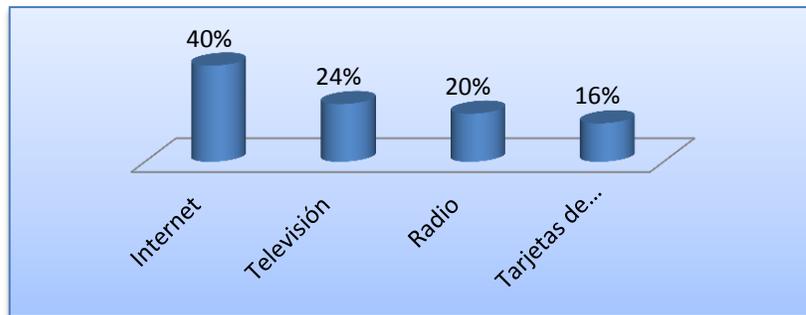
Pregunta # 7.- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse acerca de los servicios que podría ofrecer el nuevo alojamiento?

TABLA # 14
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFERIDOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Internet	75	40%
Televisión	45	24%
Radio	39	20%
Tarjetas de presentación	30	16%
Total	189	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICA # 09
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PREFERIDOS



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

ANÁLISIS:

Se aprecia en la gráfica que los medios de comunicación más solicitados al momento de informarse sobre algo nuevo como los servicios de un motel son el internet con un valor porcentual del 40%, televisión 24%, radio del 20%, que significa que el nuevo alojamiento para informar acerca de sus nuevos servicios deberá optar en lo posible por todos aquellos medios de comunicación de más preferencia para dar a conocer rápidamente a las personas interesadas, logrando que la entidad alcance una pronta acogida y posicionamiento en el mercado.

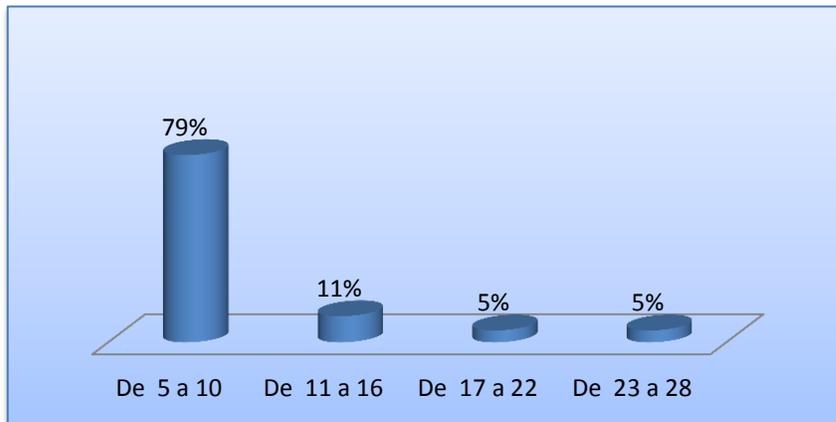
PREGUNTA # 8.- ¿Qué valor monetario estaría dispuesto (a) a pagar por los servicios que ofertare el motel por una noche de hospedaje?

TABLA # 15
DISPONIBILIDAD DE PAGO

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
De 5 a 10 dólares	150	79%
De 11 a 16 dólares	20	11%
De 17 a 22 dólares	10	5%
De 23 a 28 dólares	9	5%
Total	189	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICO # 10
DISPONIBILIDAD DE PAGO



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

ANÁLISIS:

Con respecto al valor monetario que las personas estarían dispuestas a pagar, el resultado más sobresaliente demuestra que el valor más aceptado a pagar es de 5-10 dólares con el 79%, y de 11-16 dólares con el 11%, precios que deberán ajustarse a los servicios acorde a la disponibilidad de pago de los posibles clientes.

Pregunta # 9.- ¿Qué servicio complementario prefiere usted que este a su disposición al momento de elegir un alojamiento de paso?

TABLA # 16

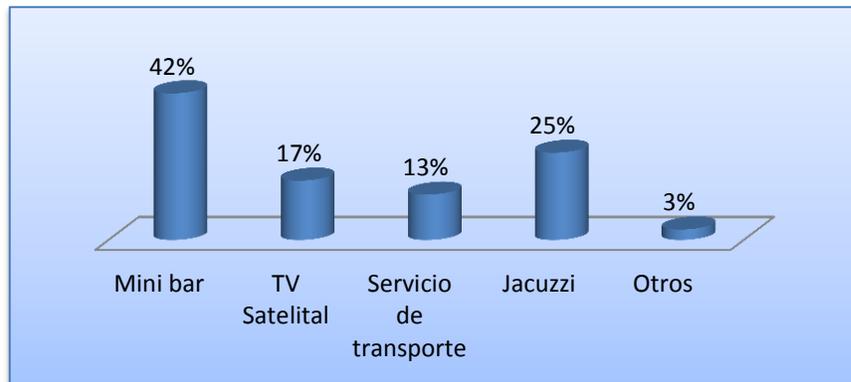
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mini bar	80	42%
Tv satelital	32	17%
Servicio de transporte	25	13%
Jacuzzi	47	25%
Otros	5	3%
Total	189	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICO # 11

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

ANÁLISIS:

En el gráfico se puntualizan los servicios complementarios más preferidos por las personas como son el mini bar con un 42%, jacuzzi 25%, tv satelital 17%, servicio de transporte 13% y otros donde las personas sugirieron que debería existir un turco, sauna hidromasaje u otros servicios nuevos que brinden una mejor comodidad y estadía, son criterios que deberán ser tomados muy en cuenta también para implementarlos en el nuevo motel .

PREGUNTA # 10.- ¿De qué estilo seleccionarías que fuesen las habitaciones?

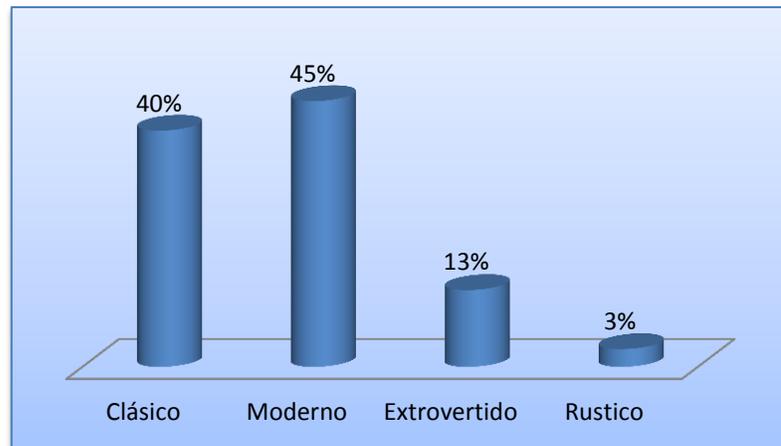
TABLA # 17
ESTILO DE HABITACIONES

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Clásico	75	40%
Moderno	85	45%
Extrovertido	24	13%
Rustico	5	3%
TOTAL	189	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICO # 12
ESTILO DE HABITACIONES



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

ANÁLISIS:

Como se detalla en la gráfica los datos obtenidos de la pregunta #10 las personas encuestadas seleccionaron en un 45% que deberían ser al estilo moderno, el 40% al estilo clásico, y un 13% al estilo extrovertido en cuanto al tipo de habitaciones, datos importantes que sirven para que la entidad pueda ofertar las habitaciones acorde a cada gusto y preferencia de los posibles clientes.

PREGUNTA ADICIONAL # 11.- ¿A qué desarrollo cree que contribuirá la implementación de un alojamiento de paso o Motel en el sector de Tapalán?

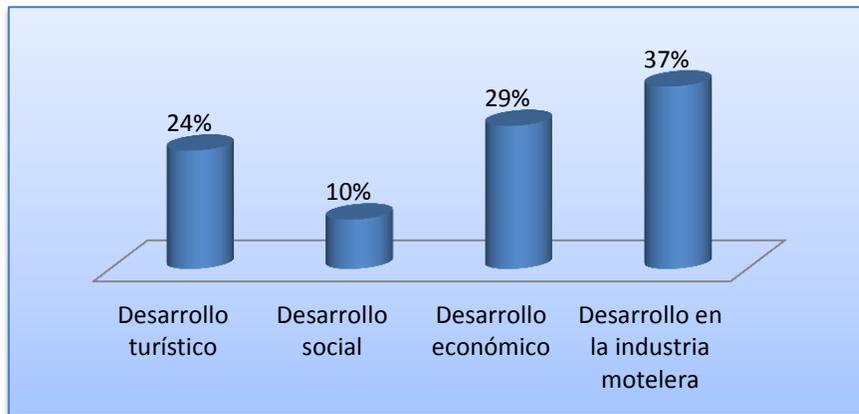
TABLA # 18
CONTRIBUCIÓN EN EL DESARROLLO

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desarrollo turístico	45	24%
Desarrollo social	19	10%
Desarrollo económico	55	29%
Desarrollo en la industria motelera	70	37%
Total	189	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.

Elaborado por: La Autora del Proyecto

GRÁFICA# 13
CONTRIBUCIÓN EN EL DESARROLLO



Fuente: Encuestas realizadas a la PEA.

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

ANÁLISIS:

Finalmente en la última pregunta se puede observar que el proyecto en si con la implementación de un alojamiento de paso o conocido comúnmente como motel, ayuda al desarrollo de varios aspectos como se manifiesta en la gráfica en desarrollo de la industria motelera de un 37%, desarrollo económico 29% y los otros aspectos que de igual forma están de acuerdo las personas y demuestran que el negocio aparte de ser viable contribuye a aspectos importantes solucionando en parte al planteamiento del problema.

2.4.13 Conclusión de la Investigación de Mercado

Para finalizar con la presente investigación de mercado se da a conocer las siguientes conclusiones:

Los datos hallados mediante las encuestas realizadas a la población masculina y femenina de la PEA del sector urbano de la ciudad de Latacunga entre los 18 a 65 años, demostraron la aceptación del nuevo alojamiento, por lo que resulta necesario para las personas demandantes del servicio

Las personas demostraron que los moteles a los cuales han frecuentado más son los de mayor preferencia por varios aspectos como el precio ubicación y el confort, dato importante que se deberá tomarse en cuenta para que la entidad logre tener gran distinción.

También que las personas al momento de informarse acerca de los servicios nuevos prefieren el internet, televisión y la radio, que son los medios de comunicación que la nueva entidad podrá optar para realizar su respectiva publicidad en la medida necesaria para dar a conocer a sus posibles clientes potenciales sobre los nuevos servicios.

La nueva entidad también podrá causar impactos positivos en la sociedad y en el medio que lo rodea ya que varias personas confirmaron que si podrá el nuevo alojamiento contribuir en aspectos como el desarrollo económico, social, turístico, y el desarrollo de la industria motelera, información importante que apoya también la creación de dicho negocio.

2.4.14 Análisis de la Demanda

La demanda es la cantidad de personas que solicitan el producto o servicio, básicamente la existencia de la demanda es por la cual se realiza estudios minuciosos para estimar la cantidad de su existencia a la cual se podrá llegar a satisfacer con el servicio planteado.

2.4.14.1 Demanda Histórica Proyectada

En el cálculo de la demanda histórica proyectada se tomó en cuenta a los datos obtenidos en la proyección de la PEA desde el año 2010 al año actual 2014 que representa a las personas entre hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad que probablemente podrán demandar los nuevos servicios del motel.

TABLA # 19
DEMANDA HISTÓRICA PROYECTADA

Año	Demanda histórica
2010	44.451
2011	45.296
2012	46.157
2013	47.034
2014	47.928

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

2.4.14.2 Proyección Actual de la Demanda

Para el respectivo cálculo de la demanda se tomó como datos principales a la proyección de la PEA desde el 2010, para calcular la demanda de los siguientes años, mediante la fórmula de los mínimos cuadrados para la obtención de los datos más próximos a la realidad que se necesita para el estudio del proyecto.

TABLA # 20
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Año	X	Y	X.Y	X²
2010	1	44.451	44.451	1
2011	2	45.296	90.592	4
2012	3	46.157	138.471	9
2013	4	47.034	188.136	16
2014	5	47.928	239.640	25
Total	$\sum x = 15$	$\sum y = 230.866$	$\sum x.y = 701.290$	$\sum x^2 = 55$
2015	6	48.781		
2016	7	49.650		
2017	8	50.519		
2018	9	51.389		
2019	10	52.258		

Fuente: Demanda Histórica Proyectada
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

$$y = a + bx$$

$$y = b_1x + b_0$$

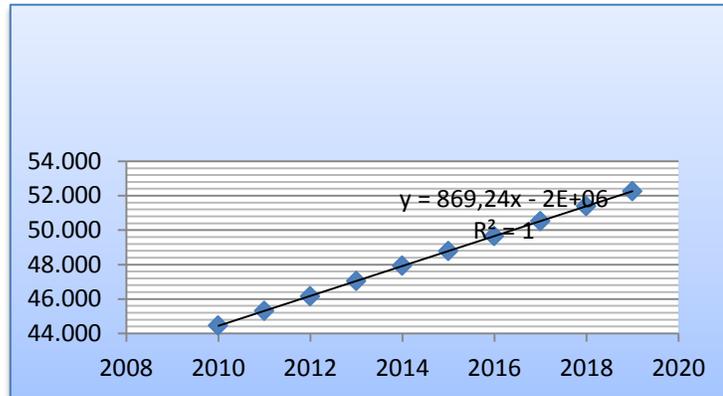
$$b1 = \frac{\sum xy - \frac{\sum x * \sum y}{n}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}} = \frac{701.290 - \frac{15 * 230.866}{5}}{55 - \frac{(15)^2}{5}} = \frac{8.692}{10} = 869,20$$

$$b0 = \bar{y} - b1 (\bar{x}) = 46.173,20 - 869,20 (3) = 46.173,20 - 2.607,60 = 43.565,60$$

$$y = b1(x) + b0 = 869,20(6) + 43.565,60 = 48.780,80 \text{ Año 1}$$

Gracias al presente cálculo de la demanda de la proyección futura se obtuvo como resultados que para el primer año la demanda podrá ser de 48.781 personas que podrán ser los futuros demandantes del nuevo alojamiento, mientras que para el quinto año la demanda podría ascender a 52.258 personas.

GRÁFICO # 14
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA



Elaborado por: La Autora del Proyecto.

Se observa en la gráfica que la proyección de la demanda futura para los próximos 5 años podrá ascender muy significativamente, lo cual representa que a futuro podrá haber más demandantes del servicio del alojamiento de paso.

2.4.15 Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que ofrecen las entidades que comercializan en el mercado, es decir la capacidad que tiene una organización para poder cubrir la demanda actual para lograr satisfacer gran parte de esa demanda solicitante y al precio actual del mercado.

2.4.15.1 Principales Oferentes del Servicio de Los Moteles

Los principales oferentes del servicio de moteles según el Catastro del Ministerio de Turismo actualmente existentes en el cantón Latacunga, y los mismos que representan la competencia se muestran a continuación en la siguiente tabla:

TABLA # 21
PRINCIPALES OFERENTES DEL SERVICIO DE LOS MOTELES

	Motel	#Habitaciones	Categoría	Dirección	Costo
1	Motel Tekendama	16	Primera	Parr. Belisario Quevedo Sector	
2	Los Sauces	12	Primera	Av. Unidad Nacional	De 12,00 A 20,00
3	Las Cabañas	16	Segunda	Sector Puente De Alaquez	
4	Motel "Venus"	10	Primera	Sector Tiobamaba	
5	Motel El Refugio	8	Segunda	Parrq. Belisario Quevedo Vía S	
6	La Naranja Azul	13	Tercera	Tiobamba – Salache	12,00
7	Cabañas Motel Heros	11	Tercera	Los Hornos vía Pujili	
8	Motel El Mirador	10	Tercera	Parrq. Ignacio Flores Barrio T	
	TOTAL	96			

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

Como se puede observar los oferentes actuales ofrecen un total de 96 habitaciones al precio de 12 dólares en el motel Sauces de primera categoría y en La Naranja Azul de tercera categoría ofertando sus servicios a precios similares entre la competencia.

2.4.15.2 Oferta Actual

Para la oferta actual se toma en cuenta el número de habitaciones que tiene cada motel como se detalla en el siguiente cuadro:

TABLA # 22.
OFERTA ACTUAL

N	Motel	#Habitaciones
1	Motel Tekendama	16
2	Los Sauces	12
3	Las Cabañas	16
4	Motel “Venus”	10
5	Motel El Refugio	8
6	La Naranja Azul	13
7	Cabañas Motel Heros	11
8	Motel El Mirador	10
	Total	96

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora del Proyecto

La oferta respectiva de los moteles como se observa en el cuadro, se muestra el número de habitaciones que cada motel tiene disponibles correspondientes a la cantidad total de 96 habitaciones normales.

2.4.15.3 Capacidad Instalada de la Oferta

TABLA # 23.
CAPACIDAD INSTALADA DE LA OFERTA

N	Nombre del establecimiento	Plazas habitacionales	Capacidad máxima de días	Total
1	Motel tekendama	16	365	5.840
2	Los sauces	12	365	4.380
3	Las cabañas	16	365	5.840
4	Motel "venus"	10	365	3.650
5	Motel el refugio	8	365	2.920
6	La naranja azul	13	365	4.745
7	Cabañas motel heros	11	365	4.015
8	Motel el mirador	10	365	3.650
	Total	96	365	35.040

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

La determinación de la oferta total actual se realizó acorde a la capacidad instalada de los moteles según el # de habitaciones que dispone cada motel multiplicado por la capacidad máxima de días que los moteles ofertan alojamiento obteniendo el total de 96 plazas habitacionales disponibles para los 365 días comerciales alcanzando un total de 35.040 plazas habitacionales al año que están disponibles para las personas que demandan el servicio.

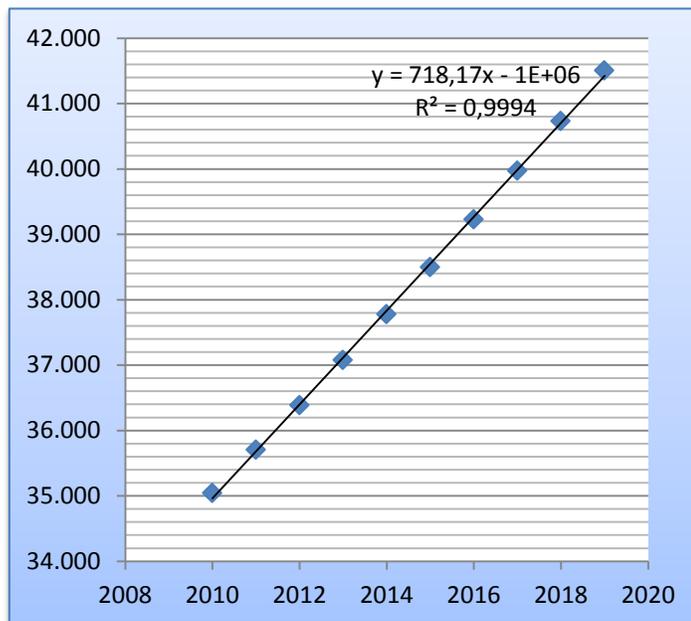
TABLA # 24
OFERTA ACTUAL PROYECTADA SEGÚN # DE PLAZAS HABITACIONALES

Año	Tasa de crecimiento poblacional	# Total de plazas habitacionales anuales
2010	1,9	35.040
2011	1,9	35.706
2012	1,9	36.384
2013	1,9	37.075
2014	1,9	37.779
2015	1,9	38.497
2016	1,9	39.228
2017	1,9	39.973
2018	1,9	40.732
2019	1,9	41.506

Fuente: Capacidad Instalada de la oferta

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRÁFICO # 15
OFERTA PROYECTADA



Fuente: Capacidad Instalada de la oferta
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En cuanto a la oferta proyectada se observa que conforme al crecimiento poblacional anual de los posibles clientes potenciales la cifra en cuanto al número de plazas habitacionales también podrá tener un crecimiento considerable, acorde al crecimiento poblacional que irá en aumento cada año.

2.4.15 4 Determinación de la Demanda Insatisfecha

En la demanda insatisfecha se procedió al respectivo balance entre la oferta y la demanda proyectado para los 5 primeros años de existencia de la entidad.

TABLA # 25
DEMANDA INSATISFECHA

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2015	48.781	38.497	10.284
2016	49.650	39.228	10.422
2017	50.519	39.973	10.546
2018	51.389	40.732	10.657
2019	52.258	41.506	10.752

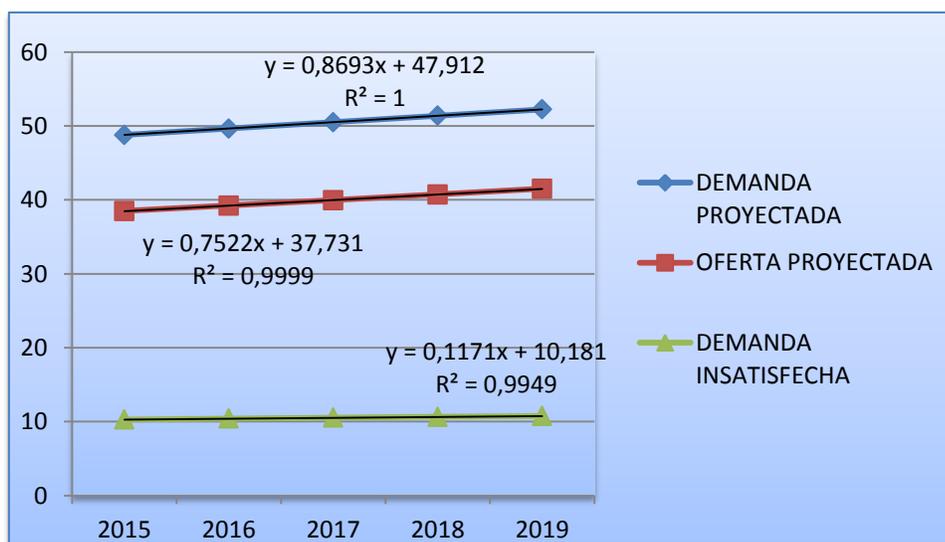
Fuente: Capacidad Instalada de la oferta

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

Los resultados obtenidos demuestran que para el primer año 2015 la demanda podrá ser de 10.284 personas y para el año 2019 de 10.752 posibles clientes potenciales y el alojamiento deberá aplicar las debidas estrategias y políticas necesarias para lograr captar una gran parte de la demanda insatisfecha.

GRÁFICO # 16

COMPORTAMIENTO OFERTA DEMANDA Y DPI



Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En la demanda insatisfecha se determinó que tendrá de igual manera un crecimiento muy notable, lo que demuestra que la entidad probablemente tendrá buena acogida

por parte de esa demanda que estaría dispuesto hacer uso del respectivo alojamiento de paso.

2.5. Análisis de la Comercialización

Permite el desarrollo de las estrategias del producto o servicio, precio, promoción, distribución de esa forma lograr posicionamiento en el mercado, demostrando competitividad y lograr satisfacer al mercado meta propuesto

2.5.1 Perfil del Servicio

El motel que ofertará servicio de alojamiento de paso, será al estilo clásico con algunos toques de modernidad para satisfacer los gustos y preferencias del cliente para mejorar el ambiente del motel que comúnmente se ofrecen para una estadía más agradable y cómoda, permitiendo ofrecer habitaciones de tipo simple, y especial.

2.5.1.1 Estrategias del Servicio

La estrategia del producto o servicio se realiza tomando en cuenta los gustos y preferencias de los clientes anteriormente investigados.

- Oferta de servicio de estadía bien equipada con la comodidad y el confort necesarios al estilo clásico y algunos toques modernos, para un mejor ambiente de la habitación.
- Infraestructura bien ubicada, adecuada y bien distribuida para ofertar los diferentes servicios
- Servicio de atención al cliente muy amable y cordial.
- Total discreción sin afectar la integridad física o moral del cliente.

- Excelentes servicios adicionales de transporte, televisión con cable, mini bar, teléfono, internet, garaje privado, guardiana, ducha con agua caliente, jacuzzi, música y canal para adultos, servicio de decoración de la habitación, etc.
- Atención las 24 horas, y atención de servicio personalizado, permitiendo satisfacer las expectativas requeridas por el cliente.
- Realizar feed back para conocer las nuevas necesidades incluyendo un buzón de sugerencias y el cliente de a conocer recomendaciones o sugerencias sobre los nuevos servicios adicionales que desearían que se implementen.

2.5.2 Análisis del Precio

Precio es la cantidad o el valor económico que se da al producto o servicio que está expuesto para el cliente para satisfacer necesidades , o es el valor nominal que el cliente paga para hacer uso del bien o servicio, permitiendo hacer transacciones, y facilitando el movimiento económico entre las personas y entidades.

2.5.2.1 Estrategias de Precio

- El precio del servicio se regirá acorde a los precios que ofertan la competencia, a un valor un poco más bajo, permitiendo ganar clientela y posicionamiento en el mercado con precios competitivos.
- El precio de la habitación normal de \$10,00.
- Precio de habitación especial \$18,00.
- Precios para cada segmento de mercado con precios módicos para que el cliente seleccione acorde a su economía.

2.5.3 Análisis de los Canales de Distribución

Los canales de distribución, son los puntos claves los cuales va a permitir que el producto o servicio llegue hacia manos del cliente o consumidor final, agilizando la

pronta llegada del nuevo servicio o producto, y permitiendo la expansión hacia nuevos sectores o lugares de la ciudad de Latacunga.

2.5.3.1 Estrategias de Distribución:

- Contratación de personas para la entrega de tarjetas de presentación para dar a conocer sobre los servicios que oferta el nuevo negocio.
- La transmisión del buen servicio de boca a oreja es la forma de llegar hacia más clientes, las personas que hayan hecho uso del servicio transmitirán y darán a conocer sobre el lugar, logrando así una pronta distribución, fácil y sencilla, siempre y cuando las personas hablen bien sobre la buena imagen y la calidad del servicio que recibieron.
- Logotipo y eslogan con colores muy llamativos que ayuden a transmitir el mensaje del servicio que se va a vender.
- Reservación de habitaciones mediante la página web o redes sociales, llamadas telefónicas o visitar directamente el lugar para reservar.

2.5.4 Análisis de la Promoción

La promoción que es fundamental realizarse en todos los medios de comunicación más utilizados y dar a conocer sobre la existencia del nuevo servicio y rápidamente llamar la atención de las personas que se interesan por el servicio.

2.5.4.1 Estrategias de Promoción

Para la promoción de los nuevos servicios se permitirá realizar publicidad mediante los medios de comunicación más utilizados y más factibles realizar, para que los posibles clientes puedan informarse de mejor manera y rápida, mediante el internet, radio, televisión y la entrega de tarjetas de presentación.

2.6 Conclusiones del Estudio de Mercado

Mediante la recopilación de datos se determinó que las personas dispuestas hacer uso del servicio del nuevo motel será un porcentaje del 74% que en su mayoría probablemente podrán hacer uso.

➤ Los servicios adicionales más aceptados por las personas encuestadas fueron los servicios de mini bar , transporte, yacuzzi y otros que serán tomados en cuenta para implementar en el nuevo alojamiento.

➤ El segmento de mercado, para dirigirnos al tipo de cliente que está dispuesto a hacer uso de los servicios del nuevo motel será para hombres y mujeres de 18 a 65 años proyectado de la PEA.

➤ La demanda insatisfecha actualmente existente de personas que aún no logran satisfacer la demanda del servicio deberá considerarse el 74% del porcentaje obtenido de las encuestas sobre las personas que están dispuestas hacer uso del servicio del nuevo motel para la proyección de las ventas que podrá obtener la entidad.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

3.1. Introducción

En el concerniente estudio que se llevará a cabo en este tercer capítulo en lo referente al estudio técnico- administrativo se estudiará temas significativos como localización del proyecto, tamaño del proyecto, requerimiento del proyecto, ingeniería del proyecto, distribución de la planta, la propuesta administrativa, y para finalizar se realizará el estudio financiero en el cual se determinará aspectos importantes tales como la inversión inicial, cronograma de inversión, depreciación, amortización, proyecciones de los costos de operación, ventas, punto de equilibrio, proyecciones de los estados financieros, razones financieras, capital de trabajo, flujos nominales y la evaluación financiera del proyecto para determinar la capacidad económica que los inversionistas están dispuestos a financiar para cumplir con la ejecución de dicho plan de negocio propuesto, y finalmente se dará a conocer el cumplimiento de todo el estudio realizado del plan de negocio mediante conclusiones y recomendaciones más sobresalientes de los temas estudiados.

3.2 Objetivos:

3.2.1 Objetivo General:

➤ Realizar una estimación sobre el total de capital económico que se utilizará en la inversión para la ejecución del proyecto en cuanto en sus estudios técnico-administrativo, y financiero para efectuar las diferentes operaciones que se llevarán a cabo en la organización.

3.2.1.1 Objetivos Específicos:

➤ Identificar un lugar estratégico donde será posible la creación del negocio según la necesidad que se va pretender satisfacer para aquellas personas que acostumbran hacer uso del servicio.

➤ Analizar las condiciones del sector en donde se va a instituir el nuevo establecimiento según sus fines respectivos para la prestación de servicios , determinación del tamaño e instalaciones de la organización.

➤ Determinar proyecciones de costos, ventas , y de estados financieros para dar a conocer la posible rentabilidad económica que tendrá dentro de 5 años el establecimiento que se ofrecerá para los clientes propuestos.

3.3 Estudio Técnico

3.3.1. Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa

Los diferentes factores que permitirán conocer el respectivo tamaño de la empresa, serán tomados en cuenta los más relevantes y precisos para finiquitar con las dimensiones de la organización y para el lanzamiento de la empresa al mercado competitivo con sus respectivos servicios.

3.3.1.1. El Tamaño del Proyecto de la Demanda

El tamaño del proyecto de la demanda se basará acorde al estudio de mercado realizado anteriormente para determinar los servicios que estarán disponibles para los respectivos demandantes del servicio.

TABLA # 26

EL TAMAÑO DEL PROYECTO DE LA DEMANDA

Años	Demanda insatisfecha	Cobertura 74% aceptación del servicio	Total
2015	10.284	0,074	7.610
2016	10.422	0,074	7.712
2017	10.546	0,074	7.804
2018	10.657	0,074	7.886
2019	10.752	0,074	7.956

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

El procedimiento para el cálculo del volumen de la demanda que se podrá satisfacer en los próximos 5 años, será acorde a la capacidad del tamaño del proyecto y acorde a la aceptación del servicio por parte de las personas encuestadas que resulto de un 74% este valor se calcula la del total de demanda insatisfecha siendo este porcentaje aceptable y que el proyecto estará en la capacidad suficiente de poder cumplir con el

servicio correspondiente para un total de 7.610 personas para el primer año y un promedio de 21 personas diarias respectivamente para aquellas personas que todavía aun no reciben el servicio cuando es requerido.

3.3.1.2. Tamaño del Proyecto, Materia Prima y Suministros

➤ **Suministros.-** Entre los suministros para el servicio de alojamiento estarán disponibles desde las bebidas naturales, golosinas, licores, etc., que estará al alcance de los clientes para el servicio de mini bar a la habitación, además se requerirá de los suministros de limpieza que se utilizarán para mantener una mejor presentación del servicio, los mismos que se podrán adquirir en medida que sean requeridos y necesitados para ofrecer el servicio de alojamiento en óptimas condiciones solicitado por los usuarios.

3.3.1.3. Tamaño del Proyecto, Tecnología y Equipos

➤ **Tecnología y Equipos.-** Se utilizará la tecnología y el equipo necesarios para poder ofrecer una mejor atención y comodidad en el servicio de alojamiento para los usuarios. (VER ANEXO # 03)

3.3.1.4 Tamaño y Mano de obra.

La mano de obra que se encontrará laborando dentro de la entidad está determinado por el personal administrativo y de ventas que son el gerente administrador, la secretaria, y las recepcionistas y en la mano de obra directa las camareras, chofer, guardia de seguridad que se encuentran relacionados estrechamente en la operación del servicio, un total de 10 personas que se encontraran laborando en la entidad correspondiente.

3.3.1.5 Tamaño del Proyecto, Financiamiento

Para el desarrollo del proyecto se necesitará del financiamiento requerido por los accionistas para el cumplimiento de la ejecución del plan de negocio.

El financiamiento que manejarán los accionistas para el cumplimiento de dicha actividad y poder solventar todos los gastos y costos que conlleven en la creación del proyecto se ha determinado de la siguiente forma:

- Capital financiado por los accionistas de un 50%
- Capital financiado por una institución financiera de un 50 %

3.3.2. Localización del Proyecto

En la determinación de la localización del proyecto se necesitará identificar la ubicación del proyecto de los siguientes dos niveles:

3.3.2.1. Macro -Localización

El proyecto estará ubicado dentro del territorio geográfico que corresponde al país de donde proviene la idea del proyecto y se establece así:

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Latacunga

GRAFICO # 17

MAPA DE MACRO-LOCALIZACIÓN



Fuente: Investigación de Campo

3.3.2.2. *Micro - Localización*

Mediante la micro localización se determinará claramente donde se encontrará ubicado exactamente el negocio concerniente y donde podrá ofertar sus diferentes servicios acorde a los resultados de la investigación de si estaría adecuado la ubicación del establecimiento, para los fines manifestados anteriormente, y se procederá a su análisis conforme el método cualitativo por puntos en donde se tratará aspectos como disponibilidad de servicios básicos, vías de acceso, seguridad, etc.

➤ **Método Cualitativo por Puntos**

Con la aplicación de este método se podrá evaluar esencialmente lo puntos claves que se necesita conocer si el lugar es el más adecuado posible para la creación del negocio.

Para el proceso se aplicará los siguientes pasos:

- Calificar a cada factor de la escala del 1 al 10.
- Determinar el factor más notable.
- Seleccionar al factor con mayor puntuación.

TABLA # 27

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

	Peso	Sector		Sector tapalan	
		Culahuango		Calif.	Pond.
Factores notables	Asignado	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Competencia	0.10	9	0.90	9	0.90
Adquisición del Terreno	0.25	9	2.25	10	2.50
Lugar Estratégico	0.15	8	1.2	9	1.35
Disponibilidad de Servicios Basicos	0.15	8	1.2	9	1.35
Vias de Acceso	0.15	9	1.35	10	1.50
Medios de Transporte	0.15	9	1.35	10	1.50
Seguridad	0.05	7	0.35	6	0.30
Total	100		8.6		9.4

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

Mediante la aplicación de este método cualitativo por puntos se analizó y se estableció el lugar preciso e idóneo donde es factible que se ubique el negocio y prospere como se lo desea, ya que la competencia es baja, los demás factores son altos con respecto al lugar pero el sector más relevante resultó el sector Tapalán, además es muy bajo el factor de seguridad que favorece sobre todo al sector ponerse el negocio justo en el sector.

Determinado así:

Ciudad: Latacunga

Sector: Rural

Parroquia: Ignacio Flores

Dirección: Calle Puthzalahua, Barrio Tapalán Vía Culahuango

GRAFICO # 18
MAPA DE MICRO- LOCALIZACIÓN



Fuente: Investigación de Campo.

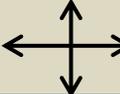
3.3.3. Ingeniería del Proyecto

Continuando con el desarrollo del estudio del proyecto, es básico y necesario también estudiar aspectos como infraestructura, terreno, distribución de la planta, procesos de los diferentes servicios, equipo, maquinaria, tecnología, cálculos de costos y gastos para llevar a cabo con las diferentes instalaciones.

Para el tratamiento de los diferentes procesos acerca de los servicios se requerirá de una serie de simbología de procesos, necesarios para diseñarlos, adecuarlos y adaptarlos a la entidad, acorde a las actividades encaminadas a realizarse.

Es necesario detallar la serie de simbología a utilizarse en el diseño de procesos que a continuación se manifiestan en el cuadro.

TABLA # 28

SIMBOLOGÍA DE PROCESOS	
	Inicio o Fin.- indica el inicio y el final del diagrama del flujo.
	Operación o Proceso representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.
	Documento.- Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión.- Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Líneas de Flujo.- Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.

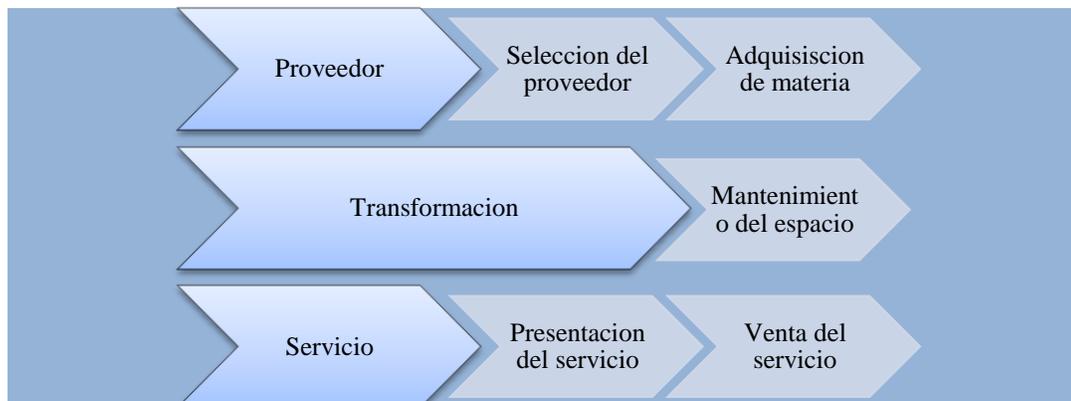
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.3.3.1 Análisis del macro proceso

GRÁFICO # 19

ANALISIS MACRO PROCESO

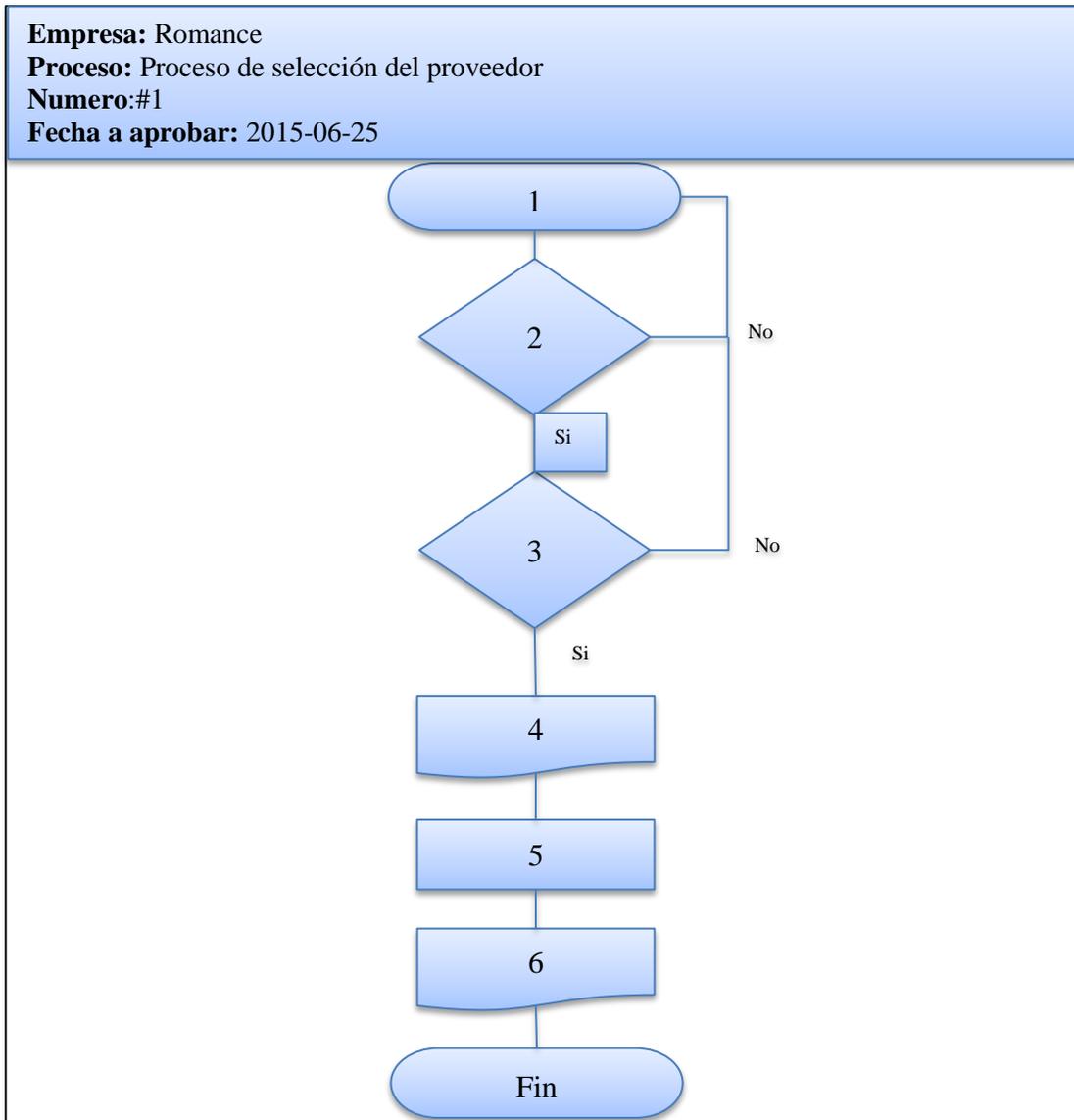


Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.3.3.2 Proceso de selección del proveedor

1. Identificar proveedor
2. Negociar con el proveedor
3. Analizar oferta del proveedor
4. Presentar propuesta de negociación
5. Identificar tiempo de entrega y estándares de recepción
6. Establecer tiempo de pago y forma de pago.

GRÁFICO # 20

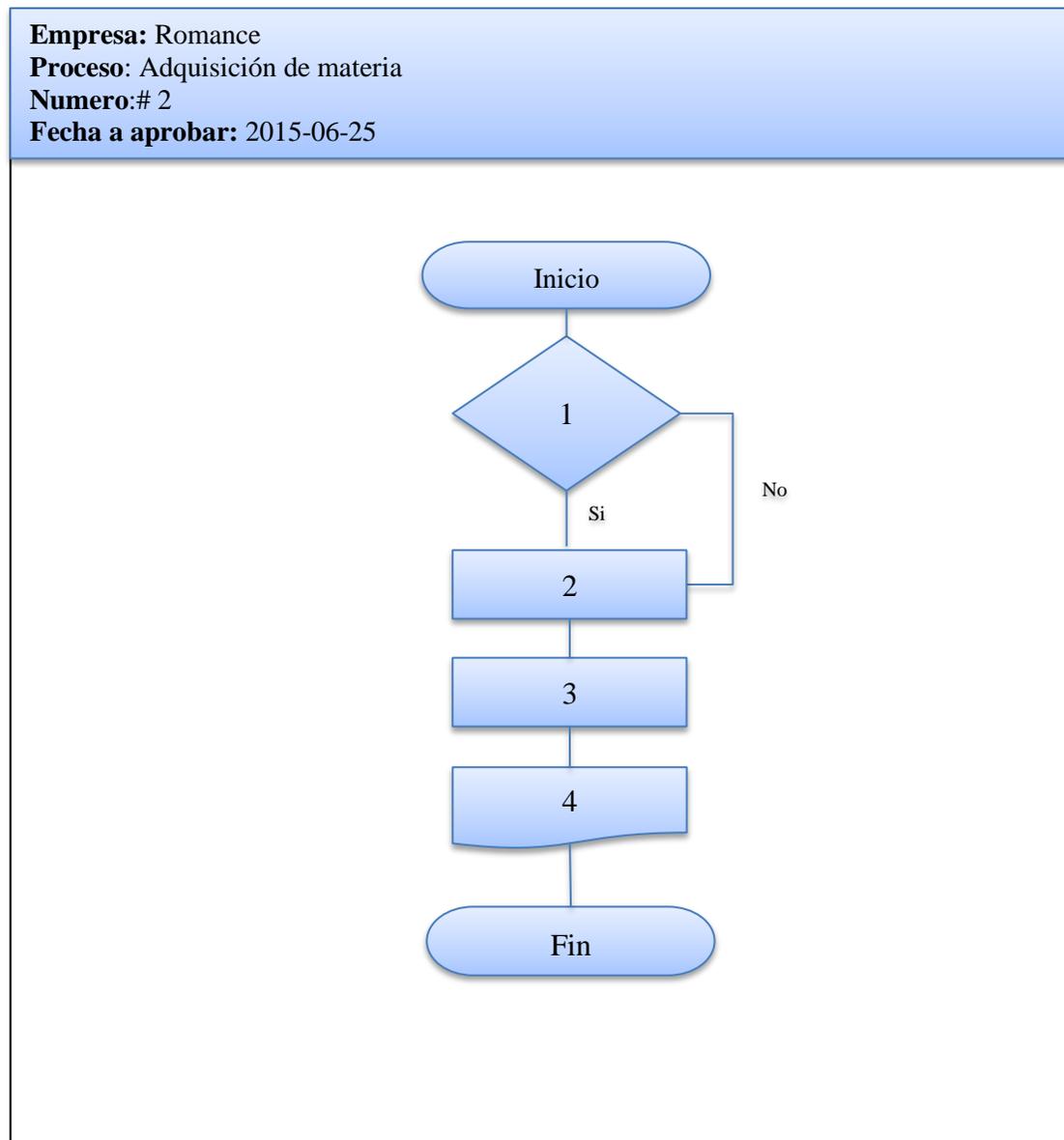


Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.3.3.3 Adquisición de materia

1. Controlar inventarios
2. Llamar al proveedor
3. Realizar pedidos
4. Recepción de materias

GRÁFICO # 21

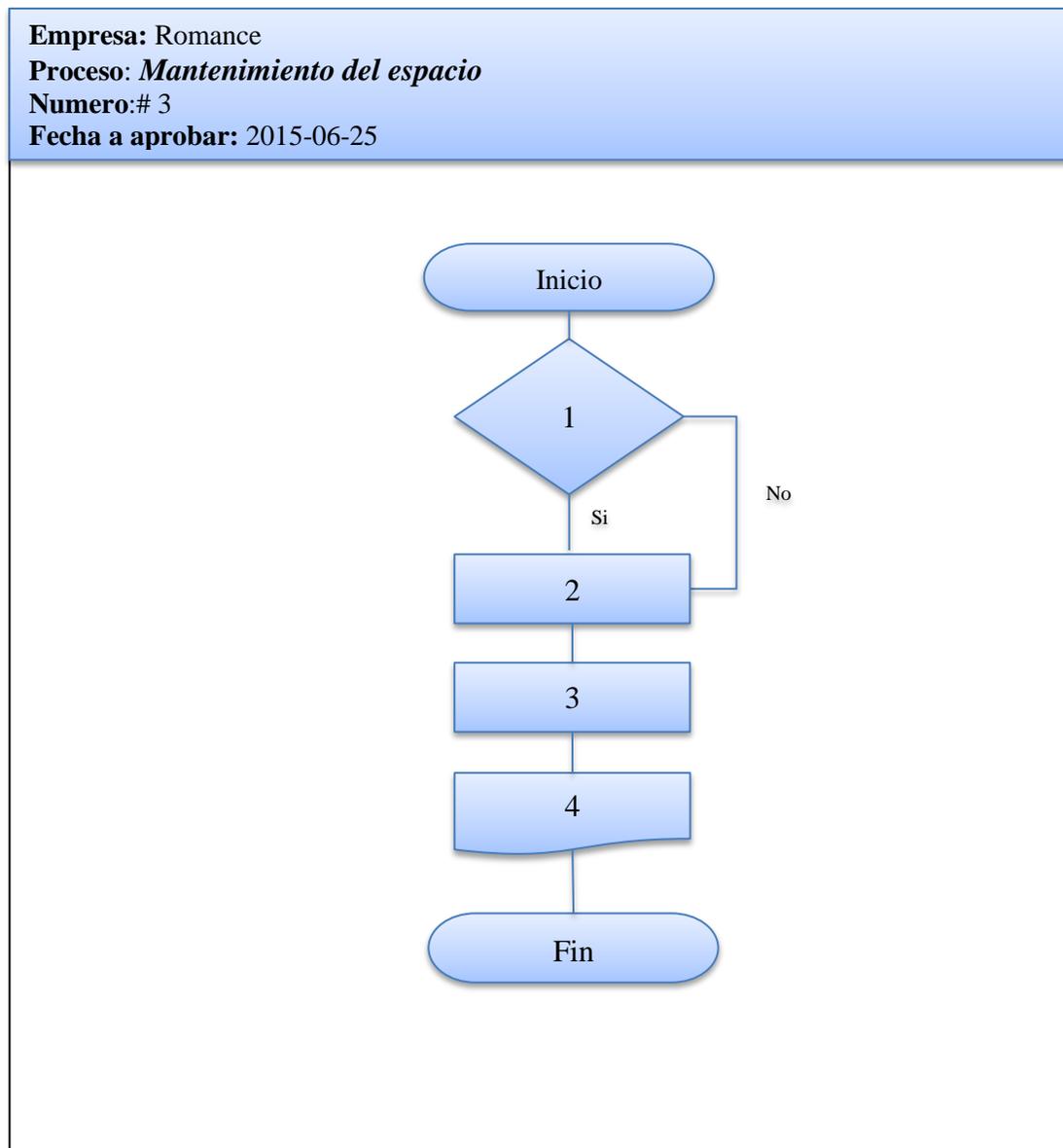


Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.3.3.4 *Mantenimiento del espacio*

1. Verificar habitaciones
2. Organizar habitaciones
3. Limpiar habitaciones
4. Informar disponibilidad de habitaciones a recepción

GRÁFICO # 22



Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.3.3.5 Proceso de Presentación del servicio

➤ Proceso de Atención al Cliente.

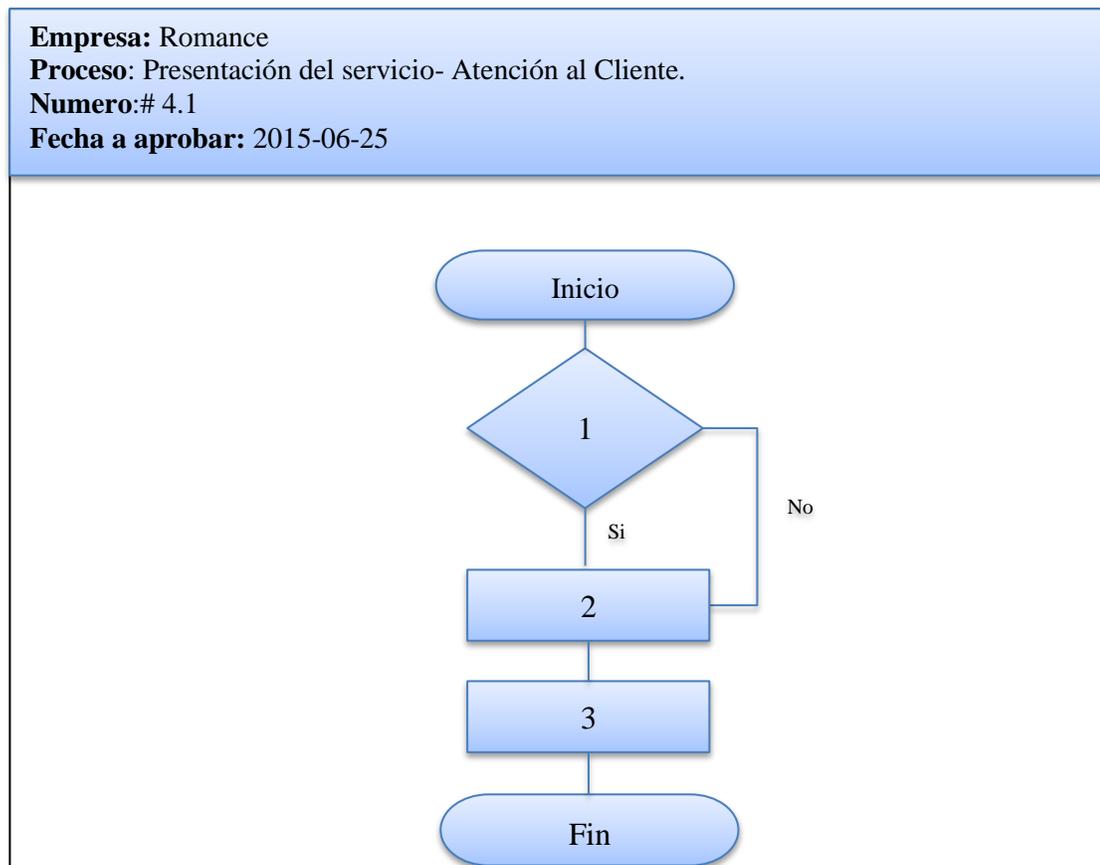
En el proceso de atención al cliente se determinarán las siguientes actividades para llegar a la satisfacción del cliente.

1.- Ingreso de clientes al establecimiento: Los clientes ingresan al motel por la puerta de entrada y solicitaran su habitación mediante el intercomunicador, y recepción se encarga de ofrecer los tipos de habitaciones y se enviará al disponible.

2.- Ingreso del cliente al garaje: La persona encargada del turno será quien cierre la puerta del garaje.

3.- Interior de la habitación: En el interior de la habitación se encontrará la carta con los respectivos productos y precios, los cuales el cliente podrá solicitar por medio de la línea telefónica a recepción.

GRÁFICO # 23

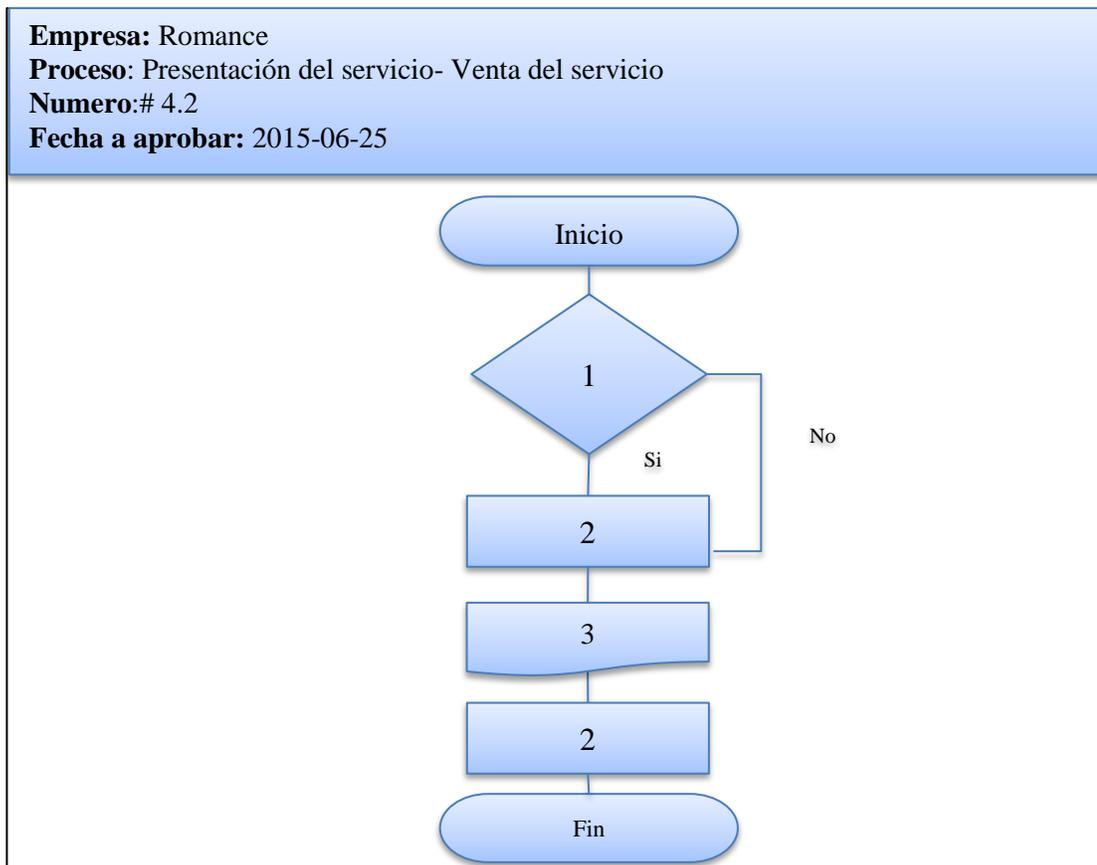


Elaborado por: La Autora del Proyecto.

➤ **Venta del servicio**

- 1. Recepción:** La recepcionista se encargará de brindar el servicio de bar que solicite el cliente.
- 2. Entrega de la habitación:** El cliente utiliza los diferentes servicios que se ofrecen en la habitación en un tiempo máximo de 4 horas.
- 3. Entrega factura:** El cliente llama a recepción a solicitar su cuenta, y la recepcionista informa el valor a cancelar, realiza la factura y es la encargada de cobrar lo consumido.
- 4. Apertura puerta salida del cliente:** El cliente cancela el valor del servicio recibido del “MOTEL ROMANCE”

GRÁFICO # 24

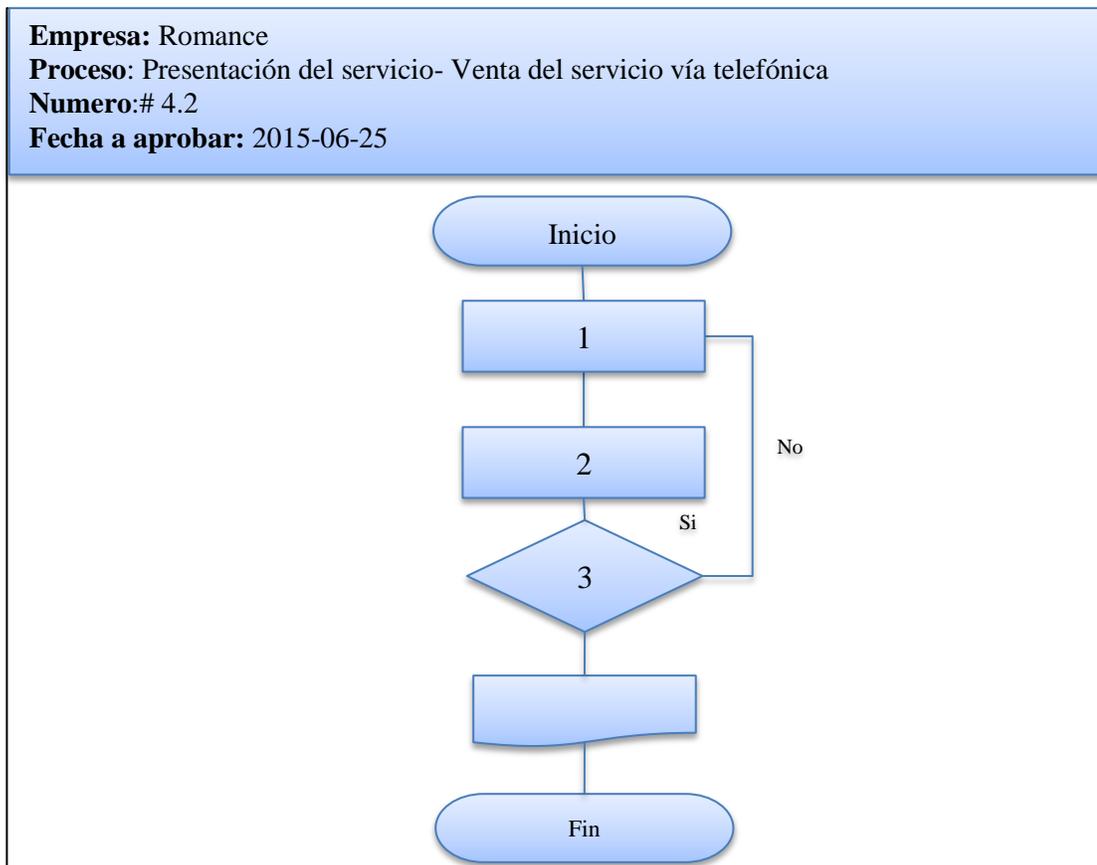


Elaborado por: La Autora del Proyecto.

➤ **Proceso de Reserva vía Telefónica o vía On Line**

- 1. Contestar la solicitud del servicio:** La recepcionista encargada de atención al cliente responde a la reserva para la hora, fecha y día solicitada y confirma si podrá disponer o no en el momento requerido.
- 2. Informar el servicio:** Informa características del servicio
- 3. Confirmar reservación:** Recepcionista aparta el tipo de habitación para la hora y el día acordado y el cliente podrá hacer uso de sus servicios sin ningún 2.- inconveniente.
- 4. Ingresar datos al sistema de reservación:** Registrar información de habitación reservada

GRÁFICO # 25



Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.3.4 Distribución de la Planta

La distribución de la planta estará edificada y distribuida para cada área acorde a las diferentes funciones ordenadas y coordinadas que se cumplirán en la organización para el servicio de alojamiento que se prestará, la cual estará distribuida de la siguiente manera acorde al espacio físico disponible y el tamaño del proyecto.

TABLA # 29

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA POR ÁREAS

<p>Área administrativa 1Gerente 1Secretaria 1Una oficina con repartición y baño</p>	<p>Área de prestación de servicios de alojamiento (8 habitaciones) 4habitaciones normales con garaje privado. 4habitaciones especial con garaje Privado.</p>
<p>Recepción 3 recepcionistas Espacio para cobranza Mini bar Baño</p>	<p>Área de servicio de guardianía 2 Guardia 1espacio para cabina para el guardia</p> <p>Adecuación 1 Adecuación espacio para mantenimiento externo bodega herramientas</p>
<p>Área de lavado secado y planchado 2 camareras 1 cuarto de lavado secado y planchado</p>	<p>Área de bodega 1 Chofer 1 espacio para el almacenamiento de suministros y materiales que se utilizarán en el motel</p>
<p style="text-align: center;">Área verde</p> <p style="text-align: center;">Espacio para exhibición de las planta.</p>	

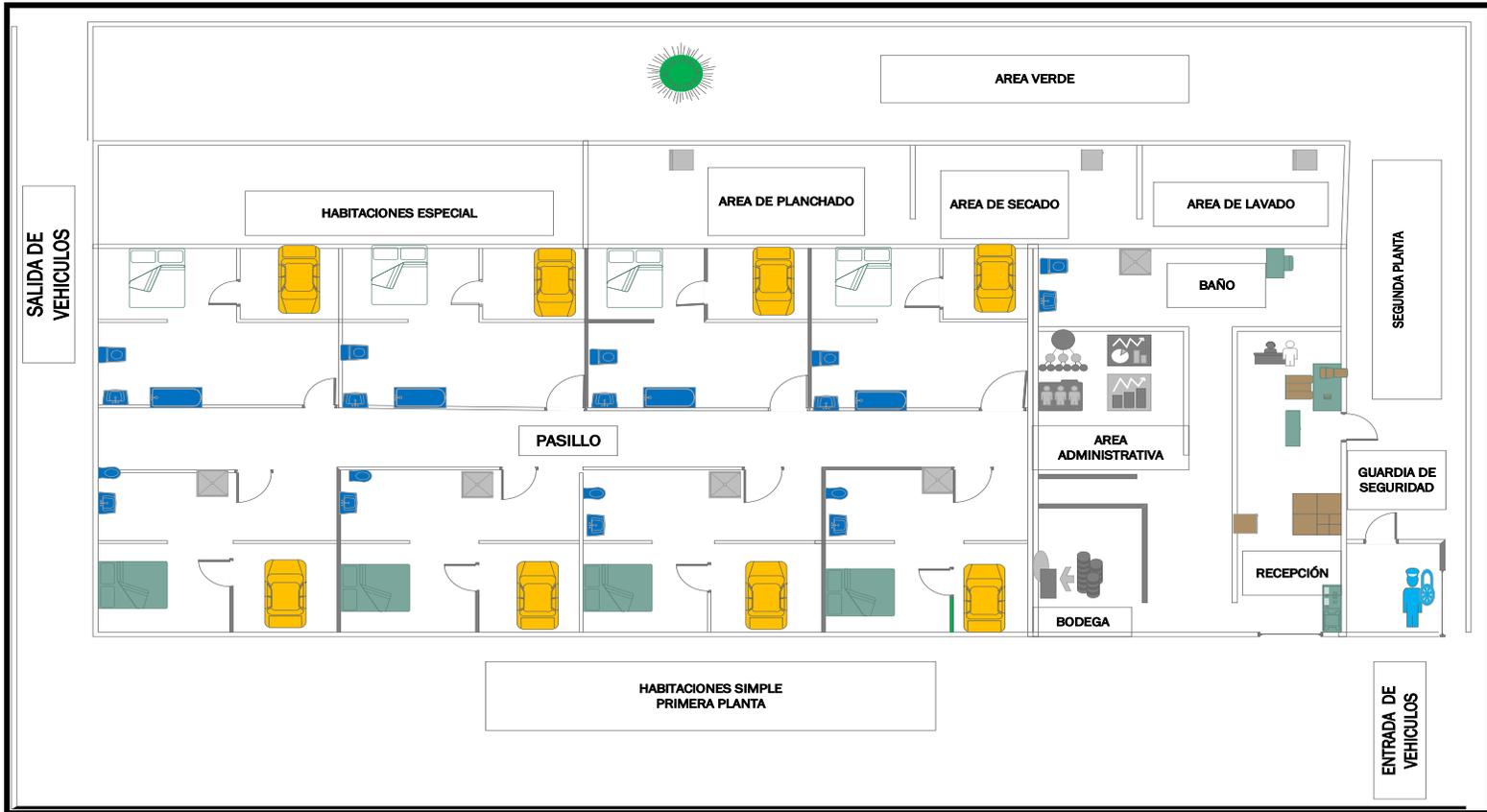
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En el siguiente grafico representa gráficamente el diseño de la planta del establecimiento como se demuestra a continuación en la planimetría.

GRAFICO # 26

PLANIMETRÍA DEL ALOJAMIENTO "ROMANCE MOTEL"



Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.3.5. Requerimiento del Proyecto

Una vez determinado el diseño de la infraestructura con sus diferentes áreas de la entidad, se procederá a puntualizar los requerimientos necesarios para la realización del proyecto, y obtener estimaciones que ayudarán a estar al corriente de los costos y gastos que totalizará la inversión para la ejecución de todo el proyecto en sí, como se demuestra en el siguiente cuadro:

TABLA # 30
REQUERIMIENTO TERRENO

Descripción	Área m2	Valor unitario	Valor total
Terreno	1.650	25,00	41.250,00
Total			41.250,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 31
REQUERIMIENTO INFRAESTRUCTURA

Cantidad	Descripción	Medida m2	Valor unitario	Valor total
	Planta 1			
8	Habitaciones	590	60	35.400,00
1	Guardianía	9	60	540,00
1	Estacionamiento	475	10	28.500,00
1	Aceras y jardines	325	10	3.250,00
	Planta 2			
1	Oficina administrativa	7	60	420,00
1	Recepción	45	60	2.700,00
1	Bodega	35	60	2.100,00
1	Lavado, planchado y secado	164	60	9.840,00
	Total	1.650		82.750,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 32
REQUERIMIENTO DE UN VEHÍCULO

Cantidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Automóvil	12.000	12.000

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABAL # 33
REQUERIMIENTO DE EQUIPOS - ÁREA ADMINISTRATIVA Y DE SERVICIOS

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
Área administrativa y recepción			
1	Computadora de escritorio	600,00	600,00
1	Impresora epon	120,00	120,00
1	Kit video vigilancia espia	550,00	550,00
1	Central telefónica panasonic kx	399,00	399,00
Sub total			1.669,00
Tecnología y equipo area de servicios (habitaciones)			
8	Teléfono panasonic kx-ts500	16,00	128,00
8	Televisores lcd 32"	247,50	1.980,00
8	Decodificador para tv satelital directv		242,00
1	Lavadora	600,00	600,00
2	Calefón	500,00	1.000,00
1	Mesa de planchado	29,38	29,38
1	Plancha	18,00	18,00
1	Refrigeradora	665,00	665,00
2	Extintor de incendio	40,00	80,00
1	Bomba de agua	700,00	700,00
Sub total			6.042,38
Total			7.711,38

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 34
REQUERIMIENTO MENAJE Y LENCERÍA

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
Área administrativa			
1	Basurero de plástico	3,50	3,5
1	Rodapiés	4,00	4,00
Subtotal			7,5
Área de servicio			
8	Basurero de plástico	3,50	28,00
8	Rodapiés	4,00	32,00
20	Copas de cristal	0,85	17,00
8	Colchón paraíso 2 pl	225,00	1.800,00
8	Protector de colchón 2 pl	25,00	200,00
16	Almohadas de plumón	7,00	112,00
12	Juego de sábanas pintex 2pl	16,00	192,00
20	Cobertores tela pintex 2pl	25,00	500,00
20	Juegos de toallas 2 piezas	6,50	130,00
2	Uniforme para personal de limpieza (mandil)	15,00	30,00
Total			3.048,50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 35

REQUERIMIENTO MUEBLES Y ENSERES

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
Área administrativa			
1	Archivador pequeño metálico	50,00	50,00
1	Escritorio de oficina	150,00	150,00
1	Silla giratoria	54,00	54,00
1	Silla para oficina	50,00	50,00
Área de servicio			
1	Mueble para servicio de mini bar	150,00	150,00
4	Silla tántrica	250,00	1.000,00
8	Cuadros fotográficos enmarcados de paisajes	15,00	120,00
16	Velador	35,00	560,00
8	Camas	500,00	4.000,00
1	Carrito de limpieza	35,00	35,00
1	Carrito de lavandería	32,00	32,00
Total			6.201,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 36

REQUERIMIENTO - SUMINISTROS DE LIMPIEZA

Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio total
12 unidades	Desinfectante	3,50	42,00
5.000 grs	Detergente	13,13	157,56
12 unidades	Aromatel	6,00	72,00
12 unidades	Ambiental	2,75	33,00
4 unidades	Escoba	2,50	10,00
3 unidades	Pala	2,50	7,50
3 unidades	Trapeador	3,00	9,00
5 unidades	Franela	1,00	5,00
365 unidades	Fundas de basura	0,10	36,50
100 unidades	Guantes de latex	8,50	8,25
100 unidades	Mascarillas		21,00
Total			402,06

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 37

REQUERIMIENTO SUMINISTROS DE OFICINA

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Bolígrafo	1,20	2,40
2	Cuadernos para contabilidad	3,00	6,00
2	Carpetas	2,50	5,00
1	Resma de papel bon	3,00	3,00
1	Tinta de impresora	25,00	25,00
Total			41,40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 38

REQUERIMIENTO DE ÚTILES DE ASEO PERSONAL

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total anual
36 unidades	Papel higiénico	4,45	106,80
2 cajas de 144 unidades	Preservativos	20,00	40,00
12 cajas de 100 unidades	Shampoo sachets	0,20	240,00
12 cajas de 100 unidades	Jabón hotelero	12,50	150,00
6 unidades	Desinfectante de manos	4,95	178,20
Total			755,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 39

REQUERIMIENTO MANO DE OBRA DIRECTA

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total mensual	Valor total anual
Mano de obra directa				
2	Camarera	354	708	8.496,00
1	Chofer	177	177	2.124,00
2	Guardia de seguridad	354	708	8.496,00
Total			1.593,00	19.116,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 40

REQUERIMIENTO GASTOS DIFERIDOS

Descripción	Valor total
Gastos de constitución	
Afiliación al ministerio de turismo.	120,00
Tramites de ruc.	5,00
Trámites municipales.	450,00
Permiso de salud.	15,00
Capacitación.	200,00
Total	790,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 41

REQUERIMIENTO SERVICIOS BÁSICOS

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Luz eléctrica	Kw	290	0,09	26,10	313,20
Agua	M3	250	0,08	20,00	240,00
Línea telefónica-internet	Min			35,00	420,00
Total					973,20

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 42

REQUERIMIENTO GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

Cantidad	Descripción	Sueldo mensual	V. Total anual
	Gastos administrativos		
1	Secretaria	354,00	354,00
3	Recepcionistas	354,00	4.248,00
1	Gerente administrativo	500,00	6.000,00
	Sub total		10.080,00
	Gastos de ventas		
	Gasolina de vehículo	10,00	120,00
	Publicidad en radio	250,00	3000,00
	Tarjetas de presentación	1.000,00	250,00
Total		2.100,00	13.972,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 43

REQUERIMIENTO MANTENIMIENTO Y REPUESTOS

Descripción	Valor total
Mantenimiento vehículo	100,00
Mantenimiento maquinaria	50,00
Mantenimiento equipo de computo	50,00
TOTAL	200,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

Todas las apreciaciones realizadas anteriormente para la proyección de los costos y gastos se ha realizado con el fin de tener una estimación más próxima posible para el proyecto para llevar a cabo su realización, previendo los costos y gastos totales que tendrá el proyecto, pero se debe tomar en cuenta que dependiendo de la cantidad que se utilice y responsabilidad con la que se maneje todo lo disponible, la adquisición de estos bienes, costos y gastos en algunos podrán ser variables.

3.4. Propuesta administrativa

3.4.1 Análisis FODA

Es muy importante realizar un análisis FODA para evaluar y diagnosticar cómo se encuentra la organización, y determinar respectivas falencias en cuanto a sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para tomar medidas correctivas y proveer lo que a la organización le puede afectar al momento o en un futuro.

**TABLA # 44
ANÁLISIS FODA**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecimiento de 2 tipos de alternativas de habitaciones. 2. Organización constituida legalmente. 3. Posee una estructura organizacional. 4. Capacitación anual del personal. 5. Infraestructura bien ubicada y propia. 6. Disponibilidad de todos los servicios básicos. 7. Comodidad y buen ambiente de trabajo y estadía. 8. Compañía generadora de empleo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lugar desconocido por los posibles clientes. 2. No cuenta todavía con algunos servicios adicionales que requerirán los posibles clientes. 3. Desconocimiento de la ubicación del Barrio Tapalán. 4. Lugar poco poblado que representa inseguridad. 5. Ser nuevo en la industria motelera 6. Falta de experiencia en el manejo relacionado al negocio
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. El clima y paisaje es muy agradable en cualquier época del año. 2. Los posibles clientes prefieren la estadía más cerca de la naturaleza lejos del ruido. 3. Lograr posicionamiento en el mercado. 4. La obtención de una rentabilidad económica medianamente alta 5. La contribución en el ámbito económico, laboral, ambiental y turístico, para el desarrollo del sector. 6. La aceptación del nuevo negocio por parte de los posibles clientes potenciales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La competencia 2. La subida de impuestos. 3. El ámbito turístico todavía es bajo por la falta de proyectos similares. 4. Las nuevas decisiones y leyes establecidas por parte del gobierno de turno. 5. La inestabilidad económica. 6. Nuevas necesidades de los clientes.

Fuente: Estudio e Investigación de Mercado

Elaborado por: La Autora del Proyecto

3.4.2. Base Filosófica

3.4.2.1 Razón Social:

La empresa llevara el nombre de Romance; ya que por medio de esta se identifica con claridad el objeto social en el que se desenvuelve

Objeto social: Motel

Sector: Turístico

Ubicación: Tapalan

3.4.2.2 Logotipo

GRAFICO# 27

LOGOTIPO



Elaborado por: Ing. Alejandro Queverdo.

3.4.2.3 Misión

“**ROMANCE MOTEL**”, es una organización que brinda alojamiento, con la comodidad de un ambiente natural, con el confort y la tranquilidad con la que se caracteriza, disponible exclusivamente para parejas de casados, enamorados, o casuales, que requieran de alojamiento a su alcance con el fin de recibir un descanso relajado y placentero poniéndose a disposición las 24h00 del día, para el alojamiento momentáneo.

3.4.2.4 Visión

En aproximadamente 5 años “**ROMANCE MOTEL**” será un alojamiento muy reconocido con gran participación en el mercado que brindará un tipo de hospedaje momentaneo diferente al de la competencia para todo tipo de parejas de la ciudad de

Latacunga y para los turistas, y lograr una mejor rentabilidad económica, mediante la renovación de servicios, mejorando la eficiencia y eficacia en todo aspecto.

3.4.2.5 Objetivos

Los objetivos planteados para la organización “**ROMANCE MOTEL**” están compuestos de la siguiente forma como se presenta en los siguientes tipos de objetivos:

➤ Objetivo General:

Brindar alojamiento con el confort y tranquilidad necesarios para una estadía más relajada y complacida, presentando servicios nuevos, excelente atención al cliente, y cubrir gran parte de la demanda insatisfecha que aún no logra ser resuelta.

➤ Objetivos Específicos:

Ofrecer hospedaje a todo tipo de clientes con el fin de atraer a más clientes potenciales de la ciudad y de sus alrededores.

Prometer en lo posible dar un alojamiento cómodo, tranquilo, discreto, en un ambiente natural y relajado con los servicios acorde a gustos y preferencias de los diferentes tipos de clientes.

Ser una organización competitiva mediante la aplicación de estrategias para lograr posicionamiento en el mercado y reconocimiento en los clientes.

3.4.2.6 Principios y Valores.

➤ **Principios:** Una ideología que presidimos todas las personas que ponemos en práctica en nuestra vida diaria y que hay que cumplirlas como regla general toda la sociedad.

Calidad: Demostrar y ofrecer que el servicio de alojamiento ofertado es de comodidad muy alta para que brinde la satisfacción requerida.

Ética: Para un buen desempeño de los servicios que se ofrece para la estadía respectiva que se ofrece.

Discreción: Total discreción sin divulgaciones que afecten la dignidad o la conducta moral de la personas.

Puntualidad: Estar a la orden con los servicios requeridos por los clientes.

Compromiso: Con el personal que trabaja dentro de la organización para atención y mejoramiento de los servicios, estar totalmente comprometida.

Responsabilidad social: Actuar sin afectar el bienestar de la sociedad, ni perjudicar al medio ambiente, más bien contribuir con el sector.

➤ **Valores:**

Responsabilidad: Proveer el servicio de alojamiento con responsabilidad.

Honradez: Actuar siempre con rectitud para fomentar la confianza en los clientes.

Respeto: Presentar siempre gestos de cortesía y amabilidad entre el personal de la organización y para los clientes.

Cordialidad: Fomentar siempre la cordialidad espontanea para cada cliente dentro de la organización entre el personal que trabaja y los clientes.

Con la identificación del análisis FODA se determina como estrategia el diseño de la estructura organizacional para el negocio, con finalidad de que el recurso disponible

sea aprovechado y el diseño de los departamentos cubran las fortalezas y oportunidades que se presenten en el entorno y organizarse

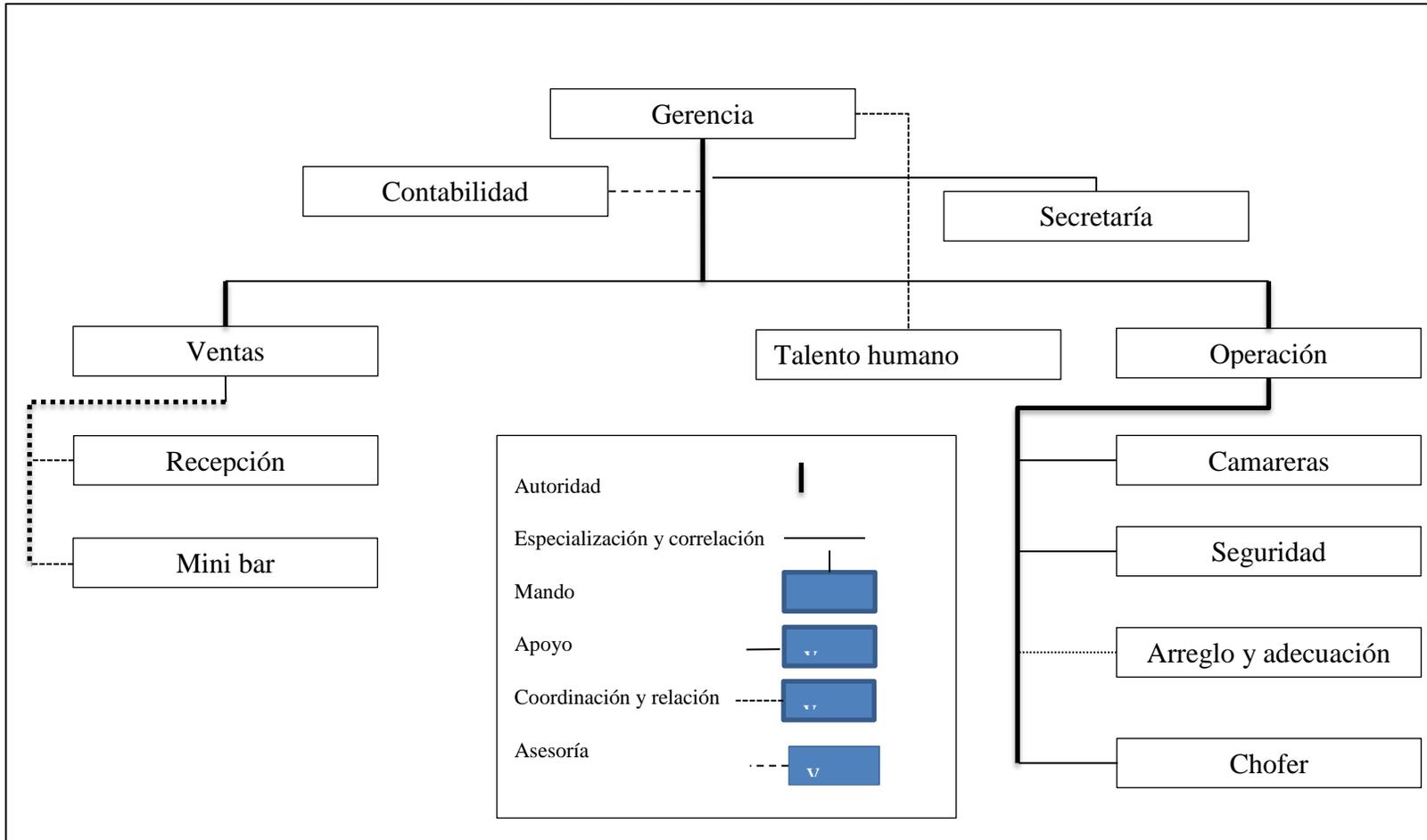
3.4.2.7 Estrategias

Las estrategias trazadas para la aplicación de “**ROMANCE MOTEL**” se han determinado como se presentan a continuación.

- Capacitar al personal administrativo y de atención al cliente, anualmente sobre los nuevos servicios que se podrá ofrecer, para mejorar constantemente todos los servicios y ser competitivos.
- Brindar un buen ambiente de trabajo y de servicio, que brinde un hospedaje íntegro y apto para cualquier persona.
- Evaluar al personal encargado de recepción, para mejorar los servicios de atención al cliente

3.4.2.8 Estructura Organizacional

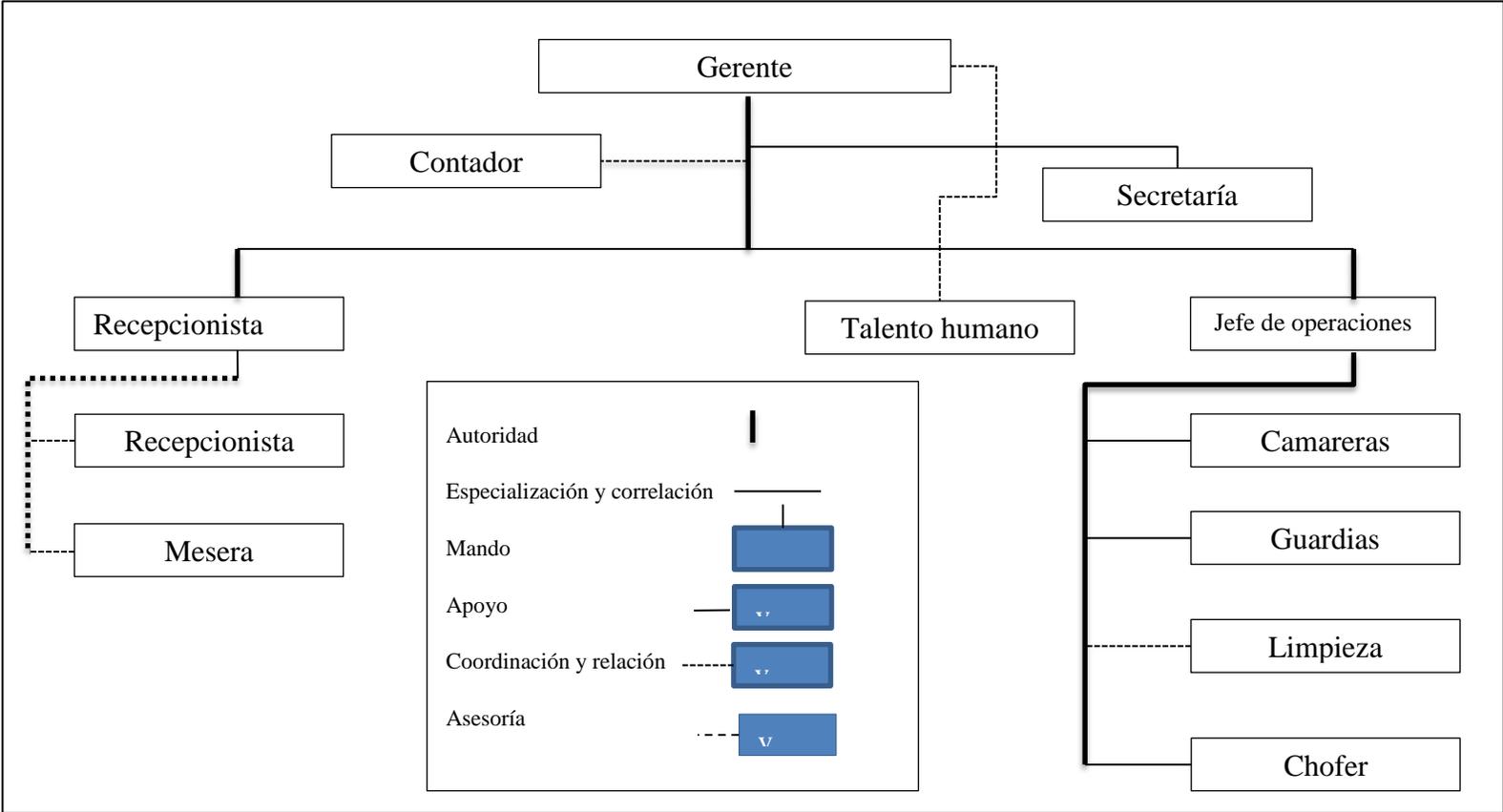
GRAFICO #28
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Elaborado	Aprobado	Fecha
Autora proyecto	Gerencia	2015-06-25

Elaborado por: La Autora del Proyecto

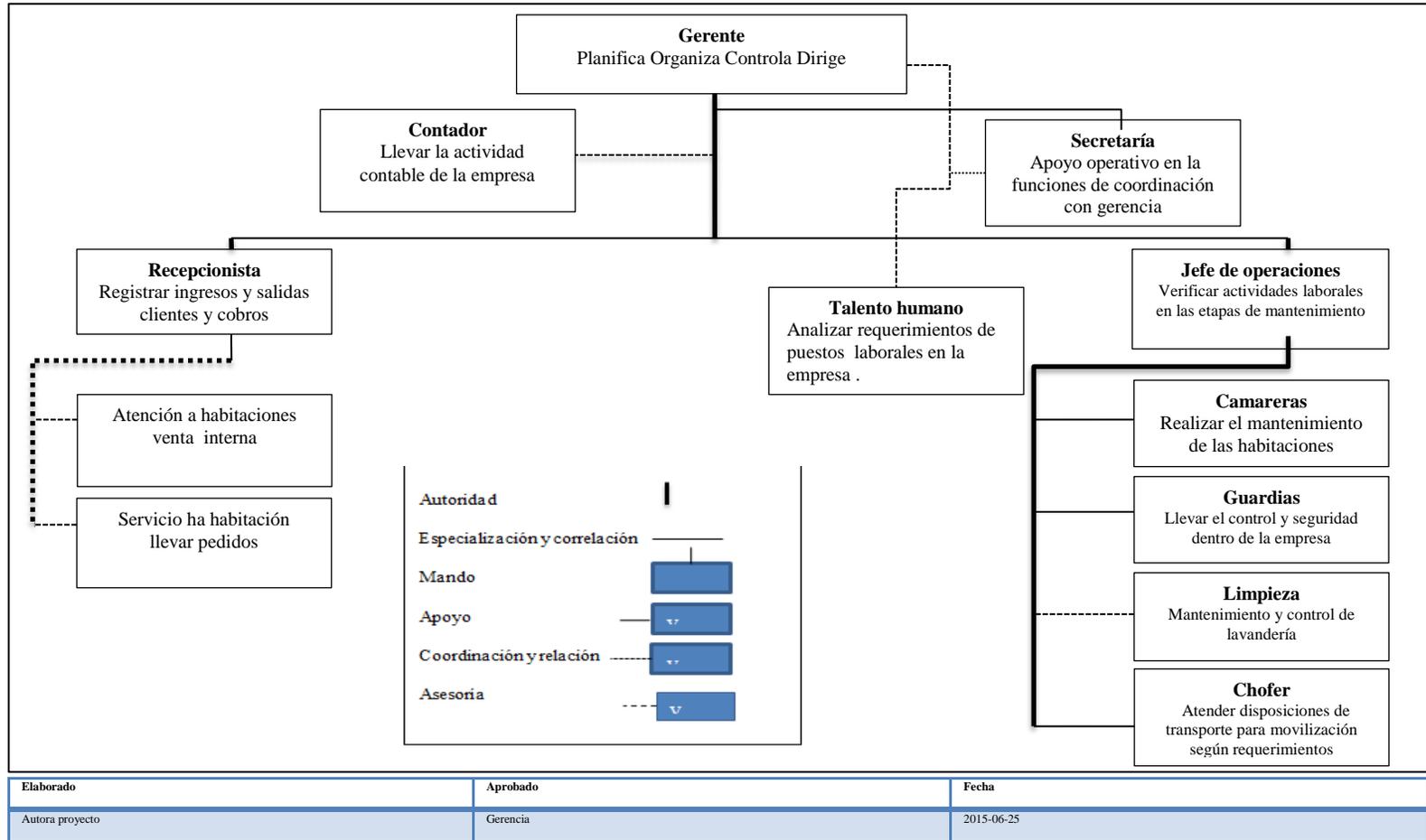
**GRAFICO #29
ORGANIGRAMA POSICIONAL**



Elaborado	Aprobado	Fecha
Autora proyecto	Gerencia	2015-06-25

Elaborado por: La Autora del Proyecto

GRAFICO #30
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaborado por: La Autora del Proyecto

3.4.2. 9 Manual de Funciones

El siguiente manual de funciones se ha constituido de la siguiente forma para identificar las diferentes funciones que tendrán cada personal que se encuentre laborando dentro de “**ROMANCE MOTEL**”.

Gerente Administrador

El representante legal de la compañía Motel “**ROMANCE MOTEL**” deberá cumplir lo siguiente:

1. Realizar todos los trámites legales para el funcionamiento correcto, actuando responsablemente en todas las decisiones o acciones que le compete, cumpliendo con los deberes y atribuciones previstas en la ley, en el reglamento, y en el estatuto de la compañía.
2. Representar al gerente propietario
3. Convocar a reuniones a accionistas para la conformación de políticas, o cuando se requiera.
4. Nombrar y contratar al personal idóneo para cada puesto de trabajo.
5. Dirigir el plan estratégico realizado.
6. Realizar una evaluación a todos los empleados y tomar medidas correctivas.
7. Conocer la situación financiera de la compañía y aprobar los informes o reportes diarios, mensuales o anuales.
8. Informar al personal sobre los objetivos y valores que posee la organización, para el cumplimiento de los mismos
9. Controlar el cumplimiento de objetivos y de las actividades planteadas a realizarse diariamente y anualmente.
10. Resolver problemas de la compañía de la mejor forma posible.
11. Manejar eficazmente y eficientemente todos los recursos de la compañía.

Coordinador de ventas

1. Promocionar el servicio
2. Planificar actividades para temporadas altas
3. Planificación de actividades de personal ventas
4. Controlar ventas
5. Apoyo en ventas

Recepcionista

1. Presentar reportes diarios al gerente sobre el dinero recaudado una vez realizado el cierre de caja en tales horas.
2. Informar y vender al cliente sobre las habitaciones disponibles.
3. Atención al cliente de forma amable y cordial.
4. Organizar como se va a presentar la decoración de las habitaciones en fechas especiales.
5. Informar inmediatamente al gerente sobre algún problema o suceso que afecte a la compañía.
6. Manejo de las cuentas de internet responsablemente dando buen uso.
7. Cumplir puntualmente sobre la reservación de las habitaciones para los respectivos clientes.
8. Cobrar el precio justo dado para cada tipo de habitación correspondiente.
9. Dar seguimiento al huésped mediante el buzón de sugerencias.
10. Garantizar el pago de la cuenta de los clientes.

Mesero

1. Recibir pedido
2. Atender pedido
3. Solicitar pedido
4. Preparar pedido
5. Llevar hacia al habitación

6. Llevar hacia la mesa
7. Informar a recepción valor de pedido

Contador

1. Llevar el estado contable de la empresa
2. Controlar el ejercicio contable del negocio
3. Registrar el ejercicio contable
4. Presentar informes financieros
5. Realizar declaraciones correspondiente al negocio

Jefe de talento humano

1. Identificar necesidades de requerimiento de personal en la empresa
2. Identificar el puesto requerido
3. Diseñar las funciones del puesto
4. Analizar perfiles idóneos para el puesto
5. Realizar el reclutamiento de personal
6. Seleccionar el personal
7. Realizar inducción
8. Ubicar al personal en el puesto de trabajo
9. Evaluar rendimiento

Jefe de operaciones

1. Controlar actividades diarias
2. Verificar cumplimiento de actividades
3. Monitorear labores
4. Organizar labores
5. Planifica requerimientos
6. Controla cumplimiento

Personal de Limpieza- Camareras

Personal encargado de lavar y mantener la asepsia del menaje de las habitaciones correspondientes.

1. Mantener siempre limpio, seco y planchado el menaje de las habitaciones.
2. Tener disponible el menaje cuando se requiera en el momento preciso del cambio.
3. Estar pendiente siempre del cambio del menaje para la limpieza del mismo.

Guardia de Seguridad

Es el responsable del cuidado de la compañía y de vigilar durante las horas o el tiempo acordado.

1. Mantener el orden y la seguridad tanto de la compañía como de los clientes.
2. Cumplir con las horas de trabajo.
3. Solicitar la identificación de las personas.
4. Cuidar los vehículos de los clientes y bienes de la compañía.
5. Atender de forma cordial y amable tanto clientes como a proveedores de algunos suministros.
6. Permanecer cerca de la puerta de la compañía para mayor seguridad de todo el establecimiento.
7. Intervenir en caso de que suscite un acto vandálico en contra de la compañía y dar en conocimiento a las autoridades policiales.
8. Verificar si no hay ningún tipo de averío o daño de alguna parte de las instalaciones a la salida de los clientes.

Chofer

Es la persona que deberá estar disponible en el momento que los clientes requieran del servicio de transporte.

1. Concurrir al sitio donde el cliente solicita el servicio del medio de transporte.
2. Trasladar a los clientes a la compañía.
3. Manejo con precaución y responsabilidad.
4. Dar el debido mantenimiento y cuidado al respectivo vehículo.

3.4.3 Marco Legal

MINUTA CONSTITUTIVA DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Convienen en constituir los socios en una sociedad de responsabilidad limitada que se regirá conforma a lo establecido por la ley de compañías para este tipo de sociedades y las cláusulas y condiciones que se establecen a continuación:

PRIMERA: En la fecha que se menciona al pie de este contrato queda constituida la Sociedad de Responsabilidad Limitada formada entre los suscritos y girará bajo la denominación de “ROMANCE MOTEL” La sociedad establece su domicilio social y legal en la calle Av. Puthzalahua, Barrio Tapalán ,Vía Culahuango de la localidad de Latacunga, pudiendo establecer sucursales, agencias, locales de ventas, depósitos o corresponsalías en el país o en el exterior.

SEGUNDA: La sociedad tendrá una duración de 50 años, a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Público de Comercio. Este plazo podrá prorrogarse con el acuerdo en Asamblea en todos los socios de la Sociedad.

TERCERA: El objeto social será el de . (el Art.II inc. 3° de la ley 19.550 menciona que el objeto debe ser preciso y determinado) de actividades de SERVICIOS DE HOSPEDAJE TEMPORAL. En el marco del objeto general definido, para la realización de sus fines la sociedad podrá comprar, vender, ceder y gravar inmuebles, semovientes, marcas y patentes, títulos valores y cualquier otro bien mueble o

inmueble.

CUARTA: El capital social se fija en la suma veinticuatro mil dólares (\$24.000) que se divide en cuotas de 15 mil dólares (15.000); nueve mil dólares (\$9.000).

El señor xyz , en 2 cuotas la. Suma de veinticuatro mil dólares (\$24.000). Se conviene que el capital se podrá incrementar cuando el giro comercial así lo requiera, mediante cuotas suplementarias. La Asamblea de socios con el voto favorable de más de la mitad del capital aprobará las condiciones de monto y plazos para su integración, guardando la misma proporción de cuotas que cada socio sea titular al momento de la decisión.

QUINTA: El capital suscrito es integrado por todos los socios en efectivo, el 50 %, siendo el restante 50% a integrar dentro del plazo de 4 meses a la fecha de la firma del presente contrato.

SEXTA: En caso de que los socios no integran las cuotas sociales suscritas por ellos, en el plazo convenido, la sociedad procederá a requerirle el cumplimiento de su obligación mediante el envío de un telegrama colacionado donde se lo intimará por un plazo no mayor de 10 días al cumplimiento de la misma.

SEPTIMA: El socio que desear transferir sus cuotas sociales deberá comunicarlo, por escrito a los demás socios quienes se expedirán dentro de los quince días de notificados.

OCTAVA: Las cuotas sociales pueden ser libremente transferidas entre los socios o sus herederos, siempre que no alteren el régimen de mayorías.

NOVENA: Para el caso de que la cesión de cuotas varíe el régimen de mayorías la sociedad podrá adquirir las cuotas mediante el uso de las utilidades o por la reducción de su capital, lo que deberá realizarse a los veinte días de considerarse la oposición de la cesión.

DECIMA: La administración, la representación y el uso de la firma social estará a cargo por los socios gerentes que sean electos en la asamblea de asociados. Se elegirán dos socios que actuarán como gerentes de la misma en forma conjunta, la duración en el cargo será de 2 años y podrán ser reelectos en los mismos. A fin de administrar la sociedad se eligen como socios gerentes para cubrir el primer período y realizar los trámites de inscripción de la sociedad los señores xyz

DECIMA PRIMERA: Los gerentes podrán ser destituidos de sus cargos, cuando así lo establezca la Asamblea de Socios en el momento que lo crean necesario, con la aprobación de la mayoría simple del capital presente en la asamblea.

DECIMA SEGUNDA: El cargo de gerente será remunerado; la remuneración será fijada por la Asamblea de Asociados.

DECIMA TERCERA: En caso de fallecimiento, incapacidad o algún otro motivo que produzcan una imposibilidad absoluta o relativa para continuar ejerciendo el cargo de gerente, el mismo será reemplazado por el síndico suplente, quien deberá llamar a Asamblea para cubrir el cargo vacante en un plazo máximo de diez días.

DECIMO CUARTA: El órgano supremo de la sociedad es la Asamblea de Socios que se reunirá en Asambleas Ordinarias y Extraordinarias.

DECIMO QUINTA: La Asamblea General Ordinaria se reunirá dentro de los 2 meses de concluido el ejercicio financiero, que para tal fin termina el día viernes 28

del mes de octubre de cada año. En ella se tratará la discusión, modificación y/o aprobación del Balance General, el Inventario, el proyecto de distribución de utilidades, el Estado de Resultados, la Memoria y el Informe del Síndico.

DECIMO SEXTA: Las Asambleas Generales Extraordinarias se reunirán cada vez que lo considere conveniente alguno de los gerentes o a pedido por escrito del síndico, o a pedido por escrito de los socios que representen el 10 % del capital social o más. En ellas se podrá tratar todos los asuntos que conciernen a la marcha de la actividad societaria.

DECIMO SEPTIMA: La Asamblea se convocará mediante citación remitido al domicilio del socio, con 2 días de anticipación a la fecha de la convocatoria. En la citación se hará constar el lugar, día y hora de la Asamblea, tipo de que se trata y el orden del día a debatir.

DECIMO OCTAVA: Las Asambleas quedarán válidamente reunidas para sesionar en primera convocatoria cuando a la hora mencionada se encuentren presentes la cantidad de socios que representen el 51% del capital social

DECIMO NOVENA: Las deliberaciones y las resoluciones de la Asamblea serán transcritas al Libro de Actas, rubricado por la autoridad competente, en el que se dejará constancia asimismo de los socios presentes y del porcentual del capital que éstos representan. **VIGESIMA:** La presidencia de la Asamblea será realizada por cualquiera de los socios gerentes que se hallen presentes o que se elija para ello, los gerentes .

VIGESIMO PRIMERA: Cada cuota social tiene derecho a un voto, no pudiendo votarse en representación.

VIGESIMO SEGUNDA : Las decisiones de la Asamblea serán tomadas por la mayoría del capital social presente. Con excepción de las que este contrato o la ley exijan un mayor porcentual.

Art. 116.- La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Art. 117.- Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

VIGESIMO TERCERA: Presentar a la Asamblea ordinaria un informe escrito y fundado sobre la situación económica y financiera de la sociedad, dictaminado sobre la memoria, inventario, balance y estado de resultados; Suministrar a los accionistas que representen no menos del dos por ciento del capital, en cualquier momento que éstos se lo requieran, información sobre las materias que son de su competencia

VIGESIMO CUARTA: Las pérdidas serán soportadas en igual proporción que la de distribución de las ganancias.

VIGESIMO QUINTA: Cumplido el plazo de duración de la sociedad, sin que se acuerde su prórroga o cuando la totalidad de los socios manifieste su decisión de liquidar la sociedad, se procederá a liquidar la misma. En prueba de conformidad, a los 20 días del mes de Julio del 2014, en la ciudad de Ambato, se firman. 2 ejemplares de un mismo tenor, y a un solo efecto.

3.5. Estudio Financiero

3.5.1. Inversión Inicial

Para la inversión inicial se requerirá detallar los siguientes rubros para el requerimiento de toda la inversión inicial de siguiente manera:

**TABLA # 45
INVERSIÓN INICIAL**

Detalle	Valor	Sub total	Total
Inversión (a+b)			
A) inversión fija		152960,88	
Terreno 1.000 m2	41.250,00		
Construcciones	82.750,00		
Vehículo	12.000,00		
Maquinaria y equipo	7.711,38		
Menaje	3048,50		
Muebles y enseres	6.201,00		
B) inversión diferida		16.125,62	
Intereses pre operativos	7.840,00		
Gastos de constitución	790,00		
Imprevistos (5% activos fijos)	7.495,62		
Capital de trabajo		38.908,16	
Inventarios	4.846,96		
Mano de obra directa	19.116,00		
Gastos de venta y administración	13.972,00		
Gastos generales de fabricación	973,20		
Total inversión			208,147.08

Fuente: Requerimiento del Proyecto

Elaborado por: La Autora del Proyecto

3.5.2. Cronograma de Inversión

TABLA # 46

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGO.				SEPT.				OCT.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Trámites para el financiamiento	x																							
Compra del terreno		x																						
Permiso de uso de suelo			x	x																				
Construcción del edificio																								
Constitución jurídica															x									
Obtención del Ruc															x									
Obtención del permiso sanitario															x									
Obtención de patente municipal															x									
Patentes y licencias															x									
Afiliación a la captar																x								
Adquisición de maquinaria y equipo																				x				
Adquisición de muebles y enseres																				x				
Adquisición de equipo de oficina																				x				
Adquisición de un vehículo																					x			
Adquisición de suministros																					x			
Selección y contratación de personal																					x			
Afiliación de empleados al IESS																					x			
Capacitación del personal																					x			
Publicidad																							x	
Puesta en marcha del proyecto																							x	

Elaborado por: La Autora del Proyecto

3.5.3. Depreciación y Amortización

3.5.3.1. Depreciación

La depreciación es la devaluación de los bienes que corresponde a las cuentas de la entidad sobre los activos fijos depreciables, y la amortización es la recuperación de la inversión realizada en la organización.

**TABALA # 47
DEPRECIACION**

Concepto	Costo	Vida útil	Total anual
Edificio	82.750,00	25	3.310,00
Vehículo	12.000,00	5	1.200,00
Maquinaria y equipo	6.042,38	10	771,14
Equipo de oficina	1.669,00	10	333,80
Muebles y enseres	6.201,00	10	620,10
Menaje y lencería	3.048,50	10	304,85
Total			6.539,89

Fuente: Requerimiento del Proyecto

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.5.3.2. Amortización

Las inversiones realizadas por la entidad se amortizan de la siguiente forma detallada en el siguiente cuadro demostrativo.

**TABLA # 48
AMORTIZACIÓN**

Descripción	Valor total	20% amortización anual
Gastos de constitución		
Afiliación al captur	120,00	24,00
Tramites de ruc	5,00	1,00
Trámites municipales	450,00	90,00
Permiso de salud	15,00	
Capacitación	200,00	40,00
Intereses pre operativos	7.840,00	1.568,00
Imprevistos 5% activo fijos	7.495,62	1.499,12
Total	16.125,62	3.222,12

Fuente: Requerimiento del Proyecto

Elaborado por: La Autora del Proyecto

Como se demuestra en el cuadro la amortización anual determinada será de \$ 3.222,12 para los 5 años acordados del proyecto respectivamente

3.5.4. Financiamiento

Se requerirá de financiamiento propio proporcionado por los accionistas y financiado concedido por una institución financiera.

3.5.4.1. Financiamiento - Capital Propio

Los inversionistas interesados en la ejecución del proyecto aportarán con el siguiente capital propio cada uno con lo siguiente:

Inversionista 1 aportará con \$ 69382.361

Inversionista 2 aportará con \$69382.361

3.5.4.2. Financiamiento- Institución Financiera

El resto del dinero para completar la inversión es de \$69382.61 y para posibles imprevistos se financiará a una institución financiera de la siguiente forma:

Tipo de crédito: Pymes

Destino legal: Activos fijos, Activos diferidos y Capital de trabajo

Monto Solicitado: 69382.361

Plazo Contratado: 5 años.

Tasa de interés anual: 11.20%

Periodo de gracia solicitado: 1 año.

Enseguida se realizó la amortización correspondiente al monto solicitado a la institución financiera que se determinará de la siguiente forma.

TABLA # 49
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

	Deuda al			Intereses del	Deuda Amortizada	Deuda
	Comienzo	Anualidad	Amortización	Periodo	Al Final del	Amortizada al
	Periodo	Disponible	Período	anual	Período	Final del Periodo
1	69,382.36	21,647.30	13,876.47	7,770.82	13,876.47	55,505.89
2	55,505.89	20,093.13	13,876.47	6,216.66	27,752.94	41,629.42
3	41,629.42	18,538.97	13,876.47	4,662.49	41,629.42	27,752.94
4	27,752.94	16,984.80	13,876.47	3,108.33	55,505.89	13,876.47
5	13,876.47	15,430.64	13,876.47	1,554.16	69,382.36	0.00
	Totales	92,694.83	69,382.36	23,312.47		

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.5.5. Determinación de los Costos de Producción

Para la determinación de los costos de producción para este proyecto sobre el servicio de alojamiento que se va a generar, los costos se determinarán en la siguiente clasificación de los costos fijos y costos variables que incluyen para determinar el servicio correspondiente

TABLA # 50
COSTO DE PRODUCCIÓN GENERAL

Detalle de costos	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio alojamiento	7,610	7,712	7,804	7,886	7,956
1.- COSTOS FIJOS	46,910.29	46,487.26	46,100.19	45743.57	45421.57
Mano de obra directa	19,116.00	19668.45	20236.87	20821.72	21423.46
Costos generales de fabricación	5851.47	6020.58	6194.57	6373.60	6557.79
Servicios básicos	973.20	1001.33	1030.26	1060.04	1090.67
Depreciaciones	4,722.27	4858.74	4999.16	5143.64	5292.29
Amortizaciones	156.00	160.51	165.15	169.92	174.83
Gastos administrativos y de ventas	14,172.00	14581.57	15006.25	15439.93	15886.15
Sueldos y salarios	10,602.00	10908.40	11226.92	11551.38	11885.22
Publicidad	3370.00	3467.39	3567.60	3670.70	3776.79
Mantenimiento y repuestos	200.00	205.78	211.73	217.85	224.14
Gastos financieros	7,770.82	6,216.66	4,662.49	3,108.33	1,554.16
Interés	7,770.82	6,216.66	4,662.49	3,108.33	1,554.16
2. COSTOS VARIABLES	1798.46	1887.30	1980.54	2078.38	2181.05
Suministros de limpieza	402.06	421.92	442.76	464.64	487.59
Suministros de oficina	41.40	43.45	45.59	47.84	50.21
Suministros de aseo personal	755.00	792.30	831.44	872.51	915.61
Suministros para servicio de mini bar	600.00	629.64	660.74	693.38	727.64
Costo total	48,708.75	48,374.56	48,080.72	47821.95	47602.61

Fuente: Requerimiento del Proyecto

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

Para obtener los cálculos de los costos variables se proyectó la inflación actual que corresponde 2,89 % más el 5% de producción que se estima alcanzar para los 5 años respectivos para los 2 tipos de producción del servicio de habitaciones simple y especial. En los siguientes cuadros se presenta los costos de producción que podrán ser de cada tipo de servicio.

TABLA # 51
COSTO DE PRODUCCIÓN HABITACIÓN NORMAL

Detalle de costos	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio habitación normal	3,805	3,856	3,902	3,943	3,978
1.- COSTOS FIJOS	23429.15	24106.25	24802.92	25519.72	26257.24
Mano de obra directa	9558	9834.23	10118.44	10410.86	10711.73
Costos generales de fabricación	2899.74	2983.54	3069.76	3158.48	3249.76
Servicios básicos	486.60	500.66	515.13	530.02	545.34
Depreciaciones	2361.135	2429.37	2499.58	2571.82	2646.14
Amortizaciones	52.00	53.50	55.05	56.64	58.28
Gastos administrativos y de ventas	7,086.00	7,290.79	7,501.49	7718.28	7941.34
Sueldos y salarios	5301	5454.20	5611.83	5774.01	5940.88
Publicidad	1685.00	1733.70	1783.80	1835.35	1888.39
Mantenimiento y repuestos	100.00	102.890	105.86	108.92	112.07
Gastos financieros	3885.41	3997.70	4113.23	4232.11	4354.41
Interés	3885.41	3997.70	4113.23	4232.11	4354.41
2. COSTOS VARIABLES	899.23	925.22	951.96	979.47	1007.77
Suministros de limpieza	201.03	206.84	212.82	218.97	225.30
Suministros de oficina	20.70	21.30	21.91	22.55	23.20
Suministro de aseo personal	377.50	388.41	399.63	411.18	423.07
Suministros para servicio de mini bar	300.00	308.67	317.59	326.77	336.21
Costo total	24328.38	25031.47	25754.88	26499.19	27265.02

Fuente: Requerimiento del Proyecto

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 52
COSTO DE SERVICIO HABITACIÓN ESPECIAL

	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio habitación especial	3,805	3,856	3,902	3,943	3,978
COSTOS FIJOS	23455.15	24133.00	24830.44	25548.04	26286.38
Mano de obra directa	9558	9834.2262	10118.43534	10410.86	10711.73
Costos generales de fabricación	2925.74	3010.29	3097.29	3186.80	3278.90
Servicios básicos	486.60	500.66	515.13	530.02	545.34
Depreciaciones	2361.135	2429.37	2499.58	2571.82	2646.14
Amortizaciones	78.00	80.25	82.57	84.96	87.42
Gastos administrativos y de ventas	7,086.00	7,290.79	7,501.49	7718.28	7941.34
Sueldos y salarios	5301	5454.20	5611.83	5774.01	5940.88
Publicidad	1685.00	1733.70	1783.80	1835.35	1888.39
Mantenimiento y repuestos	100.00	102.89	105.86	108.92	112.07
Gastos financieros	3885.41	3997.70	4113.23	4232.11	4354.41
Interés	3885.41	3997.70	4113.23	4232.11	4354.41
COSTOS VARIABLES	899.23	925.22	951.96	979.47	1007.77
Suministros de limpieza	201.03	206.84	212.82	218.97	225.30
Suministros de oficina	20.70	21.30	21.91	22.55	23.20
Suministros de aseo personal	377.5	388.41	399.63	411.18	423.07
Suministros para servicio de mini bar	300.00	308.67	317.59	326.77	336.21
Costo total	24354.38	25058.22	25782.40	26527.51	27294.16

Fuente: Requerimiento del Proyecto

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.5.6. Costos Unitarios de Producción

En la determinación del costo unitario de toda la producción general total del servicio se tomó los valores totales de los costos de producción que fueron proyectados

anteriormente para los costos variables la inflación más 5% de la producción que se estima aumentar en la producción en los 5 años, para obtener los siguientes cálculos:

$$\text{C.U.P.} = \frac{\text{C.T.}}{\text{Q.T.}}$$

Donde:

C.U.P. = COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

C.T. = COSTO TOTAL

Q.T.= CANTIDAD TOTAL A PRODUCIR

TABLA# 53
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo total	48,708.75	48,374.56	48,080.72	47,821.95	47602.61
Consumo de servicio	7,610	7,712	7,804	7,886	7,956
Costo unitario	6.40	6.27	6.16	6.06	5.98

Fuente: Costo de Producción General

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

A continuación se detalla los costos totales unitarios de producción para los 2 tipos de servicios de habitaciones planteadas para el alojamiento en los siguientes cuadros:

TABLA # 54
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN HABITACIÓN SIMPLE

Tipo normal	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Detalle					
Costo total	24328.38	25031.47	25754.88	26499.19	27265.02
Servicio habitación	3,805	3,856	3,902	3,943	3,978
Costo unitario	6.39	6.49	6.60	6.72	6.85
Precio de venta	10	10.79	11.64	12.56	13.55
Posible utilidad	3.61	4.30	5.04	5.84	6.70

Fuente: Costo de Producción habitación Simple

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

TABLA # 55

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN HABITACIÓN ESPECIAL

Tipo especial	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Detalle					
Costo total	24,354	25,058	25,782	26,528	27,294
Servicio habitación	3,805	3,856	3,902	3,943	3,978
Costo unitario	6.40	6.50	6.61	6.73	6.86
Precio de venta	18	19.42	20.95	22.61	24.39
Posible utilidad	11.60	12.92	14.35	15.88	17.53

Fuente: Costo de Producción Habitación Especial

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En los cuadros de los costos unitarios de producción del servicio, claramente establece en las proyecciones desde el año 1 al año 5 respectivamente los costos totales cada año van en aumento debido a la variación de la inflación y la producción q va en aumento normalmente, acorde a ello el precio de venta varia y por ende también el precio de venta aumenta un tanto según el tipo de producción y la posible utilidad crece cada año, lo cual representa que el precio de venta está al alcance para los diferentes tipos de clientes ya que no varía en gran medida los precios de venta son módicos y con ello la entidad también logrará obtener utilidades moderadamente.

3.5.7. Determinación de Ingresos

Se determina con el fin de alcanzar una cantidad determinada de ingresos según las ventas o ingresos proyectados y cumplir con los objetivos planteados por la entidad.

3.5.7.1. Ingresos Anuales Proyectados

TABLA # 56
INGRESOS PROYECTADOS

Tipo de habitaciones	N de clientes	Precios	Total ingresos
Año 1			
Tipo normal	3.805	10,00	38050,80
Tipo especial	3.805	18,00	68491,44
Total	7.610		106542,24
Año 2			
Tipo normal	3.856	10,79	41603,89
Tipo especial	3.856	19,42	74887,01
Total	7.712		116490,90
Año 3			
Tipo normal	3.902	11,64	45420,50
Tipo especial	3.902	20,95	81756,89
Total	7.804		127177,39
Año 4			
Tipo normal	3.943	12,56	49519,96
Tipo especial	3.943	22,61	89135,92
Total	7.886		138655,88
Año 5			
Tipo normal	3.978	13,55	53903,35
Tipo especial	3.978	24,39	97026,03
Total	7.956		150929,38

Fuente: Cuadros de Costos Unitarios de Producción

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

$$I = Q \times P$$

Dónde:

I= INGRESO POR VENTA.

Q=CANTIDAD DE AJUARES OFRECIDOS.

P= PRECIO DE VENTA.

Los ingresos que la empresa podrá percibir durante los 5 años para cada tipo de producción de habitación se detallan a continuación:

Los ingresos proyectados fueron establecidos inicialmente acorde a los precios de la competencia y al precio de venta calculado anteriormente de los cuadros unitarios de producción con ello se determinaron precios módicos según el tipo de producción del

servicio para lograr obtener una utilidad los mismos que ayuden a solventar los gastos de la producción de cada año correspondiente al proyecto.

3.5.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio en si permitirá que los dos tipos de producción alcance un nivel equilibrado tanto en su producción como en sus utilidades o ganancias de forma que la entidad no gane ni pierda y se mantenga estable en el mercado.

3.5.8.1. En Términos Monetarios (Costos Totales)

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{1- COSTO VARIABLE TOTAL}} \text{ INGRESO POR VENTAS}$$

TABLA # 57
PUNTO DE EQUILIBRIO HABITACIÓN NORMAL

	Años				
Detalle	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	38050.80	41603.89	45420.50	49519.96	53903.35
Costo total	24328.38	25031.47	25754.88	26499.19	27265.02
Costos fijos	23429.15	24106.25	24802.92	25519.72	26257.24
Costos variables	899.23	925.22	951.96	979.47	1007.77
Precio de venta	10.00	10.79	11.64	12.56	13.55
P.E. monetario	23,996.23	24,654.54	25,333.89	26,034.67	26,757.50
P. E. Físico	2400	2285	2176	2073	1975

Fuente: Cuadro Costo De Producción
Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.5.8.2. En Unidades Físicas (Clientes).

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{P.E. MONETARIO}}{\text{PRECIO DE VENTA}}$$

TABLA#58
PUNTO DE EQUILIBRIO HABITACION ESPECIAL

Años					
Detalle	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	68491.44	74887.01	81756.89	89135.92	97026.03
Costo total	24354.38	25058.22	25782.40	26527.51	27294.16
Costos fijos	23455.15	24133.00	24830.44	25548.04	26286.38
Costos variables	899.23	925.22	951.96	979.47	1007.77
Precio de venta	18.00	19.42	20.95	22.61	24.39
P.E. monetario	23,767.19	24,434.89	25,122.97	25,831.90	26,562.28
P. E. Físico	1320	1258	1199	1143	1089

Fuente: Cuadro costo de Producción.

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

GRAFICO #31
PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL



Elaborado por: La Autora del Proyecto.

El punto de equilibrio hallado para la primera producción de la habitación simple da como resultado en términos monetarios \$23,996.23dólares para el año y la segunda producción de la habitación especial de \$23,767.19dólares permitiendo a la entidad mantener la producción y los ingresos de ventas en un nivel adecuado.

Como se puede apreciar el volumen de ventas sobrepasa a los costos totales identificando un punto de equilibrio de 11094\$ en ventas con un costo total de producción de 1469 \$ en el que el margen de utilidad a percibir será de 9624.90\$

3.5.9. Estados Financieros

3.5.9.1 Estado de Resultados (Proforma).

El estado de Resultados elaborado para la entidad “**ROMANCE MOTEL**” permitirá conocer las utilidades que podrá alcanzar los socios o accionistas en el periodo contable, una vez cumplido con todos los impuestos y gastos incurridos por la entidad hacia los trabajadores y el estado, dichos valores se hallado mediante la proyección de los cuadros anteriores.

TABLA # 59
ESTADO DE RESULTADOS.

CUENTA	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Servicios Prestados	106542.2 4	116490.9 0	127177.3 9	138655.8 8	150929.3 8
EGRESOS					
Costo de producción	24967.47	25689.03	26431.44	27195.31	27981.26
Materia prima directa		0	0,00	0,00	0,00
Mano de obra directa	19,116.0 0	19,668.4 5	20,236.8 7	20,821.7 2	21423.46
Costos generales de fabricación	5851.47	6020.58	6194.57	6373.60	6557.79
UTILIDAD FRUTA	81574.77	90801.87	100745.9 5	111460.5 7	122948.1 2
Gastos de operación					
Gastos administrativos y de ventas	14172.00	14581.57	15006.25	15439.93	15886.15
UTILIDAD OPERACIONAL	67402.77	76220.30	85739.70	96020.64	107061.9 8
Gastos financieros					
Intereses	7770.82	6216.66	4662.49	3108.33	1554.16
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	59,631.9 5	70,003.6 4	81,077.2 0	92,912.3 1	105,507.8 1
15% de participación	8944.79	10500.55	12161.58	13936.85	15826.17
Trabajadores					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	50687.15	59503.10	68915.62	78975.46	89681.64
Impuesto a la renta 25%	12671.79	14875.77	17228.91	19743.87	22420.41
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	38015.37	44627.32	51686.72	59231.60	67261.23
5% reserva legal	1900.77	2231.37	2584.34	2961.58	3363.06
UTILIDAD DEL EJERCICIO	36114.60	42395.96	49102.38	56270.02	63898.17

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: La Autora del Proyecto

Como se demuestra para el primer año “ROMANCE MOTEL” la utilidad del ejercicio se proyecta la cantidad de 36114.60 \$una cifra considerable, que a medida del transcurso del quinto año la cifra podrá ascender a la cantidad 63898.17 \$cifra aún más alta, que significa que el negocio habrá prosperado significativamente.

3.5.9.2 Estado de Situación Financiera (Proforma)

3.5.9.2 Estado de Situación Financiera (Proforma)

TABLA # 60
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

CUENTA	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	38908.16	193830.9	367027.63	560051.23	774586.6	877109.51
Disponible						
Caja- bancos	38908.16	193830.9	367027.63	560051.23	774586.6	877109.51
ACTIVO FIJO	152,960.88	130,897.74	125,087.15	119,279.19	113,473.91	107,671.41
No Depreciable						
Terrenos	41250	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00
Depreciable						
Edificios y Construcciones	82750	79440	76130	72820	69510	66200
Maquinaria y equipo	7711.38	6940.24	6169.1	5397.97	4626.83	3855.69
Muebles y enseres	6201	5580.9	4960.8	4340.7	3720.60	3100.5
menaje	3,048.50	3136.60165	3,227.25	3320.52	3,416.48	3515.22
Vehículo	12000	10800	9600	8400	7200	6000
OTROS ACTIVOS	16,278.04	12900.5	9675.37	6450.25	3225.12	0
Diferidos						
Gastos de constitución	790	632	474	316	158	0
Imprevistos	7,648.04	5996.5	4497.37	2998.25	1499.12	0
Intereses preoperativos	7840	6272	4704	3136	1568	0
TOTAL ACTIVO	208147.084	337629.1417	501790.1494	685780.6669	891285.6299	984780.92
PASIVO						
A corto plazo						
15% Participación trabajadores	0	8934,42	10492,25	12155,35	13932,70	15824,10
25% Impuesto renta por pagar	0	12657,09	14864,01	17220,09	19737,99	22417,47
Intereses por pagar	0	7770.82	6216.66	4662.49	3108.33	1554.16
A largo plazo						
Documentos por pagar	69,382.36	55,505.89	41,629.42	27,752.94	13,876.47	0
TOTAL PASIVO	69382.36	63276.71	47846.08	32415.44	16984.80	1554.16
PATRIMONIO						
Capital social	138764.72	138764.72	138764.72	138764.72	138764.72	138764.72
utilidad del ejercicio	0.00	36114.60	78510.55	127612.93	183882.95	247781.12
utilidad acumulada	0.00	99473.11	236668.80	386987.57	551653.15	596680.91
TOTAL PATRIMONIO	138764.72	274352.43	453944.07	653365.23	874300.83	983226.75
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	208147.08	337629.14	501790.15	685780.67	891285.63	984780.92

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

El estado de Situación financiera para “ROMANCE MOTEL” determina el estado de situación económica que podrá ser desde el primer año de su prestación de servicios, el cual se detalló el total activos o ingresos y total pasivos o gastos en que

la entidad incurrirá durante todo el trayecto de vida del proyecto del plan de negocio proyectado para los 5 primeros años. Como se determinó para el primer año el Total Pasivo y Patrimonio podrá ser de \$337629.14 que respectivamente cada año irá en aumento según los gastos e ingresos alcanzados.

3.5.9.3. Flujo de Caja (Proforma)

Permitirá dar a conocer detalladamente la cantidad líquida real que contará la entidad cada año, de esa forma tomar decisiones a futuro sobre nuevas inversiones a futuro o para poder solventar algún imprevisto en el momento dado.

TABLA # 61
FLUJO DE EFECTIVO (PROFORMA)

	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	0.00					
Activo fijo	152,960.88					
activo diferido	16278.04					
capital de trabajo	38908.16					
total inversión inicial	208147.08					
INGRESO		106542.24	116490.90	127177.39	138655.88	150929.38
COSTO DE PRODUCCION		24967.47	25689.03	26431.44	27195.31	27981.26
UTILIDAD BRUTA		81574.8	90801.9	100745.9	111460.6	122948.1
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		14172.00	14581.57	15006.25	15439.93	15886.15
UTILIDAD OPERACIONAL		67402.8	76220.3	85739.7	96020.6	107062.0
GASTOS FINANCIEROS		7770.82	6216.66	4662.49	3108.33	1554.16
UTILIDAD NETA		59631.9	70003.6	81077.2	92912.3	105507.8
Depreciaciones		6539.89	6539.89	6539.89	6539.89	6539.89
Amortizaciones		7840.00	7840.00	7840.00	7840.00	7840.00
FLUJO DE EFECTIVO	-	74011.8	84383.5	95457.1	107292.2	119887.7
	208147.08					

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En el cuadro del flujo de caja se ha determinado que para el primer año la entidad podrá tener en efectivo **\$193.830,90** cifra muy significativa que con respecto al quinto año la cifra podrá incrementar muy considerablemente a **\$ 877.109,51** cifras muy atractivas para los inversionistas del proyecto.

3.5.10. Evaluación Financiera.

Permitirá evaluar el proyecto para la determinación de la factibilidad del plan

3.5.10.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

El TMAR es el porcentaje mínimo que los accionistas y prestatarios esperan obtener de ganancia por la inversión realizada en el proyecto, mediante el cálculo de la siguiente fórmula se aplica de la siguiente manera:

TMAR: (Promedio de tasa activa + Promedio de tasa pasiva)/2+ % Riesgo negocio).

TMAR: (8,17%+4,53%)/2+ (5%)

TMAR: 11,35%.

El resultado de la TMAR es de 11,35% que esperan los inversionistas poder recuperar la inversión realizada en dicho proyecto.

3.5.10.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN permite conocer la ganancia o pérdida en valores monetarios una vez recuperada la inversión en el tiempo presente, cuando su resultado se efectúe positivo tendrá utilidades más de lo invertido en el proyecto, para el cálculo se lo ha determinado mediante la siguiente formula:

$$VAN = \frac{\sum 1FE_0}{(1+i)^0} + \frac{1FE_1}{(1+i)^1} + \frac{1FE_n}{(1+i)^2} + \frac{1FE_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

FE = FLUJOS DE EFECTIVO DESDE AÑO 0.

N = AÑOS DE VIDA ÚTIL.

(1+I) = FACTOR DE ACTUALIZACIÓN.

I = TASA DE DESCUENTO EN BASE A UNA TMAR (TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO).

**TABLA #62
VALOR ACTUAL NETO (VAN 1)**

Años	Flujo de efectivo	Factor de actualización	Flujo de efectivo actualizados	Flujo de efectivo actualizados acumulados
0	-208,147.08	1	-208147.08	-208147.08
1	74011.83	0.898	66467.74	-274614.83
2	84383.53	0.807	68057.70	-342672.53
3	95457.09	0.724	69141.30	411813.82
4	107292.20	0.650	69792.26	481606.08
5	119887.70	0.584	70036.35	551642.44

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

En el respectivo cálculo del VAN 1 se demuestra claramente que el valor es positivo, 551642.44 \$ determinando que la recuperación de la inversión inicial se dará más de lo invertido lo que significa que el proyecto es aceptado y deberá efectuarse dicho plan propuesto.

3.5.10.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que determina al VAN=0 y calcula el porcentaje de rentabilidad que obtendrán los inversionistas del total de la inversión realizada en el proyecto, la fórmula es la siguiente:

$$\text{TIR} = r^2 + f(x) = \left\{ \binom{n}{k} (r_2 | -r_1) * \frac{VAN_1}{VAN_{2-} - VAN_2} \right\}$$

Dónde:

r1 = Tasa de descuento 1.

r2 = Tasa de descuento 2.

VAN1 = Primer Valor Actual Neto.

VAN2 = Segundo Valor Actual Neto.

TABLA # 63

VALOR ACTUAL NETO (VAN2)

Años	Flujo de efectivo	Factor de actualización	Flujo de efectivo actualizados	Flujo de efectivo actualizados acumulados
0	-208,147.08	1	-208147.08	-208147.08
1	74011.83	0.875	64786.27	-272933.35
2	84383.53	0.766	64657.86	-337591.21
3	95457.09	0.671	64025.59	401616.80
4	107292.20	0.587	62993.45	464610.25
5	119887.70	0.514	61614.60	526224.85

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

Para el cálculo del índice de la TIR se determina el promedio de la tasa activa y tasa pasiva dividido para 2 más el porcentaje de riesgo y más el promedio del porcentaje promedio de la inflación y se obtuvo el 14,24% que permitió calcular el VAN2 de **\$526224.85 USD** el cual es positivo y mayor que 0, y demuestra que el negocio podrá ser muy rentable.

r1 = 11,35

r2 = 14,24%

VAN1 = 551642.44

VAN2 = 526224.85

$$\text{TIR} = 0,1424 + (0,1424 - 0,1135) * \frac{551642.44}{551642.44 - 526224.85}$$

$$\text{TIR} = 0,1424 + (0,289 * 21.703)$$

$$\text{TIR} = 0,1424 + 0.62$$

$$\text{TIR} = 0.7696 * 100$$

$$\text{TIR} = \mathbf{76.96\%}$$

El cálculo del TIR es de 76.96% que representa un valor mayor que la tasa activa y pasiva más el riesgo y el costo de oportunidad de 11,35% demostrando una vez más que el negocio será rentable.

3.5.10.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Mediante este índice del PRI se podrá medir la liquidez del proyecto y permite predecir el riesgo que podría presentarse en el corto plazo para tomar decisiones acertadas, permite medir el tiempo requerido para que los flujos netos de la inversión pueda recuperar los costos incurridos en la inversión inicial.

La fórmula se demuestra de la siguiente forma:

$$\text{PRI} = \frac{\text{AÑO ULTIMO FLUJO} + \text{PRIMER FLUJO DE EFECTIVO ACUM POSITIVO}}{\text{INVERSIÓN INICIAL TOTAL ACTUAL ACUM.}}$$

$$\text{PRI} = 2 + \frac{213.683,71}{204.946,16}$$

$$\text{PRI} = 2 + 1.978475147$$

$$\text{PRI} = 3,9784$$

$$\text{PRI} = \mathbf{3 \text{ años, 9 meses, 7 días}}$$

El proyecto podrá recuperar la inversión en los 3 años, 9 meses, 7 días, del tiempo que está dentro de los 5 años de duración del plan de negocio, lo cual demuestra que antes de que se cumpla el plazo del proyecto establecido se habrá recuperado la totalidad de la inversión realizada.

3.5.10.5 Relación Beneficio – Costo (RB/C)

La relación Beneficio/Costo, demuestra que el negocio es aceptado si el resultado es mayor o igual que 0, demostrando que la inversión es recuperable y por ende es viable el proyecto de inversión para llevar a cabo su ejecución.

$$R C / B = \frac{\text{INGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS TOTALES ACTUALIZADOS.}}$$

$$R C / B = 2,61$$

La Relación del Beneficio costo demuestra que la entidad por cada dólar que gaste obtendrá **\$2,60 dólares** de ganancia que significa que el proyecto es factible.

3.5.11. Razones Financieras

TABLA #64
RAZONES FINANCIERAS

Razón	Formula	Valor
Rotación de activos fijos	Ventas/ activos fijos	0.81
Rendimiento del patrimonio	Utilidad Neta/Patrimonio*100	13.16
Razón corriente	Activo corriente /pasivo corriente	3
Endeudamiento total	Pasivo /patrimonio	0.33

Elaborado por: La Autora del Proyecto.

3.5.11.1. Apalancamiento Financiero

Apalancamiento= Total Activos/ Patrimonio

Apalancamiento= 33.7629,14/274.352,43 = 1,23

La empresa presenta una rotación de activos de 0.813 veces al año en donde el rendimiento del patrimonio se presentara con 13.16% el nivel de endeudamiento total de compromiso de patrimonio con los acreedores es de 0.33 es decir que la empresa requiere 33% de apalancamiento financiero para mantenerse operando a lo que se aplica a mayor grado de endeudamiento mayor riesgo.

3.6. CONCLUSIONES:

Al finalizar con la realización del plan de negocio para la creación de un motel se determina las siguientes conclusiones:

- La realización del Capítulo I acerca de la Fundamentación Teórica, permitió investigar varios conceptos de algunos autores para determinar un propio análisis de las teorías para el desarrollo de cada etapa del desarrollo del plan de negocio.
- Se pudo conocer que en la población del cantón Latacunga, específicamente en los sectores rurales cercanos al centro de la ciudad, los pocos alojamientos de corta duración existentes actualmente no son suficientes al momento que son requeridos por las personas demandantes del servicio.
- En el Capítulo II el factor clave que se pudo determinar para poder dirigir el servicio a los posibles clientes potenciales, fue el cálculo de la demanda insatisfecha que se determinó con el 74% de aceptación del servicio según datos de la encuesta aplicada a los clientes.
- Para la inversión inicial del proyecto se requerirá de una suma muy considerable de dinero de \$208147.08 dólares, esta inversión será cubierta por 2 inversionistas que aportaran con un capital propio de 69382.36 \$ cada uno y el resto que es de similar valor se solicitará a una entidad financiera para cubrir lo que falta para la inversión del proyecto.
- La evaluación financiera del proyecto presento datos importantes como del VAN de \$551642.44 positivo y la TIR de 76.96% sobre la oportunidad con un periodo de recuperación de 3 años 9 mese 7 días y un beneficio de la inversión sobre el costo de operación de 2 ,61 dólares americanos lo que estima al proyecto totalmente factible para su creación.

➤ Según el art. 39,y 40 de la ley de turismo para que los alojamientos turísticos funcionen legalmente se deberá a realizar los trámites y pagos legales todos los prestadores de servicios turísticos que cuenten o no con registro y Licencia Única Anual de Funcionamiento.

➤ El motel es una entidad que genera economía que aporta al desarrollo económico, social , turístico y de la industria motelera, y también generadora de fuentes de empleo.

3.7. RECOMENDACIONES:

➤ El proyecto una vez concluido, siempre deberá tener una visión hacia el mejoramiento de la calidad del servicio, en la innovación de nuevos servicios adicionales acorde a las nuevas necesidades que puedan presentarse a futuro.

➤ Capacitación al personal para el aporte del mejoramiento continuo de los servicios que brinde la entidad a los clientes.

➤ Realizar nuevas reinversiones con el fin de mejorar la infraestructura, recursos tecnológicos, y económicos, demostrando ser competitivo.

➤ Lograr un pronto posicionamiento en el mercado mediante la publicidad masiva realizada en los diferentes medios de comunicación como en radio, televisión, redes sociales creación de página web y dar a conocer sobre el nuevo servicio que oferta la entidad no solamente dirigido hacia el sector sino también a más sectores de la ciudad para lograr mejor acogida.

➤ Determinar una infraestructura adecuada y bien organizada para una mejor presentación de la entidad y por ende de los servicios ofrecidos para el cliente.

➤ Contar con todas las medidas de seguridad y de protección para el bienestar tanto de los clientes, personal de la entidad así como también para las instalaciones de la entidad.

Implementar nuevos proyectos similares en la ciudad de Latacunga a fin de aportar con la economía y con más fuentes de empleo en la población

3.8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

3.8.1 Citada:

- ✓ **KOONTZ Harold y Heinz Weihrich** Administración. S.L.: Primera edición, 2009. PÁG.08
- ✓ **HITT Michael**, Administración Organizacional. S.L.: Segunda edición, (2009). pág.8.
- ✓ **PONCE, Agustín**, Administración Edición Quinta (2009) Pág. 230.
- ✓ **COULTER, Robbins,Rodriguez, Huerta, AMARU, VARELA, y JONES**, Administración – Un empresario Competitivo, Segunda Edición, (2011), Pág. 5,6,105
- ✓ **SIERRA, Hernán**, Administración de Etapas de la Administración Cuarta Edición (2009) Pág. 148.
- ✓ **DE LA MORA**, Maurice Fundamentos de la Administración, (2010), Pág. 223
- ✓ **Donald F. Kuratko**, Emprendimiento Edición Quinta (2008) Pág. 17
- ✓ **SILVA ,Enrique**, Emprendimiento Edición Tercera (2008),” Pág. 29, 31,39
- ✓ **WEINGERBER, Karen**, Plan de Negocio Edición (2009) Pág. 33-43.
- ✓ **BACA U., Gabriel**, Evaluación de Proyectos. Quinta Edición, Editorial Mc Graw Hill,México (2006) Pág. 7-10,49.
- ✓ **MORALES Galo**, Manual Para El Desarrollo De Proyectos Sociales; Primera Edición; Imprenta Grafisa; Quito – Ecuador (2010), Pág. 27,47
- ✓ **NUÑEZ, Rafael**, Manual para la Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Editorial Trillas. México. (2007) Pág. 50,65,66,104.
- ✓ **SAPAG, Nassir**, Manual Para El Desarrollo De Proyectos Sociales; Primera Edición 2008; Quito – Ecuador Pág. 25,5,6,30.
- ✓ **MORALES, Arturo y MORALES, José** Proyectos de Inversión, Evaluación y formulación”.1ra.ed. McGraw-Hill (2009) Pág. 55, 203,164

3.8.2 Consultada:

- ✓ Nareshk Malhotra. Investigación de mercado. Quinta edición 2008
- ✓ Rafael Alcraz El Emprendedor de éxito tercera edición 2010.

3.8.3 Virtual:

- ✓ Google.http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- ✓ Google.file:///C:/Users/USERS/Downloads/Ley_de_compa%C3%B1%C3%AAs.pdf
- ✓ Google.<http://listas.asle.ec/pipermail/asociacion/attachments/20101109/e797e5f9/attachment.pdf>
- ✓ Google.<http://documentos.mideplan.go.cr/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/6a88ebe4-da9f-4b6a-b366-425dd6371a97/guia-elaboracion-diagramas-flujo-2009.pdf>

3.9 ANEXOS.



ANEXO # 1 ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI ENCUESTA DIRIGIDA AL CANTÓN LATACUNGA PLAN DE NEGOCIO

OBJETIVO: Identificar el nivel de aceptación que tendrá la creación de un nuevo motel, e identificar cuáles son los gustos y preferencias, mediante la siguiente encuesta aplicada a las personas que solicitan este tipo de servicio y determinar los nuevos servicios para los posibles clientes de la ciudad de Latacunga en el año 2014.

Seleccione con una x la opción que usted considera la más cierta posible para la investigación realizada.

¿A visitado alguna vez en su vida un alojamiento de paso o un Motel ?

SI

NO

1.- ¿?

Si No

2.- ¿Cuál de los siguientes alojamientos de paso usted a visitado más, dentro de la ciudad de Latacunga?

- a) Motel Tekendama
- b) Los Sauces
- c) Las Cabañas
- d) Motel "Venus"
- e) Motel El Refugio
- f) La Naranja Azul
- g) Cabañas Motel Heros
- h) Motel El Mirador

i) Ninguno

3.- ¿En caso de crearse un alojamiento de paso en la ciudad de Latacunga en el Barrio Tapalán Vía Culahuango, usted estaría dispuesto (a) a hacer uso de sus diferentes servicios.?

Si No

4.- ¿Qué calificación daría a los servicios emitidos por los diferentes alojamientos de paso que usted a visitado?

a) Excelente
b) Bueno
c) Malo
d) Regular

5.- ¿Cuál de los siguientes factores usted toma en cuenta al momento de decidir visitar un alojamiento de paso?

a) Ubicación
b) precio
c) Calidad en el servicio

6.- Pregunta ¿Con que frecuencia decidiera usted hospedarse en un alojamiento de paso?

a) Una vez por semana
b) Cada 15 días
c) Una vez al mes
d) Fechas especiales

7.- Pregunta .- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse acerca de los servicios que podría ofrecer el nuevo alojamiento?

- a) internet
- b) Televisión
- c) Radio
- d) Tarjetas de presentación

PREGUNTA # 8.- ¿Qué valor monetario estaría dispuesto (a) a pagar por los servicios que ofertare el motel por una noche de hospedaje?

- a) De 5 a 10
- b) De 11 a 16
- c) De 17 a 22
- d) De 23 a 28

Pregunta # 9.- ¿Qué servicio complementario prefiere usted que este a su disposición al momento de elegir un alojamiento de paso?

- a) Mini bar
- b) Tv satelital
- c) Servicio de transporte
- d) Jacuzzi
- e) Otros

10.¿De qué estilo seleccionaría que fuesen las habitaciones?

- a) Clásico
- b) Moderno
- c) Extrovertido
- d) Rustico

11.- ¿A qué desarrollo cree que contribuirá la implementación de un alojamiento de paso o Motel en el sector de Tapalán?

- a) Desarrollo turístico
- b) Desarrollo social
- c) Desarrollo económico
- d) Desarrollo en la industria motelera

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 02 ENTREVISTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENCUESTA DIRIGIDA A REPRESENTANTES DE MOTELES DE LA CIUDAD LATACUNGA

Sírvase responder a las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible. Por Favor.

Nombre del propietario:.....
Dirección:.....
Nombre del Negocio:.....

1.- ¿Cuánto tiempo aproximadamente tiene funcionando el negocio?

.....
.....

2.- Cree usted que su negocio es el más reconocido o el más visitado porque?

.....
.....
.....

3.- Qué estilo tiene el motel para el servicio que ofrece (clásico moderno, rustico, extrovertido)

.....
.....

4.- ¿Qué servicio adicional es el más importante que ofrece el motel a los clientes, que se diferencia de su competencia?

.....
.....
.....

5.- ¿Durante todo el año 2009 , cuantas personas aproximadamente llegaron a hacer uso de los servicios, y durante el año 2013 ha aumentado o a disminuido?

Año 2009.....

Año 2013.....

6.- ¿Cuáles son los costos aproximados que tienen las habitaciones de su motel?

El valor más alto.....

El valor más bajo.....

7.- ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para dar a conocer los servicios que presta su motel? ¿Por qué?

.....
.....
.....
.....

8.- ¿En qué época del año su motel acoge más clientes?

.....
.....

9.- ¿Cuáles son sus perspectivas para su negocio en un futuro no tan lejano

.....
.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**ANEXO # 03 REQUERIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS**

<p>Televisor LCD de 32'</p> 	<p>Central Telefónica Panasonic</p> 	<p>Computadora de escritorio <u>Led 20' cyber</u></p> 
<p>Decodificador para tv satelital</p> 	<p>Impresora 151pson l210</p> 	<p>Lavadora</p> 
<p>Extintor</p> 	<p>Plancha a vapor</p> 	<p>Refrigeradora electrolux</p> 
<p>Calefón aquality</p> 	<p>Bomba de agua</p> 	<p>Carrito de limpieza para menaje de cama</p> 
<p>Carrito de limpieza</p> 	<p>Secadora</p> 	<p>Equipo de limpieza</p> 

ANEXO # 04

REQUISITOS PARA LA CONSTITUCION LEGAL DE LA COMPANIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Para la constitución del motel como Compañía de Responsabilidad Limitada según lo que establece la superintendencia de compañías se deberá realizar los siguientes pasos legales para cumplir con los trámites pertinentes y concluir con la legalización del establecimiento.

PASOS LEGALES

Para la correspondiente obtención del Certificado de Registro y Licencia Única de Funcionamiento, el establecimiento turístico deberá presentar la solicitud al Ministerio de Turismo o a la Dirección Regional Correspondiente.

Para lo cual se debe presentar la siguiente documentación para llevar a cabo la solicitud:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del RUC.
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación
- 6 Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPi.

7. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

8. Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)

9. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

Para el proceso de la administración tributaria las personas naturales o sociedades que sean sujetas de obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, que es un documento con el cual se puede realizar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en el mismo.

INSCRIPCIÓN A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍA

Del Ministerio de Turismo.- Si la compañía ha incluido en el nombre con que vaya a girar las palabras “turístico”, “turismo”, o cualquier otra derivada de ellas, sola o asociada con las palabras “parador”, “nacional”, “provincial”, “regional”, “servicio”, “transporte” y otras típicamente inherentes al sector turístico, se deberá obtener la autorización correspondiente del Ministerio de Turismo para el registro y uso de tales términos, en razón de ser reservados para tales dependencias oficiales de turismo. Así lo dispone el Art. 51 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico.

El Ministerio de Turismo delegará a una persona, la cual visitará el establecimiento y hará la categorización, de acuerdo a esta se pagará una cantidad de dinero.

AFILIACIÓN AL CAPTUR

A la Cámara Provincial de Turismo.- Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional.

Se debe llenar el formulario de solicitud a la CAPTUR, y entregarlo con los siguientes documentos:

Personas Naturales

- Copia del RUC.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia de la Cédula de Identidad del representante legal. En el caso de los extranjeros, copia del permiso del ejercer la actividad turística en el país.
- Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado)

Personas Jurídicas

- Copia del nombramiento de Gerente o Presidente.
- Copia del RUC.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia del último aumento de capital (si hubiese alguno)
- Copia de la Escritura de constitución de la compañía.

- Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado)

LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio y cancelará:

- Patente Municipal
- Tasa de Turismo
- Aporte Anual a CAPTUR Cotopaxi
- Permiso de Bomberos.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

En estas Ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

Requisitos:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- 2.- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Permiso de Uso de Suelo,
- 4.- Copia del RUC (si hubieren cambios, el RUC actualizado)

También se debe obtener los debidos permisos y realizar los respectivos pagos para un adecuado funcionamiento responsable y legal como:

PERMISO SANITARIO

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario.

Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Requisitos

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud, lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

PATENTE MUNICIPAL

Obligación: Obtener el permiso de Patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

Base Legal: Ley de Régimen Municipal

Requisitos:

- Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
- Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
- Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
- Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
- Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).
- R.U.C

BOMBEROS

Obligación: Pagar este permiso anualmente los propietarios de establecimientos comerciales.

Plazo: hasta 31 de marzo de cada año, establecimientos turísticos.

CONTRIBUCIÓN 1 X MIL A LOS ACTIVOS FIJOS (FMPTE)

Obligación: Pagar mediante depósito en cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística, la contribución del 1 por mil a los activos fijos.

Plazo: hasta el 31 de julio de cada año.

Base Legal: Ley de Turismo, artículos 39 y 40.

Según la Ley de Turismo, en su Art. 39 y 40 se establece que para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, cuyo patrimonio autónomo contará con algunos

ingresos, entre ellos: La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo.

Están obligados a realizar los trámites y pagos legales todos los prestadores de servicios turísticos que cuenten o no con registro y Licencia Única Anual de Funcionamiento actualizados para la prestación de servicios turísticos; es decir, contribuyentes que se dediquen a la explotación de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, transportes y establecimientos de animación y entretenimiento.

ANEXO # 05 IMÁGENES DEL TERRENO





ANEXO # 6

DISEÑO DE LAS HABITACIONES SIMPLE

