UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

"Factibildad para la creación de un hotel en la Parroquia Chito, Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe"

TESIS PREVIA A OPTAR EL TITULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTORA:

Jhoana Elizabeth Urrego Jiménez

DIRECTORA:

Ing. Rocío del Carmen Toral M.A.E

LOJA - ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

Dra. Roció del Carmen Toral Tinitina

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Haber dirigido y revisado el proceso de investigación realizado por la autora: Jhoana Elizabeth Urrego Jiménez, en la ejecución del presente trabajo denominado **"FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA PARROQUIA CHITO, CANTÓN CHINCHIPE, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"** el mismo que cumple con los requerimientos establecidos por la Universidad, en los aspectos de fondo y forma por lo cual autorizo su presentación para los fines legales establecidos.

Loja, diciembre de 2016

Atentamente

.....

Dra. Roció del Carmen Toral Tinitina

DIRECTORA DE TESIS

AUTORIA

Yo, Jhoana Elizabeth Urrego Jiménez, declaro ser la autora el presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Así mismo acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Bibliotecario Virtual.

AUTORA: Jhoana Elizabeth Urrego Jiménez

FIRMA: .....

Cedula: 1105161812

Fecha: Loja, enero del 2017.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Jhoana Elizabeth Urrego Jiménez, declaro ser autora de la tesis titulada: "**FACTIBILDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA PARROQUIA CHITO, CANTÓN CHINCHIPE, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE",** Como requisito para optar al grado de **Ingeniera en Administración de Empresas** autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 18 días del mes de enero del 2017, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTORA: Jhoana Elizabeth Urrego Jiménez

CÉDULA: 1105161812

DIRECCIÓN: Loja, Barrio Los Cocos, Calles Manuel Zambrano y Kennedy

CORREO ELECTRÓNICO: jhoanaurrego22-@outlook.es

TELÉFONO: 0994549615

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana M.A.E

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Manuel Pasaca Mora Mg,Sc	**(Presidente)**
Ing. Víctor Ríos Salinas Mg,Sc	**(Vocal)**
Ing. Jimmy Jumbo Valladolid Mg.Sc	**(Vocal)**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis principalmente a Dios por permitirme continuar existiendo y darme la fuerza espiritual para superar todos los obstáculos que se presentaron a lo largo de mi formación profesional.

A mis padres por ser las personas que me dieron la vida y que me apoyaron con amor y paciencia, ya que sin su ayuda no hubiera cumplido mis objetivos, estaré siempre en deuda con ellos.

A mis hermanos(as), a mi ángel guardián mi querido hermano (+), amigos(as) y a mi querida hija Romina y demás personas que de una manera estuvieron siempre apoyándome durante este camino.

JHOANA ELIZABETH URREGO JIMÉNEZ

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, especialmente a la Carrera de Administración de Empresas por haberme permitido realizar mis estudios superiores con éxito en dicha institución.

A la Ing. Rocío Toral Directora de Tesis, quien me supo dirigir en el trascurso de este tiempo para el desarrollo de la tesis.

JHOANA ELIZABETH URREGO JIMÉNEZ

a. TITULO

“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA PARROQUIA CHITO, CANTÓN CHINCHIPE, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

b. RESUMEN

El presente proyecto titulado “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA PARROQUIA CHITO, CANTÓN CHINCHIPE, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”, propone la idea de invertir en la creación de un Hotel como solución a la problemática de la falta de infraestructura, (hoteles) en la parroquia Chito.

El objetivo principal de la investigación, es realizar un estudio de factibilidad para la creación de un hotel en la parroquia Chito. Con la creación de este hotel, se pretende promocionar el turismo de dicha parroquia, generando así más fuentes de empleo e incentivando el turismo.

Para la estructuración y desarrollo del proyecto de investigación fue necesaria la aplicación de diferentes métodos y técnicas los cuales ayudaron al desarrollo del mismo en diferentes aspectos como la realización del marco referencial del tema planteado, desde las entrevistas y encuestas personales, lograr generalizar comportamientos o aptitudes entre los actores de la actividad turística, se realizó también el análisis de los resultados obtenidos en el estudio de Mercado, permitiendo reconocer y determinar los gustos y preferencias de los clientes y demás características, en las cuales se debe basar para ofertar sus servicios turísticos y final mente pudimos realizar cálculos correspondientes al análisis financieros y estudio financiero.

Dentro del estudio de mercado se estableció el segmento de mercado al cual van a estar dirigidos los servicios, los turistas que visitan la parroquia

Chito en el periodo 2016 (815 turistas). Actualmente el 84 % de esta demanda están utilizando los servicios turísticos (684 turistas); sin embargo, de este porcentaje un 100% está realmente interesado en hacer uso del servicio a ofertar (684 turistas). El HOTEL SAN ANTONIO CIA. LTDA se encontrará ubicado en la parroquia Chito, Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe. La capacidad instalada del proyecto fue determinada en base a las instalaciones que dispondrá el hotel para atender a su clientela tendrá una capacidad de 6.656personas anualmente. Se determinó los procesos a ejecutar para la prestación de los servicios por área: en el área de hospedaje el tiempo estimado para prestar una unidad de servicio es de 12 minutos si la reservación se hace por vía internet o telefónica y 10 minutos si se hace personalmente. Las instalaciones de la empresa se las estableció de acuerdo al servicio que ofertará el hotel; además, se concretó la distribución de la planta por área de servicio. La Empresa a crear se constituirá bajo el nombre de responsabilidad limitada, es decir, HOTEL SAN ANTONIO CIA.LTDA., integrado de 10 accionistas con el aporte de los socios de $ 98,598.33 (50%) y el otro 50% creadito a la Corporación Financiera.

Se calculó un presupuesto de inversiones, con el objetivo de determinar el requerimiento de los activos necesarios que permitirá al hotel brindar sus servicios, los activos fijos con una inversión total de $192,175.60, activos diferidos: con un total de $2,055.00, activos circulantes se necesita un capital de trabajo de $. 4.367, 74 en esencia el proyecto requerirá de una

inversión total de $198,598.33. Se lo llevará a cabo con un 50 % de capital propio y el otro 50% crédito a la Corporación Financiera.

Los costos fueron determinados en base a los requerimientos para brindar los servicios, en el cual los costos más influyentes son los costos primos conformado por mano de obra directa. Los costos fueron proyectados para los 10 años de vida útil del proyecto. Para el cálculo de los ingresos fue necesario obtener resultados de los costos unitarios por unidad de servicio, para determinar el precio de venta al público de los productos turísticos se lo realizo en base al precio de la competencia. Se determinó el precio unitario del servicio para el año 1 es de $ 15.00.

Con el Estado de Pérdidas y Ganancias se pudo conocer si la empresa incurrirá en pérdidas o utilidades a futuro, el presente estado arrojó saldos positivos, para el año 1 se presupuesta una utilidad de $99.840,00. El cálculo del punto de equilibrio se lo realizo en cuanto a la capacidad instalada y a las ventas.

El flujo de caja permitió anticipar que la empresa en un futuro no obtendrá déficit de efectivo para cubrir sus ingresos y egresos. Para el 1 año se obtuvo un resultado de $31.332,43. El cálculo del VAN facilito delimitar la rentabilidad de la inversión, es decir que el hotel ganara $ 688.03en el lapso de 10 años de vida útil del proyecto. La TIR del proyecto es del 9.21%. En el cálculo del indicador Relación Beneficio Costo se concluyó que por cada dólar invertido en el presente proyecto se ganara 60 centavos de dólar. Con respecto al incremento en los costos el proyecto soporta hasta el 21.80, por

lo tanto se tiene una sensibilidad de 0.99 y desde ese punto de vista el proyecto no es sensible y por consiguiente se puede ejecutar. En lo que respecta a los ingresos, el proyecto soporta el 13.50% de disminución, dando una sensibilidad de 0.90, lo que significa que el proyecto no es sensible y se puede ejecutar. Por ultimo en el periodo de recuperación de capital se lo hará en un plazo de 7 años, 3 meses y 29 días.

Finalmente se llega a la conclusión que el presente proyecto es factible y que constituirá una forma de inversión muy beneficiosa para los inversionistas, puesto que las ganancias a obtener serán rentables durante su vida útil.

ABSTRACT

This project entitled "FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A HOTEL IN CHITO PARK, CANTÓN CHINCHIPE, PROVINCE OF ZAMORA CHINCHIPE", proposes the idea of investing in the creation of a Hotel as a solution to the problem of lack of infrastructure, (Hotels) in the Chito parish.

The main objective of the research is to carry out a feasibility study for the creation of a hotel in the Chito parish. With the creation of this hotel, it is intended to promote the tourism of this parish, thus generating more sources of employment and encouraging tourism.

For the structuring and development of the research project it was necessary to apply different methods and techniques which helped the development of the same in different aspects such as the realization of the referential framework of the topic raised, from interviews and personal surveys, to achieve generalizations behaviors or skills Among the actors of the tourist activity, the analysis of the results obtained in the market study was also carried out, allowing to recognize and determine the tastes and preferences of the clients and other characteristics, in which they should be based to offer their tourist services and Finally we were able to perform calculations corresponding to the financial analysis and financial study.

The market segment established the market segment to which services will be directed, tourists visiting the Chito parish in the period 2016 (815 tourists). Currently 84% of this demand is using tourism services (684 tourists); However, of this percentage 100% is really interested in making

use of the service offered (684 tourists). THE HOTEL SAN ANTONIO CIA. LTDA will be located in the Chito parish, Chinchipe Canton, Province of Zamora Chinchipe. The installed capacity of the project was determined based on the facilities that the hotel will have to attend to its clientele will have a capacity of 6,656 people annually. The processes to be performed for the provision of services by area were determined: in the area of accommodation the estimated time to provide a service unit is 12 minutes if the reservation is made via internet or telephone and 10 minutes if done personally . The facilities of the company were established according to the service that will offer the hotel; In addition, the distribution of the plant by service area was determined. The Company to be created will be constituted under the name of limited liability, that is to say, HOTEL SAN ANTONIO CIA.LTDA., Integrated of 10 shareholders with the contribution of the partners of $ 98,598.33 (50%) and the other 50% creadito to the Corporation Financial.

An investment budget was calculated, with the objective of determining the requirement of the necessary assets that will allow the hotel to provide its services, fixed assets with a total investment of $ 192,175.60, deferred assets: with a total of $ 2,055.00, current assets a Working capital of $. 4.367, 74 in essence the project will require a total investment of $ 198,598.33. It will be carried out with a 50% equity and the other 50% credit to the Finance Corporation. The costs were determined based on the requirements to provide the services, in which the most influential costs are the prime costs made up of direct labor. The costs were projected for the

10-year life of the project. For the calculation of the income it was necessary to obtain results of the unit costs per unit of service, where it was possible to establish a profit margin to determine the retail price of the tourist products. It was determined the unit price of the service for year 1 is $ 15.00. With the Statement of Profit and Loss it was possible to know if the company will incur future losses or profits, the present state showed positive balances, for year 1, a profit of $ 99,840.00 was budgeted. The calculation of the break-even point was done in terms of installed capacity and sales. The cash flow allowed us to anticipate that the company in the future will not get a cash deficit to cover its income and expenses. For the 1 year, a result of $ 31,332.43 was obtained. The calculation of the NPV facilitates the delimitation of the return on investment, ie the hotel will earn $ 688.03 over the 10-year project life span. The IRR of the project is 9.21%. In calculating the Cost Benefit Ratio indicator, it was concluded that for each dollar invested in this project, it would earn 60 cents. With respect to the increase in costs the project supports until 21.80, therefore has a sensitivity of 0.99 and from that point of view the project is not sensitive and therefore can be executed. In terms of revenue, the project supports the 13.50% decrease, giving a sensitivity of 0.90, which means that the project is not sensitive and can be executed.

Finally in the period of capital recovery will be done in a Term of 7 years, 3 months and 29 days.Finally, it is concluded that the present project is feasible and will constitute a very beneficial form of investment for the investors, since the profits to be obtained will be profitable during .

c. INTRODUCCION

Chito constituye uno de los principales sectores turísticos de la Provincia de Zamora Chinchipe, su atractivo más impresionante es la flora y fauna que poseen y por sus sectores mineros que existen en el lugar, en los últimos años la afluencia de turistas (mineros).

La importancia de elaborar y ejecutar el proyecto actual, radica en la idea de fomentar el turismo en la parroquia Chito, como una nueva oportunidad y alternativa de desarrollo económico y turístico del mismo. Además, su objetivo principal se acoge a la necesidad de dar solución a la problemática por la falta de infraestructura (hoteles) en la parroquia Chito.

El presente proyecto, para un mejor entendimiento y organización se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Título el mismo que engloba la razón de ser del presente proyecto de investigación; el Resumen, el cual indica los aspectos más relevantes del proceso investigativo, en idioma español e inglés; la Introducción, aquí se hace la presentación del trabajo señalando la importancia del tema, la estructura en la que consta todo el trabajo de tesis, seguidamente se encuentra la Revisión de Literatura, donde se enfatiza todos y cada uno de los referentes teóricos en materia de proyectos de inversión, que nos propician información clara y oportuna para el desarrollo adecuado del proyecto. Dentro de la Metodología utilizada, tenemos los materiales y métodos, instrumentos que nos permitieron recopilar, analizar, sintetizar y determinar los resultados obtenidos mediante el uso de técnicas como la

encuesta y la utilización de diferentes materiales que nos ayudaron a complementar el trabajo investigativo.

Se desarrollaron cuatro estudios que en conjunto facilitaron determinar la factibilidad de inversión del proyecto, a través de: el estudio de mercado, con el análisis de la demanda y oferta; el estudio técnico, donde se determinó la ubicación especifica del hotel y los costos asociados a la ejecución de la obra; el estudio administrativo legal en donde se detalló la estructura legal de constitución y organizativa de la empresa, el estudio financiero, en el cual figura la información en forma sistemática y ordenada de carácter monetario, y finalmente la evaluación financiera donde se concluyó con cálculos de la discusión, conclusiones y recomendaciones, en las que realizo una síntesis de los aspectos más sobresalientes del proyecto, donde fue posible dar solución a posibles problemas encontrados en el presente estudio, la Bibliografía, donde se plasma todas las fuentes de información que se utilizaron en el desarrollo del trabajo investigativo. Los Anexos, documentos complementarios que aportaron al entendimiento de los contenidos y resultados expuestos en la actual investigación.

Finalmente encontramos el índice, el cual permite al lector guiarse en los diferentes contenidos presentados en el proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. Marco referencial

d.1.1 Antecedentes de los hoteles

Es un establecimiento que se dedica al alojamiento de huéspedes o viajeros. El término proviene del vocablo francés hôtel, que hace referencia a una “casa adosada”.

d.1.2 Origen y evolución de los hoteles en el mundo

Los servicios de hotelería, surgen antiguamente a partir de las famosas caravanas y los llamados Khan (meditación), como alternativa de hospedaje, con la creación de la moneda, se promovieron masivamente la construcción de lugares de alojamiento y alimentación; además de promover, el desarrollo vial, el impulso del sector servicios y comercio en las localidades con mayor atractivo turístico.

En el siglo XVIII, en Europa se crearon los famosos y muy conocidos hoteles, en Florencia el ALBERGATORY MAGGION, en Francia los mesones SAINT PAUL. En el Siglo XV , ya existía una demanda acentuada de estos servicios y las casas particulares eran muchas veces adaptadas para alojar y alimentar a los demandantes, complementándose con servicios de caballería.

Durante el Siglo XVIII, con la revolución industrial surgen el transporte a vapor transoceánico y el ferrocarril, factores que permitieron incrementar y diversificar las instalaciones y servicios de hotelería.

En España, la hospitalidad era sagrada y gratuita bajo el lema dar posada al peregrino, por ello el servicio era pésimo y deficiente, pero que en el siglo XX se reincorpora como un buen servicio.

En Estados Unidos, se crean los primeros mesones en el Siglo XVII, ya en 1794, se construyó el primer hotel llamado CITY HOTEL, que contaba con 73 habitaciones. En 1825 en la ciudad de Filadelfia se construyó el primer hotel tipo rascacielos de nombre HOTEL ADELFHI, con seis pisos. En 1829 se construyó el hotel TREMONT HOUSE con modernos ambientes privados y lujosos. En este mismo año se construye el hotel EL PALACE en San Francisco, convirtiéndose en los más lujosos.

Durante el Siglo XIX, surgen los hoteles de estación y aparecen los refugios de montañas en toda América y Europa.

En el Siglo XX, los servicios de hotelería se incrementan y mejoran en las atenciones porque se moderniza el servicio de transporte marítimo, terrestre y aéreo. Así como surgen las grandes facilidades y también a la parse da la modernización de la administración cada vez con mayor especialización.

d.1.3 Origen / reseña histórica de los hoteles en el ecuador

El hotelería es una actividad socio−económica dedicada a la prestación de servicios relacionados con alojamiento, comida, bebidas y otros complementarios con carácter permanente y con fines de lucro. El objeto del hotelería es la de satisfacer fundamentalmente las necesidades

materiales y recreacionales en la prestación de servicios de alimentación y alojamiento.

Sus inicios datan del año 1955, cuando un grupo de empresarios hoteleros guayaquileños decidió constituir y fundar una organización nacional que agrupe y represente los intereses del sector hotelero.

Nombres y hombres de la talla de Frederick Stoeckli, del Hotel Humbolt Internacional; Francisco Bruzzone, del Hotel Continental, Majestic y Pacífico; Fernando David, del Hotel Tourist; Luis Aguas, del Hotel Ritz; Isaac Aboad, del Hotel Metropolitano, entre otros destacados empresarios hoteleros; así también, como Hernán Alvarez Soria y Ernesto Granizo Velasco, funcionarios de la Subdirección de Propaganda y Fomento de Turismo del Ministerio de Economía y Turismo, fueron quienes permitieron sentar las bases de lo que constituiría la institución fundamental de la industria hotelera nacional.

Más adelante la Asociación Hotelera Nacional del Ecuador, cuyas siglas AHOTEC las ha mantenido desde su nacimiento hasta la actualidad, extendió su radio de acción proyectándose nacional e internacionalmente con el propósito de consolidar su imagen y representatividad.

1987 es un año de profundos cambios estructurales. Se crearon Capítulos Provinciales al interior de la Asociación Nacional, permitiendo de esta manera que los socios se integren geográficamente y el gremio se consolide y fortalezca.

De aquella fecha a la presente se han logrado grandes progresos en procura de incrementar y diversificar los servicios a los afiliados; de ampliar la representación en organismos públicos y privados; y, de tener un espacio de opinión que sin duda alguna ha servido para afianzar el rol protagónico que está obligado a cumplir toda institución gremial.

d.1.3.1 Hoteles de Ecuador

Ecuador es uno de los destinos turísticos más demandados de Sudamérica. Los lugares más visitados de Ecuador son las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y las Islas Galápagos. El turismo en Ecuador es una de las principales fuentes de ingreso de divisas, llegan al país más de un millón de visitantes cada año. El Ecuador cuenta con una importante oferta hotelera que satisface esta creciente demanda de alojamiento.

A continuación podrán encontrar el Rankin de los mejores Hoteles de Ecuador

Hoteles en Quito Ecuador

- ✓ **HOTEL PLAZA GRANDE:** El Hotel Plaza Grande es un hotel de 5 estrellas, se encuentra ubicado en el **Centro Histórico de Quito** , cuenta con 15 lujosas suites con baños de mármol, equipadas con jacuzzi y tiene una decoración elegante de madera. El precio de alquiler de la suite es de $450 por noche.
- ✓ **HOTEL JW MARRIOT:** EL JW Marriot Hotel Quito es un hotel de 5 estrellas que se encuentra ubicado en el corazón del área comercial

y financiera de la capital del Ecuador. Las habitaciones del JW Marriott son amplias, luminosas y presentan una decoración elegante, además disponen de servicios modernos, aire acondicionado, minibar y TV de plasma. El precio por el alquiler de la habitación es de $256 por noche.

- **Hoteles de Guayaquil Ecuador**

- ✓ **HOTEL SHERATON:** El Hotel Sheraton Guayaquil es un hotel de 5 estrellas, está situado frente al Centro Comercial Mall del Sol, a 5 km del centro de la ciudad. Ofrece piscina exterior y conexión inalámbrica a internet. Todas las amplias habitaciones del Hotel Sheraton Guayaquil presentan una decoración moderna y están bien equipadas. Disponen de aire acondicionado, TV LCD y escritorio. El hotel se encuentra a sólo 3 minutos del aeropuerto José Joaquín De Olmedo y a 2 km del WorldTrade Center. El precio del alquiler de la habitación es de $175 por noche.

- **Hoteles en Cuenca Ecuador**

- ✓ **MANSION ALCÁZAR:** El Mansión Alcázar es un hotel boutique colonial ubicado en el centro de la ciudad de Cuenca. Ofrece elegantes habitaciones con camas dobles, aparcamiento gratuito y conexión Wi-Fi gratuita. Las habitaciones del Mansión Alcázar están decoradas con buen gusto con muebles de madera antiguos. Todas disponen de aire acondicionado, TV LCD por cable y ramos de flores frescas. Las suites cuentan con una cama doble grande, zona de estar separada y bonitas vistas del jardín.

El hotel goza de una conveniente ubicación a solo 3 km del aeropuerto Mariscal Lamar y a pocos pasos de la plaza Parque Calderón. El precio del alquiler de la suite es de $230 por noche.

- **Hoteles en Galápagos**

- ✓ **RED MANGROVE AVENTURA LODGE:** El Red Mangrove Aventura Lodge, que tiene vistas al océano, ofrece un alojamiento elegante con conexión Wi-Fi gratuita y desayuno. Está en Puerto Ayora, la localidad más grande del archipiélago de las Galápagos. Hay un restaurante y un bar. El muelle de la isla de Santa Cruz se encuentra a 5 minutos a pie. Las habitaciones del Red Mangrove, decoradas con muebles elegantes, están equipadas con aire acondicionado, suelos de baldosas y balcones privados con vistas al mar. Todas incluyen TV de plasma y zona de estar con sillones tapizados. El precio de alquiler de la suite es de $399 por noche.

d.1.4 Clasificación de los hoteles

Los hoteles están normalmente, clasificados en categorías según el grado de confort, posicionamiento, el nivel de servicios que ofrecen. En cada país pueden encontrarse las siguientes categorías:

Estrellas (de 0 a 5 horario de verano)

Letras (de A a E)

Clases (de la cuarta a la primera)

Diamantes y "WorldTourism".

Estas clasificaciones son exclusivamente nacionales, el confort y el nivel de servicio pueden variar de un país a otro para una misma categoría y se basan en criterios objetivos: amplitud de las habitaciones, cuarto de baño, televisión, piscina, etc.

A nivel empresarial, al hotel se le puede considerar una empresa tradicional, se utiliza a menudo el término "industria hotelera" para definir al colectivo, su gestión se basa en el control de costes de producción y en la correcta organización de los recursos (habitaciones) disponibles, así como en una adecuada gestión de las tarifas, muchas veces basadas en cambios de temporada (alta, media y baja) y en la negociación para el alojamiento de grupos de gente en oposición al alojamiento individual.

En los últimos años están apareciendo nuevas formas de gestionar hoteles basadas en técnicas conocidas en otros ámbitos como el condominio o el time sharing, pero no es, todavía, un sistema generalizado.

Hay que añadir que en muchos países se consideran hoteles a los balnearios, hoteles complejos turísticos y los llamados hoteles hospital, y se les aplican las clasificaciones anteriores de calidad, confort, así como de servicios.

d.1.5 Importancia de los hoteles

Generan una alternativa para que las personas que gustan visitar lugares, con ellos puedan gozar de un momento acogedor en un ambiente natural, permitiéndoles hospedarse en un lugar cómodo tanto estructuralmente como monetario. Es una fuente de empleo e ingreso en los lugares donde

se encuentran establecido esto genera un mayor desarrollo dentro del territorio, permitiendo explotar su cultura y área geográfica, generando una mayor afluencia de visitantes al lugar y a la vez permite dar a conocer los atractivos del lugar.

- **DIFERENCIAS ENTRE HOTEL Y HOSTAL**

Hoy en día hay muchos tipos de hoteles y cada uno con características diferentes. Algunos asemejan a hostales, otros en cambio son una cosa completamente diferente.

Existen 10 Diferencias entre Hoteles y Hostales:

1.- La principal diferencia radica en que los hoteles solo ofrecen habitaciones privadas, mientras que en los hostales las habitaciones van desde las privadas hasta las compartidas de 2 y hasta 20 personas en una misma habitación que normalmente son para viajeros que van de paso una sola noche.

2.- En la mayoría de países, ciudades donde hay hostales, estos han desaparecido legalmente y muchos de ellos pasaron a convertirse en hoteles y los que no en pensiones, aunque la mayoría aún conserva el nombre o letrero de hostal y es reconocible por las iniciales HS.

3.- Los hoteles, sobre todo los enfocados en el turismo, organizan excursiones o visitas guiadas para conocer la ciudad, los hostales solo organizan el comedor y áreas comunes para convivir y rara vez se piensa en salir en grupo a menos que te hagas amigo de otros hospedados.

4.- Muchos hoteles tienen bar propio o antros y muchos servicios extras, mientras que los hostales son puramente un lugar para llegar a descansar y comer en su mayoría.

5.- Los hoteles ofrecen servicios por separado, como lavandería, cochera, cajas fuertes, y ese tipo de cosas. En cambio en los hostales se comparten lavadoras y por lo regular se utilizan ese tipo de servicios para interactuar con la gente como en una comunidad.

6.- Los hoteles están enfocados a brindar una atmósfera de comodidad y de privacidad, en cambio los hostales tratan de hacer convivir a la gente creando una atmósfera de convivencia y de comunidad.

7.- En los hostales hay un comedor para todos los habitantes y todos se sientan casi en la misma mesa, mientras que en los hoteles al menos ahora en casi todos de 3 estrellas para arriba hay uno o más restaurantes o servicio de comida al cuarto.

8.- El ambiente en los hoteles y en los hostales es muy diferente, en los hostales las áreas comunes casi son inexistentes en muchos casos o muy pequeñas, mientras que en los hoteles soy áreas abundantes y grandes con grandes pasillos y mucho más agradables.

9.- Los dormitorios en los hostales podrían ser grandes o pequeños, para solo mujeres, solo hombres y mixtos siempre compartida con personas que no se conocen (todavía), baño o sin baño, aunque también se podrían ofrecer habitaciones privadas, eso en cuanto a los hostales. Mientras que

en los hoteles las habitaciones pueden ser pequeñas o grandes pero independientes y compartirlas solo si quieres y comúnmente con familiares o pareja.

10.- Los hostales estaban obligados a ofrecer servicio de comida, los primeros hoteles no lo ofrecían, hasta hace relativamente poco que ya se manejan hoteles turísticos es que ya lo ofrecen, de ahí nació el rango de hoteles de 1 a 5 estrellas.

d.1.6 Antecedentes históricos de la parroquia chito

La parroquia Chito, ubicada al sur del Ecuador y norte del Perú pertenece al cantón Chinchipe, provincia de Zamora Chinchipe, está integrada por: dos (2) asentamientos humanos en proceso de consolidación la cabecera parroquial Chito considerada como área urbana a nivel cantonal y el barrio la Cruz; adicional a estos dos barrios a la parroquia la integran doce (12) comunidades o caseríos distribuidos a nivel de todo el territorio parroquial, posee una superficie de 355,93 km2 que representa el 30.78% del territorio cantonal constituyéndose así en la segunda parroquia con mayor territorio a nivel cantonal, con una población de 1372 habitantes datos del INEC realizados en el último censo de 2010, que corresponde al 13.49% a nivel cantonal y el 54.90% de la población rural del cantón Chinchipe. La parroquia Chito tiene un clima subtropical, con temperaturas que varían desde los 11oC a 27.5oC como temperaturas mínimas y máximas respectivamente. Al realizar un análisis general de las características del medio físico, se observa unidades de planificación con las que se

relacionan las principales actividades productivas, extractivas, y de conservación, siendo así que para el efecto de planificación, se tomaran en cuenta criterios ecológicos, de productividad, criticidad y funcionalidad en concordancia con el uso actual parroquial el cual está destinado principalmente a la ganadería vacuna; cultivo del café-cacao con fines de comercialización; minería y la agricultura de subsistencia de tipo huerta (yuca, plátano, frutales y verduras-hortalizas).

Delimitación del Área de Estudio del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Chito.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Chito, geográficamente se encuentra ubicada en la latitud 9 454 297 Sur y en la longitud 717 233 Este, con una latitud que varia desde los 800 m.sn.m. y los 2800 m.s.n.m. El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Chito, limita al: Norte: con el Cantón Palanda a través de la parroquia La Canela y la quebrada Punchis; al Sur: limita con el Río Chinchipe y la Quebrada San Francisco; por el Este: limita con la Quebrada San Francisco y la Cordillera Picorana; y finalmente por el Oeste Chito limita con el Río Mayo.

División Político Administrativa

Los barrios que conforman la Parroquia Chito.

Centros Poblados en Proceso de Consolidación: Chito y el barrio la Cruz, y 12 Comunidades o Barrios; me permito indicar que estos barrios o

comunidades se encuentran ubicados por condiciones de conectividad vial en circuitos claramente definidos:

1. Balsal, San Luis y Laurel.

2. Nuevos Horizontes, San Joaquin.

3. Nuevo Paraíso, Tres Aguas

4. La Fortuna y Reina del Cisne

5. Jesús del Gran Poder, San José de Guayusos, y Salto del Inca.

d.1.6.1 Reseña Histórica de la Parroquia Chito.

Desde 1543 uno de los lugares más ricos que encontraron los conquistadores después de Valladolid fue Chito, el cual lo exploró Pedro de Vergara, en este territorio encontró indios que se dedicaban a la explotación del metal precioso, indios de etnia de los Bracamoros descendientes de la raza de los Pacamoros en el pueblo de los Palacaras del reino de Jaén del antiguo reino de Quito que tuvieron su asentamiento en la boca del Chinchipe del Antiguo Jaén. En este lugar se creó la villa de Chito, conocida con el nombre San Antonio de los Pedregales, la misma, que era encargada de la supervisión y explotación del oro de los mineros y los esclavos indios que tomaron para su servicio los españoles que residían en este lugar.

- **Tipos de Clima**

La parroquia de Chito posee dos tipos de clima: el Ecuatorial Meso térmico Se mi-Húmedo presente en el 95% de territorio y con un bajo porcentaje el Tropical Megatérmico Húmedo.

Recursos Naturales No Renovables

Áreas de explotación (actividad minera)

La minería ha sido constante en la historia nacional y provincial y si bien la industria minera es indispensable para el desarrollo de la economía de los países industrializados, sin embargo esta actividad ha provocado la concentración de desigualdades sociales a partir de la ineficiencia productiva a costo del deterioro de los recursos naturales afectando con ello la calidad de los ecosistemas del país.

A pesar de las mejoras y normativa que el Estado ha implementado, no podemos estar ajenos en mencionar que la minería está dominada por la parte gubernamental.

Desde el punto ambiental la situación minera es insatisfactoria por el poco interés para proteger la naturaleza y los impactos que estos provocan en las sociedades en las cuales estas se localizan.

Inventario de concesiones mineras

La minería una actividad definida como la extracción selectiva de los minerales y otros materiales de la corteza terrestre, y a partir de la cual se puede obtener un beneficio económico.

Dependiendo del tipo de material a extraer, la minería se divide en metálica, no metálica y materiales de construcción; a su vez estas comprenden diversas etapas y conllevan impactos ambientales particulares.

En la parroquia de Chito existen 171 concesiones minerales de las cuales se extraen minerales metálicos, no metálicos y materiales de construcción.

- **Explotación minera**

La explotación minera en este lugar se dio hace 4 años,de acuerdo a la información que posee la Agencia de Regulación y Control Minero ARCOM y la cual ha sido constatado in situ, en la parroquia Chito, tenemos 171 concesiones mineras las cuales ocupan una superficie de 16,318.207 Ha, y se encuentran distribuidas a nivel de toda la parroquia Chito.

De las 171 concesiones 6 se encuentran adjudicadas para explotación de minerales, 1 para exploración, 4 para libre aprovechamiento en materiales de construcción, y 5 en etapa de sustitución, los restantes de las concesiones se encuentran otorgadas para Minería Artesanal.

Para el caso de la explotación de minas en la Parroquia Chito, se da una minería de explotación a boca de túnel y aluviales en las riberas de los ríos, la cual abarca las formas más variadas de extracción de materias primas minerales de yacimientos cercanos a la superficie, para ello se quita completamente el recubrimiento estéril y se extrae el material útil, atendiendo a las propiedades físicas del material en bruto y a las características específicas del terreno, se utilizan diversos métodos de explotación,

El mineral metálico con mayor extracción, en Chito es el oro, la cual representa una actividad ocasional en los habitantes de la parroquia, sin

embargo frecuentemente se observa la presencia de personas ajenas a la parroquia extrayendo oro de los ríos y montañas, estos utilizan mano de obra de la zona en menor escala, aunque los pobladores han manifestado que se da explotación laboral al no ser asegurados y las horas de labor diarias son de 6 de la mañana a 6 de la tarde en jornadas de 12 horas consecutivas.

En la parroquia se evidencia la práctica de minería artesanal en los sectores de Reina del Cisne, la Fortuna, Tres Aguas, los Planes, y en las playas del Río Mayo.

- **Población Económicamente Activa**

La PEA, a nivel parroquial representa el 35,61% de la población total parroquial, este porcentaje nos indica las personas que están en edad para trabajar y pueden dedicarse a la producción de bienes, considerando que el porcentaje mas alto a nivel cantonal de la PEA es de 24,4% que corresponde a las personas que están entre los 20-29 años, con lo cual podemos afirmar que la parroquia Chito a pesar de ser una parroquia del área rural del Cantón Chinchipe, su PEA se encuentra sobre el valor de la PEA cantonal.

Sin embargo, hay que considerar que para el año 2010, en el cantón Chinchipe se refleja el 40,10% de oferta laboral o fuerza de trabajo en relación con la población total cantonal.

En la parroquia Chito, la mayor parte de sus pobladores se dedican a actividades del sector primario es decir el 87,43%; seguido por el sector terciario (servicios) con el 11,26%, y finalmente por el sector secundario quien representa el 1,31% del total de la PEA parroquial.

- **Atractivos Turísticos**

La parroquia de Chito, cuenta y posee un potencial turístico natural que permitiría realizar actividades relacionadas al eco turismo o el turismo científico, con bosques nativos - primarios con especies importantes de flora y fauna silvestre, cascadas y ríos, lugares arqueológicos como la ciudad de Chinananga, aunque el turismo existente en la parroquia es incipiente.

Una de las principales causas es la falta de infraestructura adecuada (hoteles, restaurantes, vías, transporte, etc.), lo que limita que se fomente el turismo dentro de la parroquia. En la cabecera parroquial existen dos casas de alojamiento y dos comedores, y en el barrio la Cruz (dos casa de alojamiento, un restaurante y el comedor barrial -3 puestos de comida-).

Los lugares con mayor potencial turístico se describen a continuación:

Ciudad Pérdida de Chinananga

Agua Limón

Cascada El Noque

Río Mayo –playas

(Cabrera, 2010) en su trabajo de titulación titulado “Análisis de mercado para la implementación de un hotel boutique en el destino Guayaquil” sostiene que”….los resultados obtenidos por los instrumentos de un mercado meta a los hombres de negocios, promedio de edad 30 años, que vienen a la ciudad generalmente por negocios o vacaciones. Su promedio de estadía es de 1 a 3 días en hoteles de lujo tradicionales de la ciudad….”

Se concluye que el mercado meta de este proyecto son los ejecutivos, género masculino, de edad media 36 años. Son profesionales o trabajan, y llegan a la ciudad, solos la mayoría de las veces, se hospedan de 1 a 3 dias. Con motivos de vacaciones o de negocios.

(EDECOM, 2011) en su trabajo de titulación titulado “Proyecto de titulación para la creación de un hotel en la ciudad de Guayaquil” sostiene que”…. Se prestara servicios solo a personas mayores de 18 años hasta adultos mayores responsables de sus actos y destinados a un nivel socio-económico Medio, Medio-Alto y Alto.

Si bien es cierto este estrato social el solo comprende un 20% de la población en la ciudad de Guayaquil no es un limitante para determinar que solo este porcentaje serían sus únicos clientes ya que si tomamos en cuenta los datos publicados por el INEC en el último censo refleja un crecimiento poblacional de un 2.5%....”

Este proyecto va dirigido a las personas de la clase media alta de la ciudad de Guayaquil del país y del mundo, que disfrutan las comodidades de la ciudad por lo que el hotel Vanidades brindara a sus clientes todos los

servicios e instalaciones necesarias para hacer de su estadía en nuestro hotel confortable y divertido.

(Alexandra, 2011) en su tesis “Análisis de la necesidad de un hotel tres estrellas en la ciudad de Sucúa Morona Santiago para la creación de un plan de negocios” sostiene que”…. La Amazona S.A. consiste en la creación de una empresa hotelera que brinde opciones diferentes en SUCÚA, permitirá el desarrollo de nuevos puestos de trabajo y contribuirá al ornamentalísimo de la población que pretende muchos emprendimientos eco turísticos, así ya lo han demostrado algunas operadoras que se han acantonado en Sucúa, Morona Santiago. Sin el desarrollo hotelero, no podría crecer el sistema turístico y es una de las principales fortalezas del gobierno nacional el constante apoyo al crédito de emprendimientos de este orden…”

Se realizan estrategias muy efectivas, en especial de comunicación para implementar el negocio y hacerlo conocer al turista guayaquileño, aunque las agencias IATA pueden conseguir entrar a mercados internacionales de personas que desean un turismo diferente.

d.2 Marco conceptual

d.2.1 Proyectos de inversión

El proyecto de inversión es un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano y a la sociedad en general. También se puede decir que es un conjunto de informaciones que permite tomar

decisiones para la asignación de Recursos humanos, materiales y económicos a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor y que la tasa de interés de oportunidad, el costo de oportunidad (TIO) el costo de oportunidad de la inversión (CO), o el costo del capital (CK)".

TIO=Mejor tasa de interés a que se puede colocar el capital.

CO=Tasa de rendimiento que ofrece una inversión alternativa.

CK=Tasa de interés que se paga por un crédito que financia la inversión.

Un proyecto debe considerarse como un factor fundamental para la adopción de las políticas de desarrollo ya que esta forma parte de programas y planes más amplios que contribuyen a un objetivo global de desarrollo. El proyecto es el camino o mecanismo para lograr los objetivos y propósitos generales, las políticas y planes.

El proyecto debe ser delimitado en cuatro aspectos:

- Los objetivos que enmarcan y definen el conjunto de actividades que van a efectuarse, cuando se presenta más de un conjunto de actividades se convierten en alternativas que deben ser evaluados y comparadas para seleccionar la mejor.
- Ubicación en el espacio, se debe especificar su ubicación Micro y Macro y el mercado o región que afectara, cuando se proponen dos o más lugares para la realización de actividades, debe considerarse a cada una como alternativa y evaluarse aisladamente.

- Ubicación en el tiempo, debe indicarse claramente sus momentos iniciales y finales, se considera el ciclo de vida u horizonte del proyecto.
- Los grupos beneficiarios afectados, debe indicarse claramente el rol de los diferentes grupos involucrados; quien cubrirá los costos, quienes enfrentaran las externalidades o efectos resultantes del nuevo proyecto.

EL CICLO DE LOS PROYECTOS

Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y en ellas debe estar involucrados todo el equipo proyectista y la estructura del ciclo debe adaptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza sino en una lógica de progresión.

El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión
- Operación

Las etapas constituyen el orden cronológico de realización del proyecto, en las mismas que se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo.

ETAPA DE PRE INVERSIÓN

Se constituye por la formulación y evaluación ex – ante; se en marca entre el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión, consiste en un proceso de Retroalimentación de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa, rediseña, etc.

La etapa tiene por objeto definir y optimizar los aspectos técnicos, financieros, institucionales y logísticos de su ejecución con los que se pretende especificar los planes de inversión del proyecto destacando la necesidad de insumos, estimación de costos, necesidad de entrenamiento.

Hay que resaltar que en esta etapa el proceso de Retroalimentación permite una progresiva profundización de la información y de aumento en la certidumbre en la selección de alternativas.
La etapa de pre-inversión se compone de cuatro fases que dividen y delimitan los pasos sucesivos de formulación y evaluación.
Estas fases son:

- Identificación de idea
- Perfil
- Pre factibilidad
- Factibilidad

Los estudios efectuados en cada fase de la etapa de pre-inversión se convertirán en insumos de la misma formulación evaluación del proyecto, los resultados de la evaluación mostraran el camino más indicado para el desarrollo del ciclo del proyecto teniendo como alternativas:

- Continuar a la siguiente fase
- Retroceder o detener dentro de la etapa de pre-inversión.
- Suspender la etapa de pre-inversión y descartar el proyecto

Identificación de Ideas Básicas de Proyectos

Los proyectos surgen paralelamente con las necesidades del hombre, durante el desarrollo de las formaciones económicas (FES) el hombre siempre ha tenido necesidades, las mismas que han sido cubiertas con diversa calidad de satisfactores, y son precisamente las calidades de los satisfactores las que obligan al hombre a emprender en proyectos de solución a las necesidades sociales a cambio de obtener una rentabilidad que haga mejorar su nivel de vida.

A través de la realización de un diagnóstico inicial se ubica y delimita el problema que plantea una solución para su satisfacción. Un proyecto de inversión puede tener su origen en necesidades insatisfechas o posibilidades de aprovechar oportunidades específicas derivadas de otros proyectos.

Para considerar la satisfacción de una necesidad es imprescindible que se considere aspectos fundamentales como: cantidad, calidad, precio y beneficio ya que ni siempre un bien o servicio cubrirá estos requerimientos. El planteamiento básico del problema radica en su identificación, señalando su delimitación sobre los posibles beneficiarios y la calidad de satisfactores posibles para el problema.

Estudio a Nivel de Perfil

Esta fase plantea el conocimiento sobre los aspectos que permitan tener un criterio sobre la oportunidad de ejecutar la idea sobre el proyecto, el aspecto fundamental radica en la identificación de beneficios y costos resultantes de las alternativas seleccionadas, sin dejar de considerar que es conveniente incurrir en costos adicionales para obtener y precisar la in formación requerida. En síntesis, los estudios a nivel de perfil utilizan los recursos propios de quien plantea la ejecución de una iniciativa específica. El estudio debe contemplar u análisis preliminar de los aspectos técnicos, el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y la evaluación, en esta instancia es fundamental la calidad de la información por cuanto d ella depende reducir la incertidumbre, sin incurrir en costos adicionales, la calidad de ella permitirá plantear posibilidades técnicas que avalen

convincentemente las propuestas de inversión.

De acuerdo con el resultado del estudio a niel de perfil será posible optar por profundizar ciertos aspectos específicos que requiera el proyecto, cuando el nivel de confianza alcanzado en los resultados del estudio se estiman aceptable, es factible realizar el proyecto con los recursos disponibles o también puede ser el caso de paralizar o abandonar totalmente la ejecución del proyecto.

Estudio de Pre factibilidad o Proyecto Preliminar

En esta instancia se profundiza los estudios a nivel de perfil, se analiza en mayor detalle las alternativas que se estimó como variables desde el punto de vista técnico, económico y social, es posible aquí desechar aquellos que aparecen menos factibles y seleccionar para ser analizadas a mayor profundidad aquellas que aparecen con mejores perspectivas.

La evaluación a este nivel requiere esfuerzos para precisar los beneficios de la puesta en práctica de las alternativas seleccionadas y los costos a cubrir para obtenerlos, la alternativa seleccionada puede ser afectada por factores institucionales y legales, debiendo incorporarse las condiciones técnicas de tamaño y localización.

La alternativa escogida corresponde a aquella que se considere la mejor en la etapa siguiente debe ser evaluada con mayor precisión, al igual que en las fases anteriores es posible que los resultados de este estudio planteen ejecutar el proyecto, postergarlo o abandonarlo definitivamente.

Estudio de Factibilidad

En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada como la mejor en la etapa anterior, se requiere una cuantificación más clara de los beneficios y costos que involucran ejecutarla. A la evaluación de alternativas seleccionada debe adicionarse los aspectos relacionados con obra física, tamaño, localización y oportunidad de inversión, debe considerarse también las actividades que afectan la eficiencia en la ejecución del proyecto, como los cronogramas de desembolsos, implementación y operación del proyecto.

La etapa de pre-inversión es una lucha contra la incertidumbre para la asignación de recursos ya que al haberse detectado una necesidad es necesario destinar recursos para realizar estudios que permitan clarificar con precisión el problema existente, habrá que destinar nuevos recursos para delimitar la alternativa planteada con un alto grado de confiabilidad hasta reducir la incertidumbre a un mínimo tal que permita tomar la decisión de invertir.

ETAPA DE INVERSIÓN

Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o remplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido detectado en etapas anteriores.

Proyectos de Ingeniería

En esta fase se materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de pre-inversión.

Para materializar un proyecto de inversión se elaboran programas arquitectónicos, estudios de ingeniería y de especialidades del proyecto, se programan las actividades específicas a realizar tomando como base los resultados de los estudios de las fases anteriores.

Negociación del Financiamiento

Determinamos los requerimientos financieros del proyecto es conveniente conocer: las líneas de crédito a las que se puede acceder en el mercado financiero nacional y/o internacional; información jurídica, organizativa y técnica; tasa de interés, plazo de amortización, periodo de gracia, comisiones de compromiso, garantías y avales, condiciones y calendario de desembolso.

Implementación

Consiste en llevar a la práctica lo que teóricamente se concibió en el proyecto, aquí se da paso a las actividades propias que permiten que la nueva unidad 9productiva está dotada de todos los recursos necesarios para su funcionamiento, se realizan pruebas o ensayos a fin de comprobar que todos los componentes trabajen óptimamente para que en la fase de operación no se produzcan desfases o causen paralización a la planta.

Es importante que para esta fase se diseñe un cronograma de actividades el mismo que deberá cumplirse secuencialmente, lo cual permitirá manejar los tiempos establecidos para cada actividad.

ETAPA DE OPERACIÓN

En esta etapa del proyecto, cuando ya se ha desarrollado la obra física o programa estudiado en la pre-inversión y ejecutado durante la inversión de

acuerdo a lo programado, se producen beneficios específicos que fueron estimados durante la pre-inversión.

Seguimiento y Control

Se refiere al conjunto de acciones que se aplican a un proyecto en la etapa de ejecución de las obras por cronograma y recursos empelados, se busca encontrara posibles desviaciones respecto a la programación inicial del proyecto, las mismas que puedan ocasionar problemas en la ejecución, el fin es adoptar medidas correctivas que minimicen los efectos que resulten en atrasos o costos incrementables por los problemas que se presenten.

Evaluación ex – post

Es un proceso que se realiza inmediatamente después de finalizado el proyecto con el propósito de determinar la validez de las actividades que fueron desarrolladas de acuerdo con los objetivos planteados. Su objetivo es mejorar las actividades de puesta en marcha y ayudar en la planificación, programación, e implementación de proyectos, la información que presenta es resumida en un aporte que constituye la base necesaria para evaluar la eficiencia y efectividad del proyecto.

Evaluación post – posterior

Se realiza varios años después que todos los costos han sido desembolsados y todos los beneficios recibidos, posteriormente a cerrar su ciclo de vida u horizonte de operación, esta evaluación reconoce que mirada al pasado hace difícil atribuir que parte de los efectos observados actualmente pueden ser objetivamente atribuidos a un proyecto particular, es posible aprender de elementos que podrían mejorar las actividades

futuras de inversión. Esta evaluación permitirá que en el futuro los posibles proyectos relacionados, cuenten con una fuente de información que se clarifique la visión sobre el ambiente en el que se desenvolverá la nueva unidad productiva.

CONTENIDO DEL PROYECTO

EL ESTUDIO DE MERCADO

En esta parte del estudio se hace necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: Precio, Calidad, Canales de comercialización, Publicidad, Plaza, Promoción, todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado.

En definitiva, este estudio significa el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad, por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. El estudio obliga por tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuanto, a quien, como y donde se venderá el producto o servicio.

Para hablar de mercado es importante destacar que el mismo se lo considera como el lugar en que convenga las fuerzas de la oferta y la demanda para llevar a efecto operaciones de traspaso de dominio de bienes y servicios cuyo valor está determinado por el precio.

Por el lado de la demanda de los productos, debe analizarse su volumen presente y futuro y las variables relevantes para su estimación, como población objetiva, 11niveles de ingreso esperado, bienes complementarios y sustitutos que ya existan o estén por entrar en el mercado.

Por el lado de la oferta de los productos, es necesario definir estrategias de mercado, publicidad y presentación del producto, dentro de este proceso, será indispensable estudiar la competencia en aspectos básicos como su capacidad instalada y su nivel de utilización, la tecnología incorporada en su proceso productivo y posibles programas de actualización, sus fallas y limitaciones en cuanto a la calidad del producto.

Una vez realizado el análisis de la oferta y demanda se podrá hacer estimaciones del precio esperado de los productos a lo largo de la vida útil del proyecto. En cuanto a los insumos y materiales es necesario conocer los diferentes demandantes, no solo a nivel de otros productores del bien o servicio que genere el proyecto, sino también de todos aquellos que hagan uso de ellos.

Por otro lado, es importante establecer la disponibilidad presente y futura de los distintos insumos y materias primas, tanto en el mercado local y regional posibles alternativas de sustitución.

En términos generales, el estudio de mercado debe contener los siguientes elementos:

- Información base
- Producto principal

- Productos secundarios
- Productos sustitutos
- Productos complementarios
- Posibles demandantes
- Estudio de demanda
- Estudio de oferta
- Situación base (mercadeo, presentación, calidad, precio, plaza, etc.)

INFORMACIÓN BASE (IB)

La constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recogidos mediante diferentes instrumentos de investigación.

Para la recolección de esta información es importante destacar que para las entrevistas, la observación y la constatación física se hace necesario elaborar una guía que oriente sobre los aspectos claves que se desea conocer y cuyo aporte es fundamental para el proyecto.

En cuanto a la aplicación de encuestas es fundamental tener algo claro lo siguiente:

- Cuando se debe trabajar con poblaciones muy pequeñas es preferible encuestar a toda la población, en el caso de comunidades rurales.
- Cuando la población es demasiado grande o infinita es aconsejable realizar el muestreo, para lo cual es indispensable el determinar el tamaño de la muestra.

Tamaño de la Muestra

Respecto del muestreo, selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, para inferir el valor de una o varias características del conjunto, conviene en señalar que existen dos tipos generales de muestreo: el primero, cada uno de los elementos de la muestra tiene la misma probabilidad de ser entrevistado, y en el muestreo no probabilístico, la probabilidad no es igual para todos los elementos del espacio muestra.

Para calcular el tamaño de la muestra se deben tomar en cuenta algunas de sus propiedades y el error máximo que se permitirá en los resultados. Para el cálculo de *n* (tamaño de la muestra) se puede emplear las siguientes fórmulas.

Formula 1:

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra
N= población
e= margen de error

Formula 2:

$$n = \frac{z^2.\ N.\ P.\ Q}{e^2(N - 1) + z^2.P\ .Q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.
N = Población de visitantes a la parroquia Chito.
p = 50 %. 0,5 Probabilidad que ocurra.

q = 50 %. 0,5 Probabilidad que no ocurra.

Z = 95 % de confianza, es decir 1,96.

Cuando se cuantifica el mercado de algún producto, se debe tomar en cuenta que si se desea mayor precisión en el pronóstico, el costo de la encuesta se eleva, ya que será necesario entrevistar a un mayor número de personas, y que tal vez no valga tanto la ganancia en precisión respecto al costo de obtener esta precisión. Para cuantificar la demanda potencial, la población se estratifica a partir de alguna característica económica o social que el investigador considere que influye el consumo del producto.

Estimación de la Proporción

Sirve para determinar inicialmente la capacidad de producción con que iniciara la planta su fase de operación, su procedimiento es el siguiente:

1. Hallar la proporción de la muestra (P)

$$P=Ex\rightarrow Exitos\ M\rightarrow Muestreo\ Total$$

2. Calcular el error estándar de la proporción (SP)

$$SP=\sqrt{P.QM}\ \text{Q=1 –P}$$

3. Calcular los límites de confianza (Lc)

$Lc=P\pm Z.Sp.$

$Lc=limite\ de\ confianza$

P= proporción de la muestra o probabilidad de éxito

Z= Nivel de confianza

Sp= error estándar de la proporción.

PRODUCTO PRINCIPAL

Es la descripción pormenorizada del producto o servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características.

PRODUCTO SECUNDARIO

Aquí se describe a los productos que se obtienen con los residuos de materia prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita. Un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

En esta parte debe hacerse una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Se describe en este punto a los productos que hacen posible que se pueda utilizar al producto principal. Debe considerarse que no todo producto principal necesita de un producto complementario para la satisfacción de las necesidades.

MERCADO DEMANDANTE

En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación

del mercado en función de: sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

A la demanda debe considerársela desde varios puntos de vista como son:

1. Por su cantidad, de acuerdo a ello se la puede clasificar dela siguiente manera;

a) Demanda potencial. - está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

b) Demanda real. - está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizar de un producto, en el mercado.

c) Demanda efectiva.- la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que o puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

d) Demanda insatisfecha.- está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de las comunidad.

2. Por su oportunidad, en cuanto a la cantidad y calidad puede clasificarse en:

a) Demanda insatisfecha.- en la que los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.

b) Demanda satisfecha.- en la cual lo que se produce es exactamente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del productos relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo,

presentación, empaque, su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto.

Así mismo como en la demanda es importante conocer las principales clases de oferta existentes y para ello vamos a distinguir las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado.

- **De libre mercado:** En ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.
- **Oligopólica:** En la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- **Monopólica:** En la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.

BALANCE DEMANDA -OFERTA

La demanda-oferta, siempre que la demanda sea mayor que la oferta, se la puede llamar demanda potencial insatisfecha y su valor será la base para la mayoría de las determinaciones que se hagan a lo largo del estudio de factibilidad, como el tamaño de los equipos por adquirir, la inversión, etc.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio provenientes de su unidad productiva al consumidor o usuario en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Puesto que la comercialización constituye el aspecto más descuidado de la mercadotecnia se hace necesario que los proyectistas incluyan en el informe final de la investigación todo el aspecto relacionado con la comercialización del producto de la empresa. Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes:

1. Para productos industriales

- Productor-Usuario: Cuando el productor vende directamente al usuario.
- Productor-Distribuidor industrial Usuario industrial: Se utiliza cuando el productor no puede cubrir personalmente diferentes mercados.
- Productor-Agente-Distribuidor-Usuario industrial: Se da normalmente cuando no es posible al productor cubrir gráficamente los mercados.

2. Para productos de consumo popular

- Productores-Consumidores: Cuando el consumidor acude directamente al productor para adquirir el producto.
- Productor-Minorista consumidor: El objetivo básico de este canal es que una mayor cantidad de minoristas exhiban y vendan el producto.
- Productor-Mayorista-Minorista-Consumidor: Se utiliza cuando se trata de productos de mucha especialización y en donde el mayorista cumple el papel de auxiliar directo de la empresa.

- Productor-Agente-Mayorista-Minorista-Consumidor: Se utiliza para cubrir zonas geográficas alejadas de los lugares de producción.

ANÁLISIS DE SITUACIÓN BASE

Nos permite conocer y analizar cuál es la situación actual sin la presencia del proyecto en que se está trabajando, este tiene relación con la calidad, precio, mercado de los productos competidores.

Una vez finalizado el estudio de mercado ya se tiene el primer referente o información que permite tomar la decisión de continuar los estudios o detenerse en ese punto, si el estudio se desprende la no existencia de demanda insatisfecha por cantidad, calidad, precio, no hay razón de continuar los estudios.

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la mano de obra. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de

producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto.

a. Capacidad teórica.

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, s rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, que componen el medio ambiente en el que se instala. Esta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida de la fábrica la maquinaria es muy difícil que se pueda instalar en lugares que reúnan las mismas condiciones en las que esta fue diseñada y construida.

b. Capacidad instalada.

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

c.capacidad utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.

d.Reservas.

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción.

e. Capacidad Financiera.

Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante las condiciones económicas, financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o medianamente crédito, para ello es de vital importancia conocer el mercado financiero.

f. Capacidad Administrativa.

Al igual que en el campo financiero, debe tenerse claro el panorama respecto a si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el talento humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender.

El éxito en los negocios tiene su base en la combinación de habilidad y conocimiento administrativo para lograr metas de operación y resultados óptimos en los negocios.

Para la fase de operación de una empresa no solamente debe asegurarse que se cuente con el número de personal necesario, sino también que este sea el más idóneo para cada puesto de trabajo.

Localización

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

a. Micro localización

En este punto y apoyados preferentemente en la representación geográfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en la cual se implementara la empresa dentro de un mercado local.

b. Macro localización

Tiene la relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

c. Factores de localización

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz teléfono, alcantarillado) y fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

La finalidad del estudio de Ingeniería (a nivel de pre factibilidad), dentro del programa de elaboración del proyecto, es suministrar la información técnica necesaria para realizar la evaluación económica -financiera del proyecto y no tiene el alcance requerido para su construcción o instalación. A través de esta etapa será factible determinar la cuantía de inversiones a realizar, y la estructura de costos e ingresos del proyecto.

a. Componente Tecnológico

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos necesarios para poder fabricar el producto o para la prestación del servicio.

b. Infraestructura Física

Es todo proceso de fabricación o de prestación de servicios que se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar.

c. Distribución en planta

La distribución del área física así como la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

d. Proceso de Producción

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial, para el manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujo grama del proceso, es decir representar gráficamente el mismo indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importe incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, siclo de vida, etc.

- ✓ **Diseño del producto.**

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él, para lograr la satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del

producto debe considerarse siempre los gustos y preferencia de los demandantes, entre ellos se tiene:

- Presentación
- Unidad de medida
- Tiempo de vida, etc.

✓ **Flujograma de Procesos.**

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de proceso diferente significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y secuencia lógica.

DISEÑO ORGANIZACIONAL. (ORGANIZATIVA EMPRESARIAL)

Estructura Organizativa

a. Base Legal.

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos:

- Acta constitutiva: Es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- La razón social o denominación: Es el nombre bajo el cual la empresa opera, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

- Domicilio: Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se ubicara en caso de requerir los clientes u otra persona natural o jurídica.
- Objeto de la sociedad: Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- Capital social: Debe indicarse cuál es el monto del capital con que se inicie sus operaciones la nueva empresa y la forma como esta se ha conformado.
- Tiempo de duración de la sociedad: Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo opera.
- Administradores: Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o a una persona que será quien responda por las acciones de la misma.

b. Estructura Empresarial.

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la

misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un superviso inmediato.

- **Niveles Jerárquicos de Autoridad.**

La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como gerente goza indudablemente de un respetable status dentro de la misma, pero la diferencia de este individuo en su cargo también condicionará su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa.

La jerarquía cuando se usa como instrumento para ejecutar la autoridad posee una mayor formalidad y es conocida como jerarquía estructural de la organización. Este tipo de jerarquía no solamente depende de las funciones que debido a ella existen sino también del grado de responsabilidad y autoridad asignadas a la posición.

1. **Nivel legislativo-directivo**

El máximo nivel de dirección de la empresa son los que dictan la políticas y reglamentos bajo los cuales opera, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomara el nombre de junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido. Es el órgano máximo de dirección de empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la presidencia.

2. **Nivel ejecutivo**

Este nivel está conformado por el gerente administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo directo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

3. **Nivel asesor**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

4. **Nivel de apoyo**

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directamente con las actividades administrativas de la empresa.

5. **Nivel operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

- **Organigramas. (Estructural, Funcional y Posicional)**

Son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

- **Manuales. (Manual de Funciones)**

Consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa. Determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Inversiones

Esta parte del estudio se refiere a las organizaciones que ocurren o se presentan en la fase pre – operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: edificios, maquinaria, terrenos, para gastos de construcción y para capital de trabajo, etc.

Gran parte de estas inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto, puede darse el caso de que aun en esta fase sea necesario el 20realizar inversiones, ya sea para renovar activos desgastados o porque sea necesario incrementar la capacidad de producción.

Las inversiones se clasifican en tres categorías: activos fijos, activos diferidos, y capital de operación, capital de trabajo, activo circulante o fondo de maniobra.

- **Inversiones en Activos Fijos**

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proce3so productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre estas clases de activos tenemos: los terrenos, obras físicas, equipamiento de planta y la dotación de los principales servicios básicos, etc. Las inversiones a realizar se indican a continuación.

Terreno

Constituye el área física de terreno, que necesita la nueva unidad productiva para la construcción de la planta.

Construcciones

Se refiere a la infraestructura con que será construida la nave industrial, distinguiendo las partes correspondientes a oficinas y áreas netamente de producción. El tipo de empresa que se pretenda implementar, debe contar con una infraestructura que sin llegar restricciones, haga posible que todo el proceso productivo y la operación misma de la empresa cuenten con las facilidades necesarias.

Para determinar el costo de m2 de construcción necesariamente debe contarse con el asesoramiento de un profesional del área de la construcción.

Maquinaria y Equipo

Aquí agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo. Es conveniente realizar una descripción del componente tecnológico, a fin

de que el inversionista conozca los elementos de que se compone la tecnología a utilizar.

Equipo de oficina

Se incluye en este rubro todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente.

Muebles y enseres

Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas.

Vehículo

Se refiere a las unidades móviles que permiten transportar ya sea la materia prima o el producto elaborado.

- **Inversión en Activos Diferidos**

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir, para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en el que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la cuenta de sus productos o servicios originarios. Se incurre en estos costos por efectos de ciertos requerimientos de activos intangibles, entre los que tenemos.

Marcas

Son las características que permiten el fácil reconocimiento de un producto, entre ellas: diseño, nombre comercial, símbolos, etc**.**

Patentes

Son documentos que conceden a su dueño el derecho exclusivo para fabricar y vender un objeto patentado por un determinado periodo. Es un documento que otorga el gobierno a favor de los inventores para proteger sus inversiones como: maquinas, procedimientos, sustancias, etc.

Derechos de autor

El Gobierno Nacional a través de sus respectivos Ministerios concede a su dueño el derecho exclusivo para publicar y vender una obra científica, literaria, musical, etc.

Crédito mercantil

Es la confianza y seguridad de comprar mercaderías de buena calidad y con precios justos. Se dice que una empresa comercial posee crédito mercantil cuando realiza sus operaciones en tal forma que sus clientes están convencidos que sus negocios futuros con ella habrán de ser tan buenos como en el pasado.

Franquicias

Representa un derecho a utilizar propiedades de terceras personas a favor de la empresa.

- **Inversiones en capital de trabajo.**

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible

laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en el que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de las ventas de sus productos o servicios originarios.

Para determinar el monto requerido como capital de operación, capital de trabajo o fondo de maniobra, no se toma en consideración los valores correspondientes a depreciaciones y amortización de diferidos, ya que estos valores se los consideran y contabiliza para el ejercicio económico anual, por otro lado los valores correspondientes a dichos rubros no significan desembolsos monetarios para la empresa.

Financiamiento

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

a) Fuente interna, constituida por el aporte de los socios

b) Fuente externa, constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

En el primer caso, cuando se cuenta con varios inversionistas, se divide el monto de la inversión para un determinado de acciones, las mismas que son negociadas entre los socios de la nueva empresa.

En el segundo caso, cuando se debe recurrir el financiamiento externo, se hace necesario realizar un análisis de mercado financiero a efectos de conseguir un crédito en las mejores condiciones para la empresa. Se debe

poner énfasis en lo que significa “periodos de gracia”, ya que ello si bien facilita la cobertura del crédito también hace que este tenga un costo mayor pues en ese tiempo no disminuye la deuda del capital.

ANÁLISIS DE COSTOS

Para este análisis nos valemos de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o un servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto.

- **Costos de Producción o Fabricación.**

Los costos de producción están todos por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos. Por otro lado el costo esta dado en base a una “unidad de costo” que es el factor que permite medir la producción de bienes o servicios y puede estar determinada por cajas, lotes, juegos, etc.

- **Costos de Operación**

Comprende los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros no especificados.

- **Costo Total de Producción**

La determinación del costo, constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: el costo de

fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos.

La fórmula para determinar el costo total de producción es la siguiente:

CP= CF + G. ADM. + G. FIN. + G.V. + O.G
CP= Costo de Producción
CF= Costo de Fabricación
G. ADM.= Gastos Administrativos
G. FIN. = Gastos Financieros
G.V = Gastos de Ventas
O.G = Otros Gastos

Para poder aplicar la fórmula se hace necesario, encontrar el Costo de Fabricación, por lo tanto tenemos:

CF= CP´ + CGF
CF= Costos de Fabricación
CP´= Costo Primo
CGF= Costos Generales de Fabricación

De igual forma, necesitamos conocer el Costo Primo, entonces tenemos:

CP´= MOD + MPD
CP´= Costo Primo
MOD = Mano de Obra Directa24
MPD = Materia Prima Directa

Aplicando el procedimiento, para obtener el precio de venta, al mismo que se agregará el margen de utilidad; tenemos:

+ MANO DE OBRA DIRECTA
= COSTO PRIMO
+ COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN
= COSTO DE FABRICACIÓN
+ GASTOS DE ADMINISTRACIÓN*
+ GASTOS FINANCIEROS*
+ GASTOS DE VENTAS*
+ OTROS GASTOS*
= COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN
“*” Se los considera como costos de operación
Al costo obtenido se le asigna un % que representa el margen de utilidad esperado.

- **Costo Unitario de Producción**

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo, en este caso tenemos: CUP=CTPNUP

CUP= Costo unitario de producción

CTP= Costo total de producción

NUP= Número de unidades producidas

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionara un margen de utilidad para ello existen dos métodos:

a) Método rígido

Denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinada.

PVP= CT+MU

b) Método flexible

Toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado.

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y variables.

- ✓ Costos Fijos: Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

- ✓ Costos Variables: Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

PRESUPUESTO PROYECTADO

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos. Es el instrumento clave para planear y controlar.

Para la fase de operación de un proyecto es importante estimar los ingresos y egresos que se ocasionaran a fin de tener cierta información básica que permita adoptar las decisiones necesarias.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos.

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

En todo momento y circunstancia, la gestión directiva empresarial no puede ni debe dejar que las cosas se den por inercia, debe utilizar métodos específicos y adecuados para anticipar resultados y sobre esa base tomar decisiones que le permitan acercarse a conseguir los resultados esperados; uno de esos métodos es el punto de equilibrio.

Este método permite combinar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o perdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones.

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni perdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

1. Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.

2. Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.

3. Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

A) En función de las ventas

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde

PE= punto de equilibrio
CFT= Costo fijo total
1= constante matemática
CVT= Costo variable total
VT= Ventas totales

B) En función de la capacidad instalada

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \; x\, 100$$

C) En función de la producción

Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos.

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

PV u= Precio venta unitario

CV u= Costo variable unitario

$$CV\ u = \frac{CVT}{\text{Nº de unidad producidas}}$$

D) Representación Grafica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

EVALUACIÓN DE PROYECTOS

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado.

Flujo de Caja

El flujo de fondos o flujo de caja consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, etc. Por lo tanto, el flujo de fondos puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión.

Valor Actual Neto

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El valor actual neto es aquel que no debe ser menor que cero, es decir que si tiene signo negativo no es factible o viable el proyecto a ejecutarse. 28

Al tener cantidades positivas estamos diciendo que al ejecutarse el proyecto el patrimonio seguirá incrementándose de la empresa en sí.

La fórmula del Valor Actual Neto es:

$$\boldsymbol{VAN} = \sum Valores\ actualizados - Inversión$$

Tasa Interna de Retomo

Se define como la tasa de descuento o tipo de interés que iguala el VAN a cero, es decir, se efectúan tanteos con diferentes tasas de descuento

consecutivas hasta que el VAN sea cercano o igual a cero y obtengamos un VAN positivo y uno negativo.

Si TIR es > que el costo oportunidad o de capital, se acepte el proyecto.

Si TIR es = que el costo de oportunidad a de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

Si TIR es < que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

$$TIR = Tm + DT\left(\frac{VAN\ Tm}{VAN\ Tm - VAN\ TM}\right)$$

En dónde:

TIR= tasa interna de retorno
Tm= tasa menor de descuento para actualización
DT= diferencia de tasas de descuento para actualización
VAN Tm= valor actual a la tasa menor
VAN TM= valor actual a la tasa mayor

Análisis de Sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto. Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto.

Se la obtendrá mediante la aplicación de la siguiente formula:

% de variación
As = ----------
Nueva tasa de retorno

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

$$TIR = Tm + DT\left(\frac{VAN\ Tm}{VAN\ Tm - VAN\ TM}\right)$$

b. Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

TIRR=TIRO-NTIR

c. Se calcula el porcentaje de variación.

%V= (TIRR/TIRO)*100

d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

S=%V/NTIR

Relación Costo - Beneficio.

El indicador financiero beneficio – costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto
B/C = 1 es indiferente realzar el proyecto
C <1 se debe rechazar el proyecto
Para el cálculo de este tenemos:

$$RBC = \left(\frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}\right) - 1$$

Período de Recuperación del Capital

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

$$PRC = Añoquesuperalainversió + (\frac{Inversión - \sum deprimerosflujos}{Fllujoañoquesuperalainversión})$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

e.1. Materiales

Para la realización del proyecto de inversión fueron necesarios los siguientes materiales:

Material Bibliográfico:

- ✓ Libros
- ✓ Modulo
- ✓ Internet

Materiales de oficina

- ✓ Computadora
- ✓ Flash
- ✓ Copias
- ✓ Carpetas
- ✓ Esferográficos

e.2 Métodos

Para la estructuración y desarrollo del proyecto de investigación fue necesario la aplicación de diferentes métodos y técnicas los cuales ayudaron al desarrollo del mismo en diferentes aspectos, entre la principal metodología que se utilizó tenemos:

- ✓ **Método Inductivo. -** El método inductivo en esta investigación permitió identificar la demanda, oferta para poder llegar a la demanda insatisfecha, y el estudio técnico la localización de la empresa en donde va a funcionar y tener fundamentos para estructurar la propuesta.
- ✓ **Método deductivo. -** Este método permite establecer el proyecto, en base a la revisión de la literatura, también admite realizar un supuesto para llevar un análisis de lo general a lo particular, el

mismo que sirve para poder deducir o sacar las ideas principales sobre la lectura de distintos libros, revistas, folletos y mediante un proceso de razonamiento de cada uno de ellos.

- ✓ **Método Estadístico.-** Es un método muy común para llevar a cabo la tabulación de datos mediante gráficos y cuadros estadísticos de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan la parroquia Chito.

e.3 Técnicas

Para obtener información que permita desarrollar la investigación sobre la Implementación de un "Hotel" son las siguientes.

- ✓ **Encuesta**

Esta técnica se aplicó a los turistas que visitan la parroquia Chito ya que esta es una muestra representativa del universo de investigación a realizar, esto ayudo a obtener información más detallada, estos resultados conseguidos, se los sometió a un proceso de tabulación y así presentar la información gráficamente y poder analizar los resultados que se obtuvo a través de la misma, de esta manera determinar la demanda real y efectiva.

- ✓ **Entrevista**

Esta técnica se utilizó para la recopilación de información mediante la conversación directa con las personas involucradas en el sector hotelero de la Parroquia Chito: Hotel Divino Niño, Hotel La Cruz.

- ✓ **Observación Directa**

Esta técnica se utilizó en la parroquia Chito lugar donde se va a implementar el proyecto, ya que esta técnica ayudo a obtener información

muy valiosa para la creación de un hotel conociendo así cuáles son las necesidades, gustos y preferencias de los turistas en cuanto al hospedaje.

e.4. POBLACION Y MUESTRA

Para determinar el tamaño de la población, se basó en los datos que se obtuvo de los registros que llevan cada hotel que existe en la parroquia que para el año 2015 ingresaron 809 turistas, y con una tasa de crecimiento de 0.8%, se procede a calcular la proyección de turistas que ingresan a la parroquia Chito para el año 2016, la cual corresponde a 815 turistas.

Proyección

La vida útil del proyecto de inversión será de diez años, por lo tanto, para cada año será proyectado para el número de población del año 2015.

Por consiguiente, se procedió a calcular la población en los años en que se estime que el servicio tenga existencia en el mercado, la cual también está proyectada en base al número de turistas.

Para la proyección se aplica la siguiente formula con los siguientes datos:

$$PF = Pb\,(1+i)^n$$

SIMBOLOGIA	***DATOS***	
Pb=Población base	**Pb=** 809	PF= 2015 $(\mathbf{1}+\boldsymbol{i})^{\boldsymbol{n}}$
Pf= Población futura	**Pf=** ¿?	PF = 809 $(\mathbf{1}+\mathbf{0.8})^{\mathbf{1}}$
i=Tasa de crecimiento	**i=** 0.8	PF =815 Turistas
n=Número de años	**n=** 1	

POBLACIÓN	
2014	449 turistas
2015	809 turistas

Pf=Pb$(\mathbf{1}+\boldsymbol{i})^{\boldsymbol{n}}$

$$\frac{Pf}{Pb} = (1+i)^1$$

$$\frac{809}{449} = (1+i)^1$$

1.80=1+i

1.80-1=i

i=0.8 % **Tasa de Crecimiento**

CUADRO N°-01		
PROYECCION DE LA POBLACION DE TURISTAS EN LA PARROQUIA CHITO		
AÑOS VIDA UTIL	AÑO	POBLACIÓN TOTAL
0	2016	815
1	2017	822
2	2018	829
3	2019	836
4	2020	843
5	2021	850
6	2022	857
7	2023	864
8	2024	871
9	2025	878
10	2026	885

Fuente: Registros de los hoteles existentes de la parroquia Chito
Elaboración: La Autora

Análisis.

Como podemos observar en la Parroquia Chito ingresan 815 turistas al año, valor que se obtuvo al aplicar la fórmula de proyección, datos que permite calcular el tamaño de la muestra.

Proyección de turistas.

$$PF = Pb\,(1 + i)^n$$

Muestra.

En base a los datos obtenidos del número de turistas de la parroquia Chito referido a 815 turistas; el nivel de confianza estimado es un 95%, la probabilidad de éxito y de fracaso, ambas consideradas a un 50%, y con un margen de error del 5% establecido el porcentaje así para Latino América.

Fórmula

$$N = \frac{z^2 . N . P . Q}{e^2 (N - 1) + z^2 . P . Q}$$

Datos:

N =815

Z= 1.96**= 95%**

P= 0,50 **= 50%**

Q= 0,50 **= 50%**

e= 0.05 **= 5%**

n = Tamaño de muestra

N = Población total

e = Margen de error

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

Z = Nivel de confianza.

$$n = \frac{(1.96)^2\ 815\ (0.5)(0.5)}{(0.05)^2(\ 815\text{-}1\ )+\ (1.96)^2\ (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(815)\ (0.25)}{(0.0025)\ (\ 814\ )+\ \ (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{3.8416(204)}{2.04 + 0.9604}$$

$$n = \frac{783.69}{3.00}$$

n=261 encuestas

Análisis:

El tamaño de la muestra para el presente proyecto es de 261 encuestas destinadas a los turistas que visitan la parroquia Chito, con el fin de conocer la demanda potencial, las necesidades y expectativas de nuestros posibles clientes en la obtención del servicio nuevo que se ofrecerá a los turistas.

f. RESULTADOS

f.1 Tabulación de resultados a los clientes

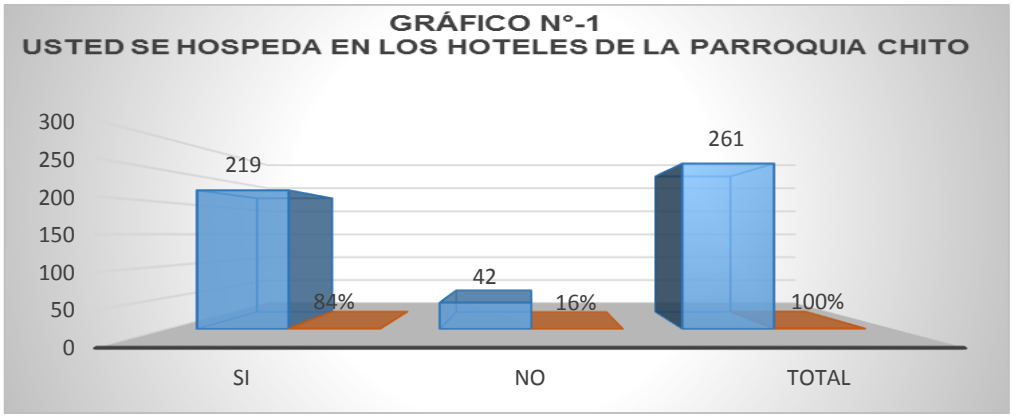
Luego de haber obtenido los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan la parroquia Chito se pudo obtener los siguientes resultados**.**

INFORMACION GENERAL

1.- ¿Cuándo usted visita la parroquia Chito, del cantón Chinchipe se hospeda en los hoteles existentes?

CUADRO N°-02		
USTED SE HOSPEDA EN LOS HOTELES DE LA PARROQUIA CHITO		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	219	84%
No	42	16%
TOTAL	**261**	**100%**

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora



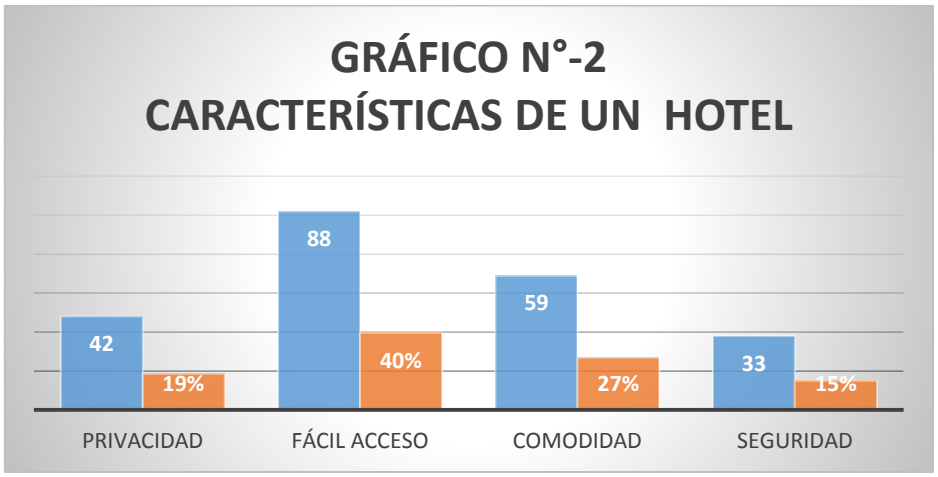
ANALISIS:

Del total de los turistas encuestados,219 personas que corresponde a 84% se hospedan en los hoteles de la parroquia Chito, mientras que el 16% que corresponde a 42 personas no hacen uso de este servicio; por motivos de que él viene una vez al año o simplemente no gustan de estos servicios. Por lo tanto, podemos observar, la mayor parte de turistas si deseen este servicio lo cual resulta atractivo y beneficioso para la empresa.

2.- Que características debería tener un hotel?

CUADRO N°- 03		
CARACTERÍSTICAS DE UN HOTEL		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Privacidad	42	19%
Fácil acceso	88	40%
Comodidad	59	27%
Seguridad	33	15%

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACÓN

Como podemos observar del total de los turistas encuestados, el 40% que corresponde a 88 personas estuvo de acuerdo que un hotel debe ofrecer el fácil acceso, mientras que el 27% correspondiente a 59 encuestados ellos consideran que el hotel debe ofrecer comodidad siendo estos factores de gran importancia para el turista, también tenemos el 19% que corresponde a 42 personas ellos consideran que un hotel debe ofrecer privacidad, y por ultimo tenemos el 15% correspondiente a 33 personas ellos consideran que un hotel debe ofrecer seguridad para los turistas o huéspedes.

3.- ¿Cada que tiempo se hospeda usted en un hotel de la parroquia Chito?

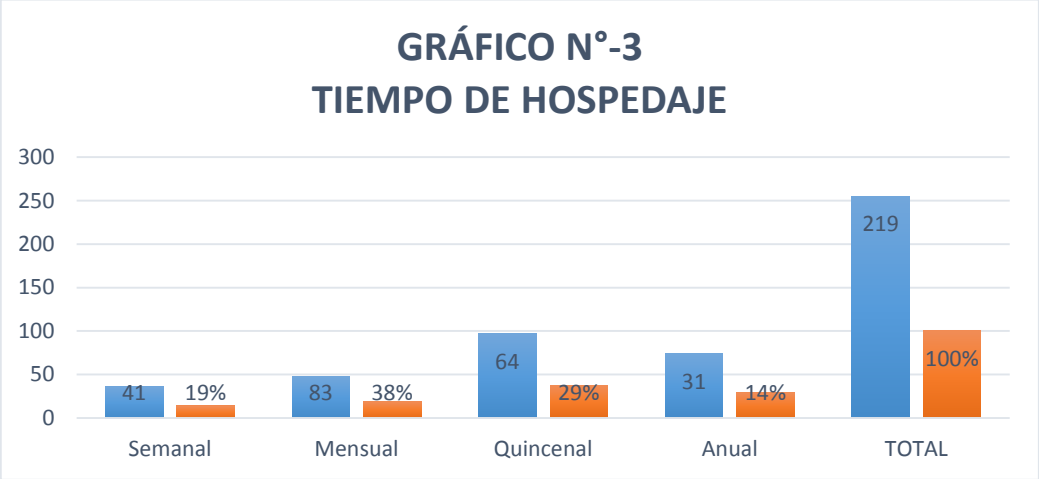
CUADRO N°- 04				
TIEMPO DE HOSPEDAJE EN LA PARROQUIA CHITO				
Variable	**Xm**	**Frecuencia**	**Xm.f**	**Porcentaje**
Semanal	52	41	2,132	19%
Mensual	12	83	996	38%
Quincenal	26	64	1,664	29%
Anual	1	31	31	14%
TOTAL		**219**	**4,823**	**100%**

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora

$$\mathbf{X} = \frac{\Sigma(\mathbf{Xm.f})}{\boldsymbol{n}}$$

X= $\frac{4,823}{219}$

X= 22 servicios



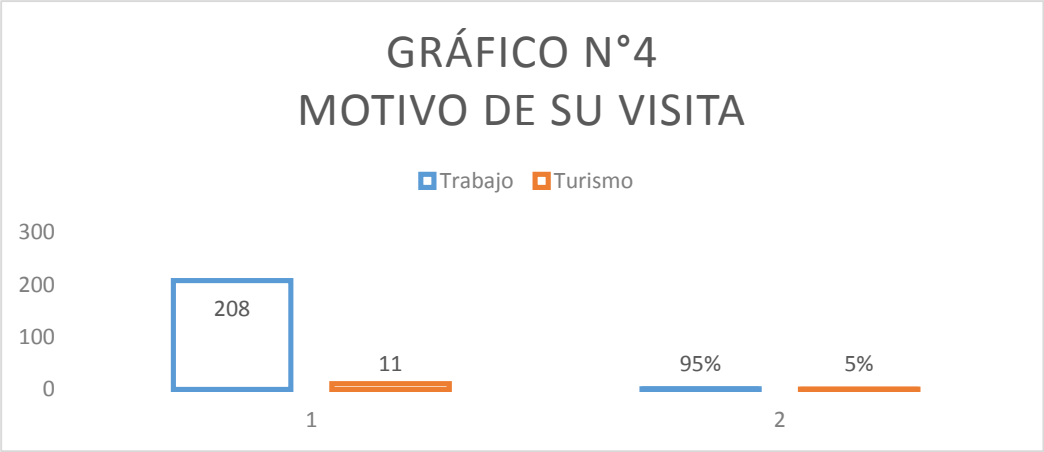
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Una vez analizado los resultados de la tercera pregunta; se obtuvo que los turistas visitan 17 veces al año.

4.- ¿Cuál es el motivo de su visita aquí en la parroquia Chito?

CUADRO N°- 05		
MOTIVO DE SU VISITA		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Trabajo	208	95%
Turismo	11	5%

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según los datos obtenidos los principales motivos del turista al visitar la parroquia Chito son: trabajo con un 95%, y turismo con un 5%, siendo el trabajo con mayor porcentaje.

5.- ¿Por cuantos días se hospeda en el hotel de la parroquia Chito?

CUADRO N°06				
TIEMPO DE HOSPEDAJE				
Variable	**Xm**	**Frecuencia**	**Xm.f**	**Porcentaje**
1a2 días	1,5	114	171	90,80%
2 a 3 dias	2,5	105	263	10,19%
TOTAL		**219**	**434**	**100%**

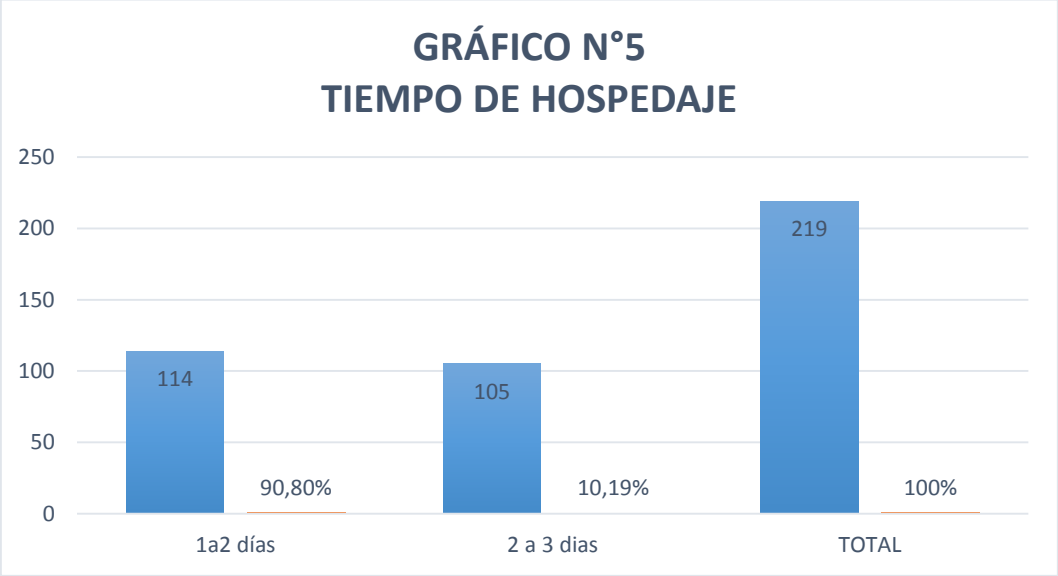
Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora

PROMEDIO

$$x = \frac{\Sigma(Xm.f)}{n}$$

X= $\frac{434}{219}$

X= 2 días



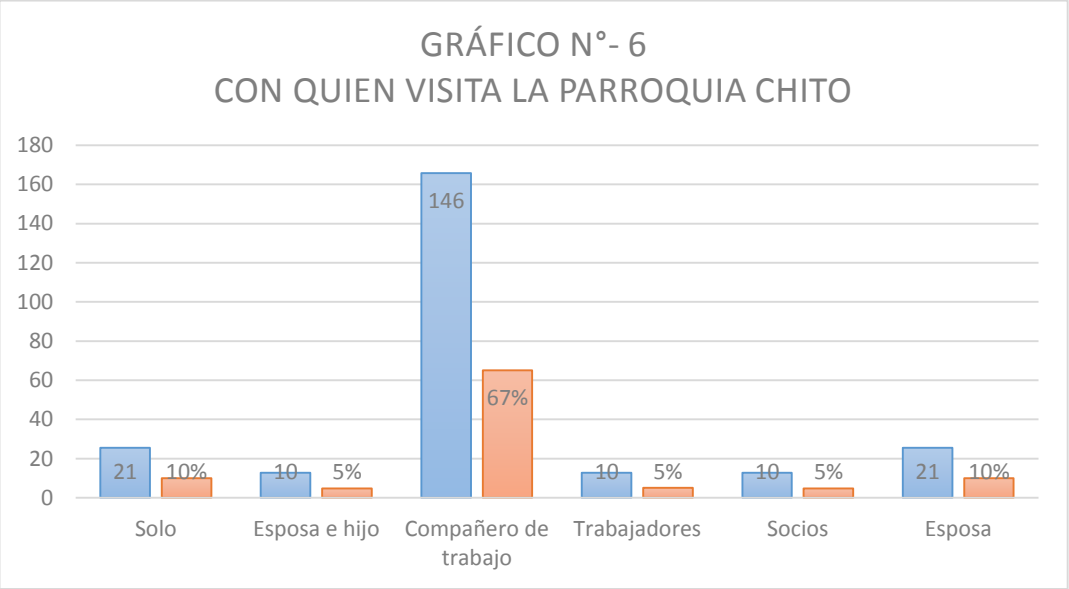
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con respecto al hospedaje, el promedio que los turistas permanecen el hotel es de 2 días.

6.- ¿Con quién acostumbra visitar este lugar?

CUADRO N°-07		
CON QUIÉN ACOSTUMBRA VISITAR ESTE LUGAR		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Solo	21	10%
Esposa e hijo	10	5%
Compañero de trabajo	146	67%
Trabajadores	10	5%
Socios	10	5%
Esposa	21	10%
TOTAL	**219**	**100%**

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En cuanto a la pregunta 6 acerca de con quien acostumbra visitar la parroquia, se obtuvo como resultado que los turistas visitan el lugar con su compañero de trabajo dándonos un resultado del 67% que representa a 146 personas encuestadas.

7.- ¿Si se implementaría un hotel en la parroquia Chito, que le ofrezca atención exclusiva y de calidad usted utilizaría sus servicios?

CUADRO N°- 08		
IMPLEMENTACION DEL HOTEL		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	219	100%
No	0	0%
TOTAL	**219**	**100%**

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora

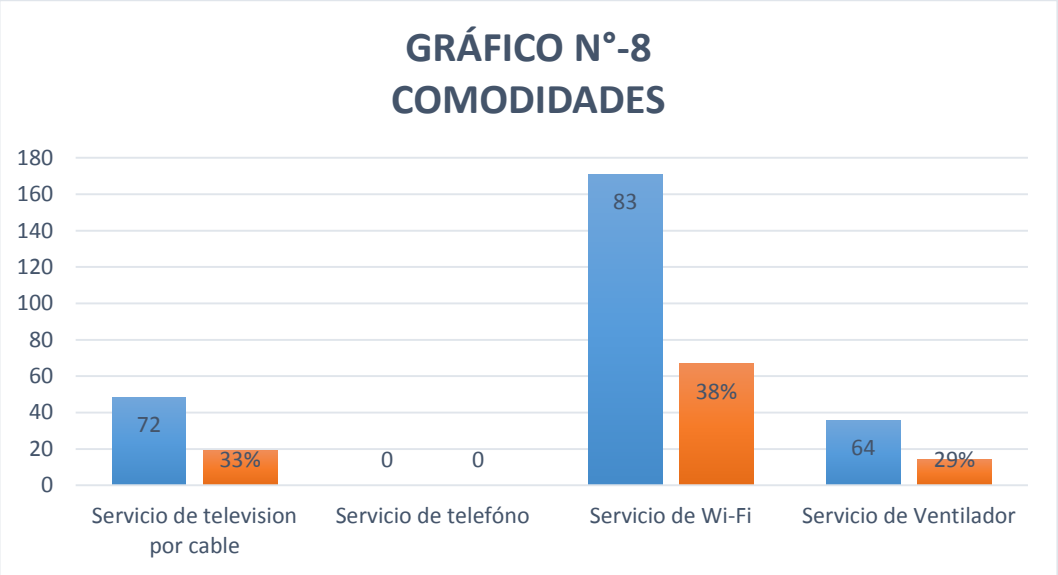
ANÁLISIS E INTERPRETACION

En cuanto a la pregunta 7 acerca de la implementación de hotel, se obtuvo como resultado que el 100% que corresponde a 219 personas utilizarían los servicios del hotel a implementarse, ya que son pocos los hoteles que hay en el lugar y no cubre toda la demanda existente.

8.- ¿Qué tipos de comodidades le gustaría que hubiera en el hotel?

CUADRO N°-9		
COMODIDADES DEL HOTEL		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Servicio de television por cable	72	33%
Servicio de telefóno	0	0
Servicio de Wi-Fi	83	38%
Servicio de Ventilador	64	29%

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora



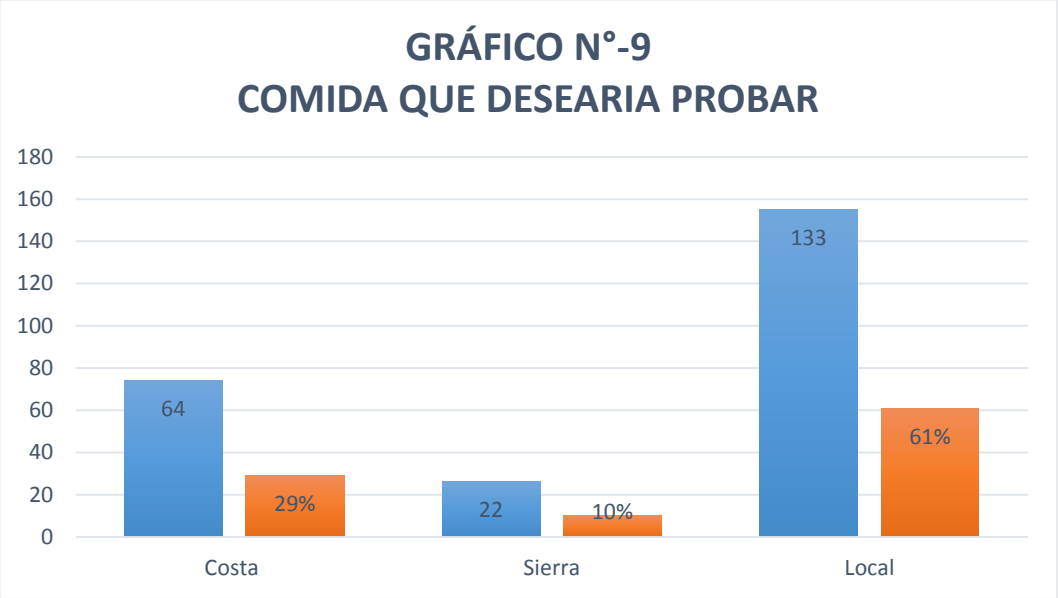
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En cuanto a la pregunta 8 acerca de que comodidades prefiere en el hotel a implementarse, se obtuvo como resultado que el 38% que corresponde a 83 personas prefieren la comodidad del servicio de Wi-Fi, y como siguiente servicio que es el de televisión por cable el 33% que corresponde a 72 personas lo prefieren, el 29% que corresponde a 64 personas prefieren el servicio de ventilador.

9.- ¿Si en el hotel hubiera los servicios de restaurante que tipo de comida desearía probar?

CUADRO N°-10		
SERVICIOS DE RESTAURANTE		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Costa	64	29
Sierra	22	10
Local	133	61

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora



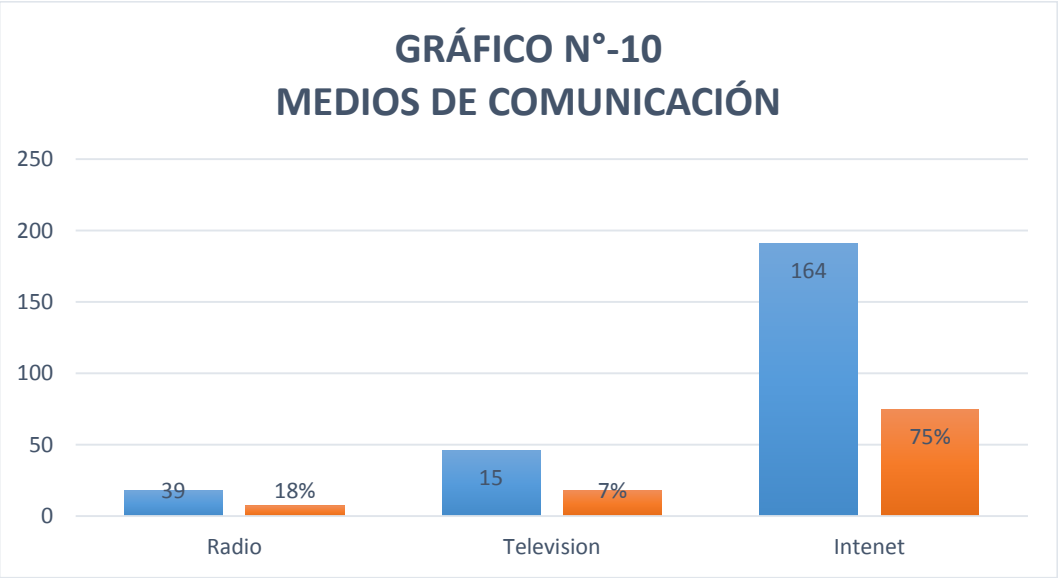
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En cuanto a la pregunta 9 acerca de si hubiera un restaurante en el hotel usted que comida desearía probar, se obtuvo como resultado que el 61% que corresponde a 133 personas prefieren consumir comida de la localidad dicen que ellos desearían probar comidas típicas del lugar, mientras que el 29% que corresponde a 64 personas les gustaría probar comida de la costa ya que ellos les gustaría seguir consumiendo la comida de su localidad, también tenemos como resultado que el 10% que corresponde a 22 personas dice que ellos consumirían comida de la sierra ellos prefieren la comida de la Serranía.

10.- por qué medio de comunicación le gustaría que se realice la promoción del hotel?

CUADRO N°-11		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Radio	39	18%
Televisión	15	7%
Internet	164	75%

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora



ANÁLISI E INTERPRETACIÓN

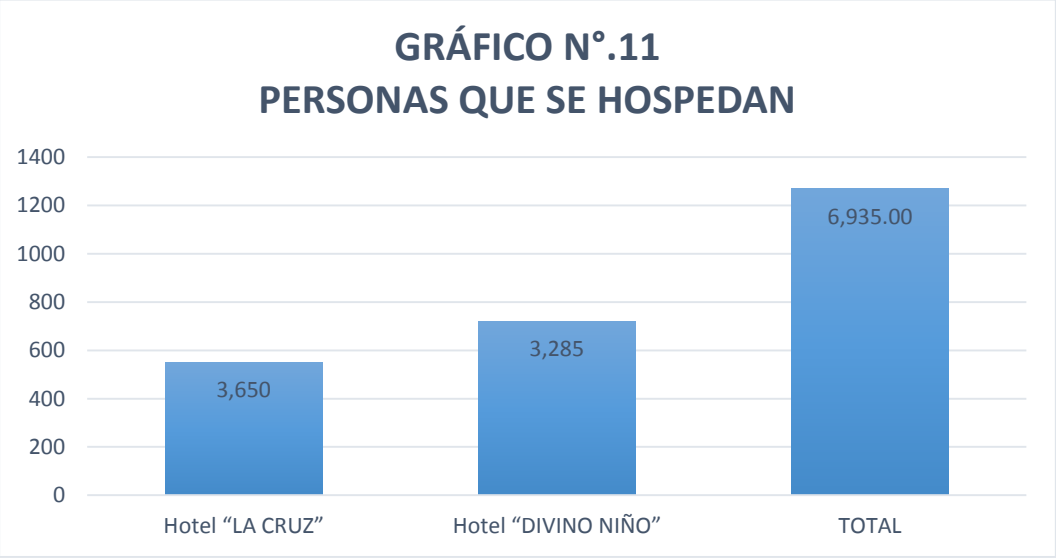
En cuanto a la pregunta 10 acerca de porque medio de comunicación le gustaría enterarse de la promoción del hotel, se obtuvo como resultado que el 75% que corresponde a 164 personas prefieren que se realice la promoción por el internet, mientras que el 7% que corresponde a 15 personas les gustaría que sea por televisión la promoción, también tenemos como resultado que el 18% que corresponde a 39 personas dice que ellos prefieren que sea la promoción por la radio.

f.2. tabulación de los resultados de la entrevista a los oferentes

1.- ¿Cuántos servicios oferta en su establecimiento hotelero al año?

CUADRO N°12		
OFERTA DE SERVICIOS		
HOTELES	Nº DE PLAZAS	INGRESO ANUAL
Hotel "LA CRUZ"	10 plazas	3,650.00
Hotel "DIVINO NIÑO"	9 plazas	3,285.00
TOTAL		6,935.00

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La entrevista se la realizo a los diferentes hoteles que existen en la parroquia Chito como son el hotel La Cruz y el Hotel Divino Niño, aquí se tomó en cuenta el número de plazas que tiene cada uno de los hoteles es decir el hotel La Cruz cuenta con 6 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 3 hab individuales, 2 hab dobles y 1 triple dándonos un total de 10 plazas. Obteniendo como resultado que dicho hotel tendrá una oferta de 3,650 al año.

En cuanto al hotel Divino Niño cuenta con 5 habitaciones que están distribuidas de la siguiente manera: 1 triple 2 dobles y 2 individuales dándonos un total de 9 plazas, como resultado tenemos que tiene una oferta anual de 3,285.

Como resultado se obtuvo una oferta de **6,935.00** anual.

2.- ¿Con que servicios adicionales cuenta su establecimiento?

CUADRO N°13		
SERVICIOS		
Variables	Frecuencia	Porcentaje
Servicio de restaurante	0	0
Servicio de recorrido	0	0
Servicio de lavandería	0	0
Servicio de Wi-Fi	0	0

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la información obtenida de los dos hoteles existentes en la parroquia Chito, ningún hotel cuenta con estos servicios adicionales antes mencionados.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

Producto Principal.

El principal servicio que se pretende ofrecer al sector turístico de la parroquia Chito es de hospedaje, se va a caracterizar por ser uno de los hoteles que cumplen con las normas establecidas y será un hotel en donde ofrecerá un servicio de calidad contara con un personal eficiente y eficaz , así mismo contara con diferentes tipos de habitaciones como las que se mencionara a continuación.

4 habitaciones individuales

4 habitaciones dobles

4 habitaciones triples

4 habitaciones matrimoniales

Todas las habitaciones contaran con TV Cable, WI-FI, Teléfono habrá dos sanitarios tanto para hombres como para mujeres. En cuanto a las habitaciones matrimoniales contaran con baño privado, habrá espacio de garaje.

Sera un hotel de 4 plantas diseñado en base a las condiciones del terreno tendrá una dimensión de 860 m^2.

Tendrá vistas impresionantes que caracteriza la parte alta de la parroquia Chito

PRODUCTOS SUSTITUTOS

En este punto se integra toda la competencia que existe en este sector.

DEMANDANTES

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda, está basado en la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos de evolución y del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio. Hay que entender cuál es el

tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de consumo de nuestros clientes, el consumo medio por cliente y las pautas de comportamiento de la demanda.

DEMANDANTES POTENCIALES

Considera la totalidad del mercado que se compone por el segmento específico o nicho de mercado que ha sido previamente determinado en este caso toda la población de turistas que ingresaron a la parroquia Chito en el año 2015 con una población de 809 personas, y realizando las actualizaciones de población partimos con una tasa de crecimiento del 0.8%, que proyectando con una base establecida en el año 2016 con una población de 815, se procede a realizar una proyección de esta población a 10 años (Cuadro N°01).

Cuadro N° 14
Demandantes Potenciales

AÑOS VIDA UTIL	AÑO	POBLACIÓN TOTAL(0.08%)
0	2016	815
1	2017	822
2	2018	829
3	2019	836
4	2020	843
5	2021	850
6	2022	857
7	2023	864
8	2024	871
9	2025	878
10	2026	885

Fuente: Cuadro N° 1
Elaboración: La Autora

DEMANDANTES REALES

Para determinar la demanda real se tomó en consideración la pregunta # 1 **¿Cuándo usted visita la parroquia Chito, del cantón Chinchipe se**

hospeda en los hoteles existentes? (Cuadro N°2) con un porcentaje del 84% que se hospedan en los hoteles.

DR= Demanda Potencial x % de hospedaje en los hoteles de la parroquia Chito

DR= 815 x 84%= 684

¿Cuándo usted visita la parroquia Chito, del cantón Chinchipe se hospeda en los hoteles existentes?

CUADRO N°- 2		
USTED SE HOSPEDA EN LOS HOTELES DE LA PARROQUIA CHITO		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	219	84%
No	42	16%
TOTAL	**261**	**100%**

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Cuadro N°- 15
Proyección de Demandantes Reales del hotel

AÑO DE VIDA ÚTIL.	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES (84%)
0	815	684
1	822	690
2	829	696
3	836	702
4	843	708
5	850	714
6	857	719
7	864	725
8	871	731
9	878	737
10	885	743

Fuente: Cuadro N°1, Pregunta N°1(porcentaje)
Elaboración: La Autora

ANALISIS E INTERPRETACION.

Para determinar los demandantes reales nos basamos en los datos recopilados del (cuadro N°-2). **¿Cuándo usted visita la parroquia Chito, del cantón Chinchipe se hospeda en los hoteles existentes?** de la encuesta aplicada a los turistas que visitan la parroquia Chito la cual nos permitió conocer que el 84% se hospedan en los hoteles de la parroquia Chito, obtenido como demandantes reales 684personas en el año base (2016), culminado el año 2026 con 743 personas que visitaran la parroquia Chito.

DEMANDANTES EFECTIVOS

Para determinar la demanda efectiva se tomó en consideración la pregunta #7**¿Si se implementaría un hotel en la parroquia Chito, que le ofrezca atención exclusiva y de calidad usted utilizaría sus servicios?** (Cuadro N°8) con un porcentaje del 100% que si serian nuestros clientes.

DE=Demanda Real x % de turistas que van hacer uso de os servicios de hospedaje.

DE=684 x 100%= 684

¿Si se implementaría un hotel en la parroquia Chito, que le ofrezca atención exclusiva y de calidad usted utilizaría sus servicios?

CUADRO N°- 8		
IMPLEMENTACION DEL HOTEL		
Variable	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	219	100%
No	0	0%
TOTAL	**219**	**100%**

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Cuadro N°-16

Proyección de Demandantes Efectivos del hotel

Año de vida útil.	Demanda Real	Demandantes Efectivos (100%)
0	684	684
1	690	690
2	696	696
3	702	702
4	708	708
5	714	714
6	719	719
7	725	725
8	731	731
9	737	737
10	743	743

Fuente: Cuadro N° 15, Pregunta N° 7(Porcentaje)
Elaboración: La Autora

ANALISIS E INTERPRETACION.

Para determinar los demandantes efectivos nos basamos en los datos recopilados del (cuadro N°-8). **¿Si se implementaría un hotel en la parroquia Chito, que le ofrezca atención exclusiva y de calidad usted utilizaría sus servicios?** de la encuesta aplicada a los turistas que visitan la parroquia Chito la cual nos permitió conocer que el 100% si serian nuestros clientes, obtenido como demandantes efectivos 684personas en el año base (2016), culminado el año 2026 con 743 personas que serían nuestros clientes.

CUADRO N°17

Resumen de los demandantes proyectados

Año de vida útil.	Demanda Potencial	Demandantes Reales 84%	Demanda Efectiva (100%)
0	815	684	684
1	822	690	690
2	829	696	696
3	836	702	702
4	843	708	708
5	850	714	714
6	857	719	719
7	864	725	725
8	871	731	731
9	878	737	737
10	885	743	743

Fuente: Cuadro N°15, Cuadro N°16, Cuadro N°17
Elaboración: La Autora

Promedio Servicio Anual

De acuerdo a la demanda efectiva y a su proyección se realiza un promedio de servicio anual que se toma de la pregunta Nº **3¿Cada que tiempo se hospeda usted en un hotel de la parroquia Chito?** de las encuestas realizadas a los turistas, dando como resultado que los turistas se hospedan o hacen uso de este servicio 22 servicios al año.

Cuadro Nº 18

Proyección de la Demanda Efectiva

AÑOS	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES (84%)	DEMANDANTES EFECTIVOS (100%)	PROMEDIO PERCAPITA DE SERVICIO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA Servicios
0	815	684	684	22	15,048
1	822	690	690	22	15,180
2	829	696	696	22	15,312
3	836	702	702	22	15,444
4	843	708	708	22	15,576
5	850	714	714	22	15,708
6	857	719	719	22	15,818
7	864	725	725	22	15,950
8	871	731	731	22	16,082
9	878	737	737	22	16,214
10	885	743	743	22	16,346

Fuente: Encuesta – Investigación Directa
Elaboración: La Autora

ESTUDIO DE LA OFERTA

En el presente proyecto la oferta está constituida por todos los hoteles, existentes en la parroquia Chito, actualmente existen 2 hoteles, como se los menciona a continuación:

¿Cuántos servicios oferta en su establecimiento hotelero al año?

CUADRO N°12		
OFERTA DEL SERVICIO		
HOTELES	**Nº DE PLAZAS**	**INGRESO ANUAL**
Hotel "LA CRUZ"	10	3,650.00
Hotel "DIVINO NIÑO"	9	3,285.00
TOTAL		**6,935.00**

Fuente: Cuadro N° 12 encuesta de la oferta
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a los resultados obtenidos en base al cuadro N° 12, en los diferentes lugares donde se ofertan el servicio de hotelería en la parroquia Chito, ofertan 6,935.00 servicios anuales, por lo cual se pudo concluir que no abarcan la totalidad de personas que ingresan a la parroquia Chito, ya sea por su infraestructura insuficiente para poder satisfacer la demanda existente o la falta de recursos.

Para determinar el porcentaje promedio de crecimiento de oferta:

Tasa de Crecimiento

15,048 100%

6,935.00 ?

Tasa de Crecimiento: 0.46%

CUADRO N°19

PROYECCION DE LA OFERTA

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA
2016	15,048	6,935
2017	15,180	6,966
2018	15,312	6,998
2019	15,444	7,030
2020	15,576	7,062
2021	15,708	7,094
2022	15,818	7,126
2023	15,950	7,158
2024	16,082	7,190
2025	16,214	7,223
2026	16,346	7,256

DEMANDA INSATISFECHA

Luego de haber obtenido datos referidos en cuanto a la demanda efectiva que corresponde a turistas, se procede a restar el valor en cuanto se refiere a la competencia de la empresa. Cabe recalcar que empresa hotel en la parroquia Chito, tiene de competencia 2 hoteles.

Demanda insatisfecha

DI= Demanda Efectiva- oferta

DI= 15,048 - 6,935

DI= 8,113

Se determinó que la demanda efectiva es de 15,084 y la oferta de 6,935.00 para obtener la demanda insatisfecha se calculó la demanda efectiva menos la oferta, dando como resultado **8,113**.

CUADRO N°20
Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	15,048	6,935	8,113
2017	15,180	6,966	8,214
2018	15,312	6,998	8,314
2019	15,444	7,030	8,414
2020	15,576	7,062	8,514
2021	15,708	7,094	8,614
2022	15,818	7,126	8,692
2023	15,950	7,158	8,792
2024	16,082	7,190	8,892
2025	16,214	7,223	8,991
2026	16,346	7,256	9,090

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

SERVICIO PRINCIPAL

Es la descripción del servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del usuario, destacando sus características principales, nuestro servicio llevara el nombre de **“HOTEL SAN ANTONIO”**

DESCRIPCION DEL SERVICIO

Con el fin de ofrecer a los turistas una mayor comodidad y satisfacción durante su estadía en el “Hotel San Antonio” a crearse en la parroquia Chito el mismo que contara con el siguiente servicio:

Dentro del hotel se prestará el servicio de hospedaje.

Hospedaje: Las habitaciones que tendrá el Hotel “San Antonio”, cuentan con zonas adecuadas para el descanso del visitante. El Hotel ofrecerá distintos tipos de habitaciones:

- ✓ **Individual (4 habitaciones):** Ideal para quienes viajan solos. No tienen más espacio del que necesitas, y además el precio se adecua a las necesidades de todos aquellos huéspedes que buscan tener un lugar tranquilo para descansar en sus viajes de placer o de trabajo.

- ✓ **Doble (4 habitaciones):** Como su nombre lo indica, esta clase de habitaciones son para dos personas. Las camas son dos camas individuales independientes.

- ✓ **Triples (4 habitaciones):** Estas habitaciones cuentan con 3 camas, es perfecta para los viajes con sus amigos o compañeros de trabajo.

- ✓ **Habitación matrimonial (4 habitación):** Conocidas como las mejores y más lujosas habitaciones, contara con un baño privado y 1 televisor, mesa, silla y ventilador.

Todas las habitaciones contaran con ventilador, mesa y silla. Habrá 2 baños en general.

Ubicación: El**"Hotel San Antonio"** se encontrara ubicado en la parroquia Chito, a 2h: 30 min del Cantón Chinchipe. Se puede decir que el acceso que conduce hacia este lugar, lo convierte en un sector importante para el

desarrollo del turismo en la parroquia Chito, que dicho sea de paso ya es muy visitado sobre todos por los mineros que visitan la parroquia.

PRESENTACIÓN DEL SERVICIO

En la actualidad, en el cantón Chinchipe se está evidenciando un crecimiento significativo en cuanto a turismo, específicamente en la parroquia Chito ya que es la más visitada por los turistas (mineros).

NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre de la empresa es la carta de presentación ante el público, ya que debe estar encaminado al alcance de los objetivos planteados, el nombre trascenderá con el pasar del tiempo, en el desarrollo de la empresa desde el inicio hasta su posicionamiento en el mercado por lo tanto el nombre que se escogió para la empresa se denomina:

HOTEL SAN ANTONIO

LOGOTIPO

Considerada como los nombres y expresiones gráficas que facilitan la identificación del servicio y permiten su recuerdo asociado a uno y otro atributo, el logotipo del servicio a ofrecer será el siguiente:

HOTEL SANANTONIO

SLOGAN: Es un elemento verbal que se utilizará en la mayoría de formatos publicitarios el mismo que provoca una asociación entre la marca y su ventaja principal, el slogan del servicio será.

"Donde descansar es un placer"

Comercialización del servicio

Está formada por el lugar en el que los ofertantes y demandantes efectúan intercambios de bienes y productos, esta es una estrategia para ingresar al mercado objetivo será con el análisis de la competencia por lo que la empresa utilizara intermediaros o canales de distribución.

Para la comercialización de los servicios del hotel se ha determinado el siguiente canal de distribución:

PRECIO: El precio que tendrá el servicio del hotel se lo realizara en base a los competidores y a los costos que incurren en la creación del mismo más el porcentaje de utilidad.

PLAZA: En la distribución de los servicios, la prestación de los mismos se brinda en el establecimiento, sin embargo, se pueden distribuir los beneficios de los servicios. En el caso de nuestro Hotel los beneficios de los servicios son para aquellos turistas (mineros) que visitan la parroquia Chito.

PUBLICIDAD: Es una técnica de comunicación masiva destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación para lograr el objetivo de motivar al cliente hacia una acción, generalmente compulsiva, razón por el cual los medios de comunicación que serán utilizados para dar a conocer el servicio a los usuarios serán:

Cuñas Radiales: Sera necesario hacer conocer el servicio por medio de la radio de la localidad como es la Radio Misión San Antonio 93.3 Chinchipe, y 94.9 Loja, por la cual pasaremos 365 cuñas radiales, estas cuñas serán transmitidas en los siguientes horarios 15:00 pm a 16:00 ya que estos son los horarios más sintonizados por la población.

GRÁFICO N°-13
CUÑA PUBLICITARIA

Spot Publicitarios: Se realizará 6 spot publicitarios.

Llaveros: Los llaveros hoteleros tienen algunas diferencias en comparación con los llaveros convencionales a los que estamos acostumbrados, así mismo deben ser de un tamaño considerable y tener un diseño acorde al estilo del hotel. Se realizará 100 llaveros.

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño y localización

- **Tamaño del proyecto**
- ✓ **Capacidad instalada**

La capacidad instalada del hotel está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. El hotel contará con 4 habitaciones matrimoniales 4 habitaciones individuales, 4 habitaciones dobles y 4 habitaciones triples. En total contara con 16 habitaciones. Respecto a la capacidad instalada, se puede mencionar que el hotel tendrá la capacidad para acoger a 32 personas diarias.

32 personas diarias x dos días de estadía semanal = 64 x 52 semanas al año = 3.328 veces que utilizaran el hotel.

Y de acuerdo a las encuestas los turistas manifiestan que por lo general visitan la parroquia Chito dos veces al año, por consiguiente, se tendrá:

Si se atiende al año 3.328 personas y llegan 2 veces al año se estaría atendiendo 6.656 veces al año.

CUADRO Nº 21
CAPACIDAD INSTALADA

Número de habitaciones	**Capacidad diaria**	**Días de estadía(2 días)**	**Capacidad anual (52 semanas)**	**Veces que visitan la Parroquia Chito (2 veces al año)**
16 habitaciones	32 visitantes diarios	64 veces	3,328 veces al año	6.656

Elaborado: La Autora

- ✓ **Capacidad utilizada**

Para que la empresa utilice la capacidad que posee y aproveche eficientemente la inversión de los activos fijos, estará en relación directa con el mercado. En el presente proyecto se utilizará la misma capacidad instalada es decir se acogerá a 32 personas diarias ya que se contará con 16 habitaciones. Además, se trabajará las 24 horas al día y los 7 días a la semana y las 52 semanas al año.

- ➢ **Localización**

Es llegar a determinar el lugar exacto donde se va a instalar la empresa, es decir precisar cuál es la mejor localización que permita ahorrar recursos. De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro localización y Micro localización, los cuales se muestran a continuación.

- ✓ **Macro Localización**

El proyecto de inversión de acuerdo a la macro localización se llevara acabo de la siguiente manera, estará ubicado en el País Ecuador en la Región Sur del país en la provincia de Zamora Chinchipe, Cantón Chinchipe, Parroquia Chito.

País: Ecuador
Región: Sur
Provincia: Zamora Chinchipe
Cantón: Chinchipe
Parroquia: Chito

MAPA POLITICO DEL ECUADOR

GRÁFICO N°-14

La provincia de Zamora Chinchipe se encuentra al sur del Ecuador, sus límites son:

Norte: Provincia de Morona Santiago

Sur: República del Perú

Este: República del Perú

Oeste: Provincia del Azuay y Loja

MAPA DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE

GRÁFICO N°- 15

El Cantón Chinchipe se ubica en el extremo sur de la provincia amazónica de Zamora Chinchipe es ubicado un entre los 04° 41’ 18’’ y 05° 00’59 (Hito quebrada San Francisco) de Latitud Sur y entre los 78º 53’ 10’’ (*Hito Jesús*) y los 79º 26’ 07’’ (*Hito Nacientes del Río Quingo*) de Longitud Occidental. Sus límites son:

> **Norte**: Con el cantón Palanda, siendo su límite natural el río Palanumá, el Mayo Chinchipe y el Punchis.
>
> **Sur** y al **Este:** Limita con la República del Perú.
>
> **Oeste:** Con la República del Perú y el cantón Espínola de la provincia de Loja.

MAPA DEL CANTON CHINCHIPE

GRÁFICO N°- 16

- ✓ **Micro Localización**

Es el estudio que se realiza con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la Empresa, ya que este sitio es el que permite cumplir con los objetivos planteados.

La Parroquia Chito

La parroquia Chito, ubicada al sur del Ecuador y norte del Perú, es una parroquia rural del Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe. Conocida por sus límites:

Norte: Con el Cantón Palanda a través de la parroquia La Canela y la quebrada Punchis.

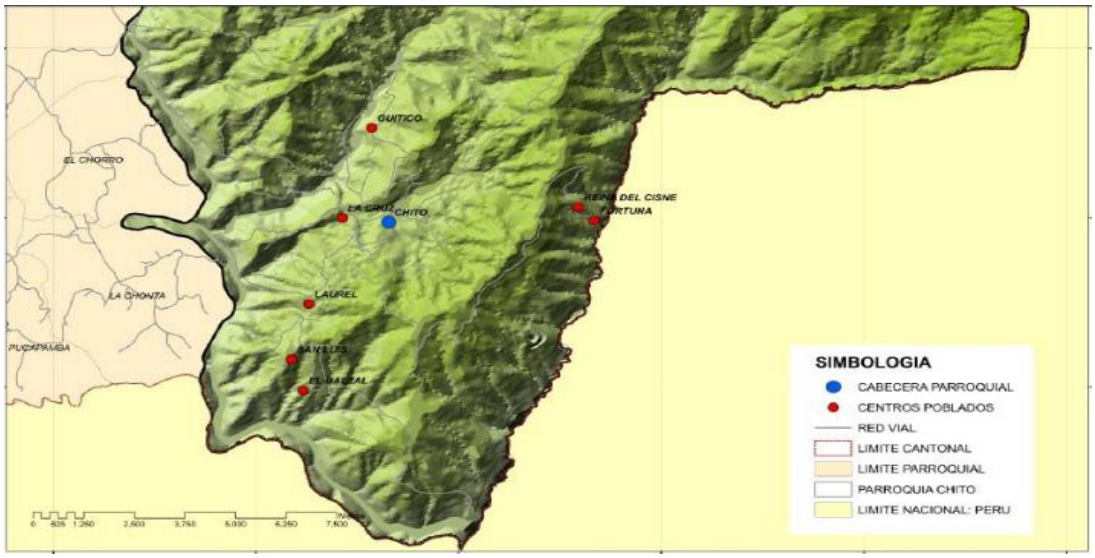
Sur: Limita con el Río Chinchipe y la quebrada San Francisco.

Este: Limita con la Quebrada San Francisco y la Cordillera Picorana.

Oeste: Limita con el Río Mayo.

MAPA DE LA PARROQUIA CHITO

GRÁFICO N°- 17



CROQUIS DE LA PARROQUIA CHITO

GRÁFICO N°-18

- **FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables y fundamentalmente hacia el cual está orientado el servicio.

- ✓ **Vías de comunicación.**

La provincia de Zamora Chinchipe, cuenta con vías de comunicación de segundo orden, en el caso de la ubicación del Hotel son vías de fácil acceso para llegar hasta el mismo. Por lo tanto, podemos decir que la vialidad es óptima para la implementación del proyecto.

- ✓ **Cercanía al mercado**

Nuestra empresa estará ubicada en un lugar estratégico en el centro de la parroquia Chito, apto para realizar la comercialización del servicio, en la cual la empresa se encuentra circunscrita dentro del mercado potencial.

- ✓ **Servicios básicos**

Para el normal funcionamiento del Hotel, el sector cuenta con todos los servicios básicos indispensables como son: agua, energía eléctrica, y teléfono, TV. Cable.

- ✓ **Mano de obra**

Para la prestación del servicio en el Hotel se contará con un equipo de trabajo capacitado y adiestrado para dar un servicio eficiente y efectivo a los clientes.

- **INGENIERIA DEL PROYECTO**

Tiene como función todos los recursos físicos para los requerimientos óptimos del Hotel, tiene que ver fundamentalmente con la construcción del Hotel, su equipamiento y las características del servicio a ofertar. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento del hotel, indicando el proceso del servicio, así como la maquinaria y equipo necesario.

- ✓ **COMPONENTES DEL HOTEL:**

SERVICIO DE HOSPEDAJE

EQUIPO PARA LAS HABITACIONES		
CANT.	**EQUIPO**	**MARCA**
2	**Lavadora:**	SAMSUNG
1	**Secadora:**	SAMSUNG
17	**Televisores:**	SAMSUNG
17	**Soportes de televisor:**	SAMSUNG
16	**Equipo telefonico:**	

28	**Lamparas**	
1	**Caja registardora**	
1	**Abrillantadora**	
1	**Aspiradora**	
1	**Router**	
1	**Antena para internet**	
	MUEBLES Y ENSERES	
1 juego	**Muebles de espera**	MADERA

4	**Camas: 2½ plaza**	MADERA
16	**Cama:1 ½ plaza**	MADERA
8	**Camas de 2 plazas**	MADERA
4	**Colchones de 2 ½**	
16	**Colchones de 1 ½**	
8	**Colchones de 2 plazas**	
16	**Peinadoras pequeñas**	MADERA
16	**Mesa:**	MADERA
16	**Sillas:**	MADERA

MUEBLES DE STAR Y RECEPCION		
1	**Mueble de recepción**	
1	**Mueble de llaves**	
1	**Dispensador de agua**	
EQUIPO DE COMPUTO		
1	**Computadora**	SAMSUNG
Equipo de oficina		
1	**Sumadora**	CASIO
2	**Grapadora**	

2	Perforadora	
	UTILES DE OFICINA	
2 resmas	Papel bon	
1 caja	Lápices	
1 caja	Lapiceros	
2	Correctores	
1	Grapadora	
1	Perforadora	
2	Carpetas archivadoras	

2	**Facturas**	
1	**Sello**	
1	**Cinta scotch**	
MENAJE		
48j uegos	**Sabanas: tela de algodón lino de 2 ½ .**	Nancy
192 jugos	**Sabanas: tela algodón de 1 ½**	
96 juegos	**Sabanas: tela algodón de 2 plazas**	
56 unidades	**Colchas**	
56 unidades	**Almohadas: a base de plumón.**	

56 unidades	**Edredón: de una plaza**	Edredón Nórdico
28	**Protectores de colchón**	
100	**Toallas:**	
32	**Cortinas**	
	UTILES DE ASEO	
6 unidades	**Escoba**	
6 unidades	**Trapeadores**	
2 yardas	**Franela**	
2 pacas de	**Jabon de tocador**	
4	**Basureros**	

6 galones	**Desinfectante**	
2galones	**Deja Liquido**	
6 pacas	**Papel higenico rollo industrial**	
6	**Toallas pequeñas**	
2 pacas	**Jaboncillos de tocador**	
INSUMOS DE TOCADOR		
50 pacas	**Papel higiénico**	
3128	**Jabón de tocador**	
3128	**Shampoo sachet**	

Fuente: Varios

Elaborado: La Autora

RECURSO HUMANO

CUADRO N°22	
RECURSO HUMANO	
PERSONAL ADMINISTRATIVO	1 Gerente 1 Contadora 1 Conserje
PERSONAL OPERATIVO	1 Recepcionista. 2 Camareras-Lavandería 1 Guardia

- **PROCESOS DE OFRECIMIENTO DE SERVICIO**

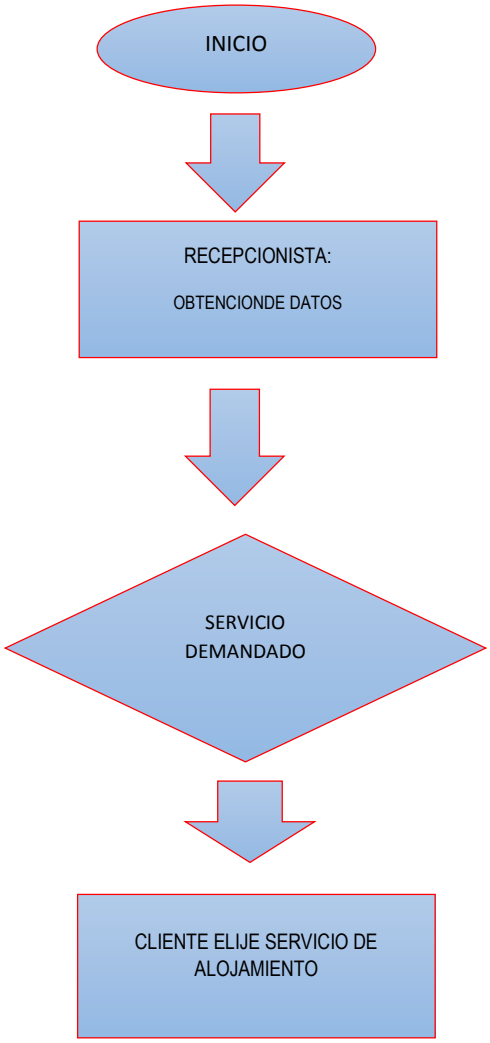
El hotel consta del servicio de alojamiento, el cliente elegirá el servicio indicando de antemano al encargado de recepción el mismo que obtendrá la información necesaria del cliente como gustos y preferencias, tiempo de estadía y forma de pago.

El cliente podrá obtener información del hotel por dos formas ya sea por (teléfono-internet) o personalmente al momento de ingresar al hotel. Si el cliente solicita la información vía telefónica o internet y posterior a esto realiza la reservación la recepcionista tendrá la obligación de dar todos los datos requeridos por el cliente el cual tendrá que especificar la forma de pago y en qué fecha lo realizara, en el momento que se confirme el deposito se procederá a realizar todos los requerimientos en hospedaje, cuando el cliente ingrese al hotel inmediatamente se ofrecerá el servicio con todas las especificaciones previamente indicadas a recepción, por último se cancelaran valores faltantes y se procederá a entregar la factura correspondiente.

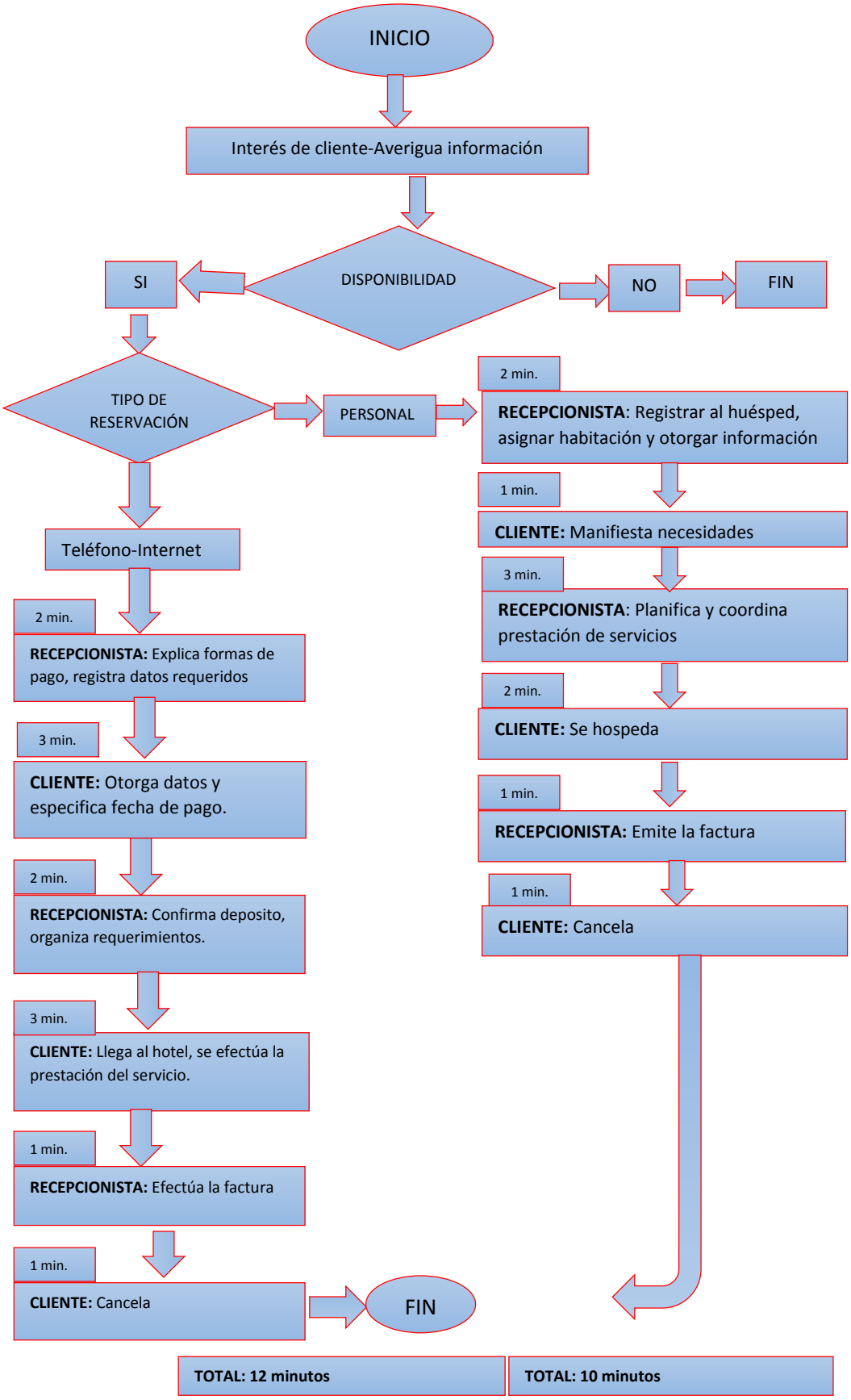
Si el cliente procede a realizar la reservación personalmente, la recepcionista tiene que registrar al huésped, asignar habitación y entregar

toda la información necesaria, la persona a hospedarse una vez dicha su necesidad procederá a cancelar y se le entregara la respectiva factura.

FLUJOGRAMA GENERAL DE PRESATACION DE SERVICIOS TURISTA



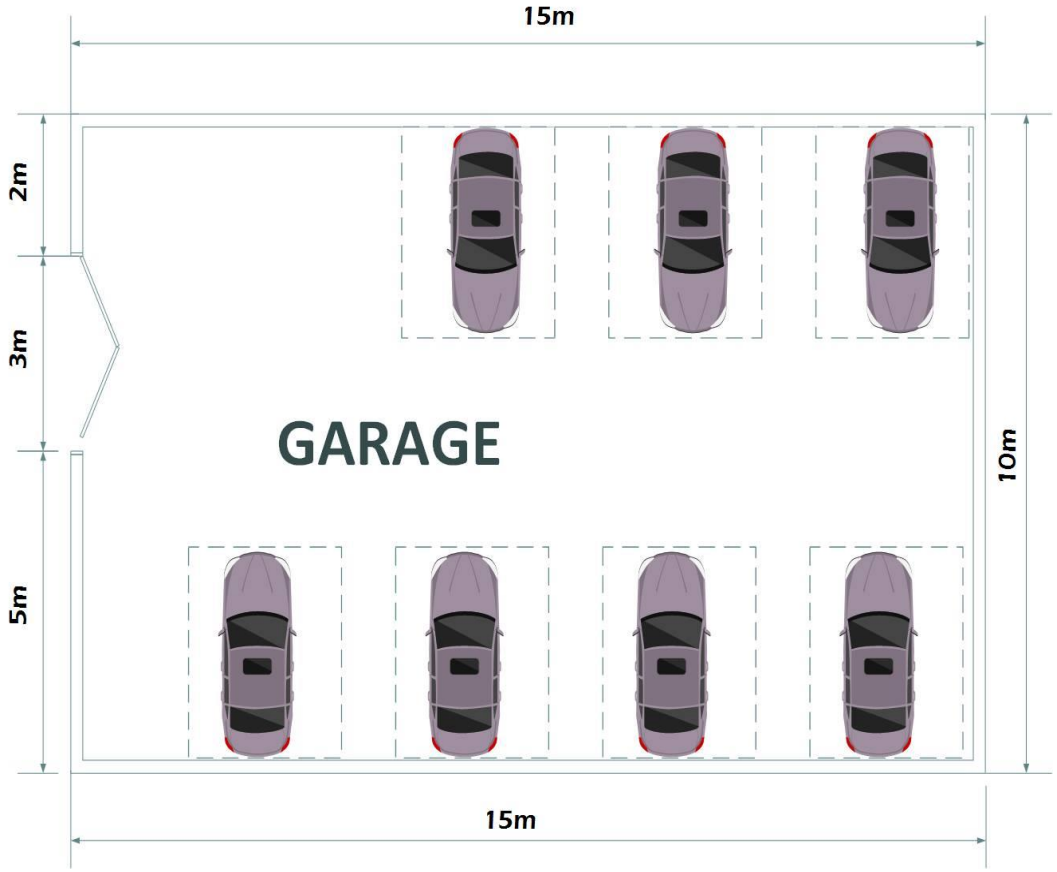
FLUJOGRAMA DE PROCESOS DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO



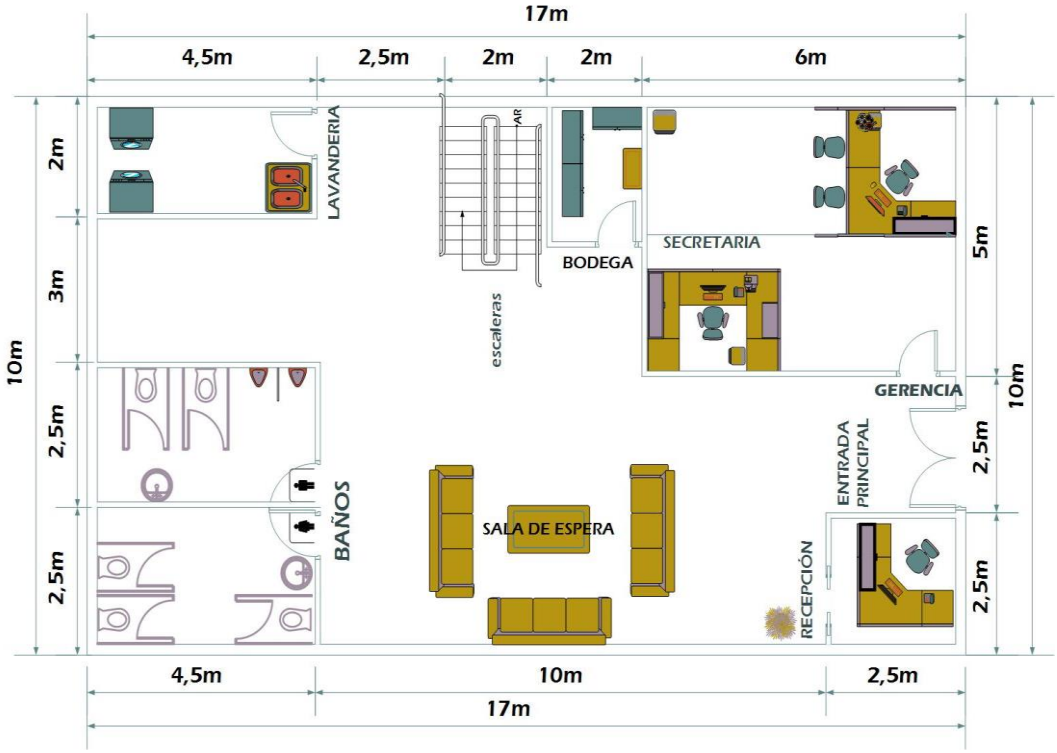
- **INFRAESTRUCTURA FÍSICA DEL HOTEL**

Se relaciona exclusivamente con la parte física del Hotel, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa, en esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión. A continuación se presenta en donde se va a realizar la creación del hotel.

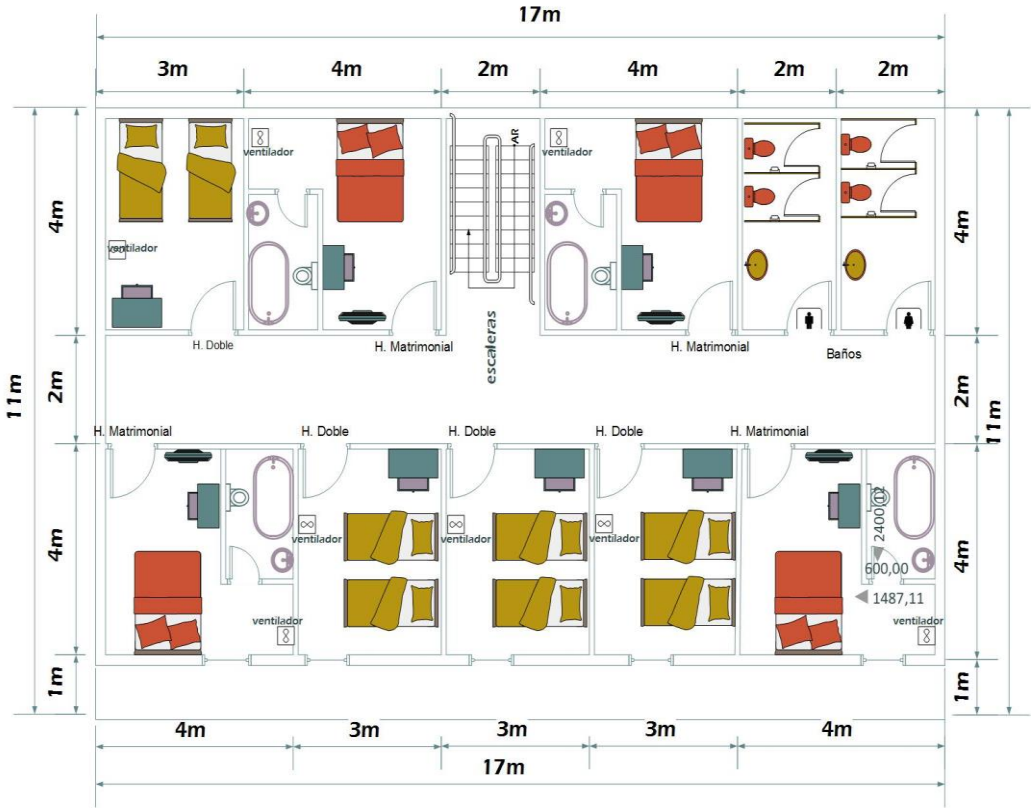
- ✓ **DISEÑO DE LA PLANTA SUBTERRANEA**



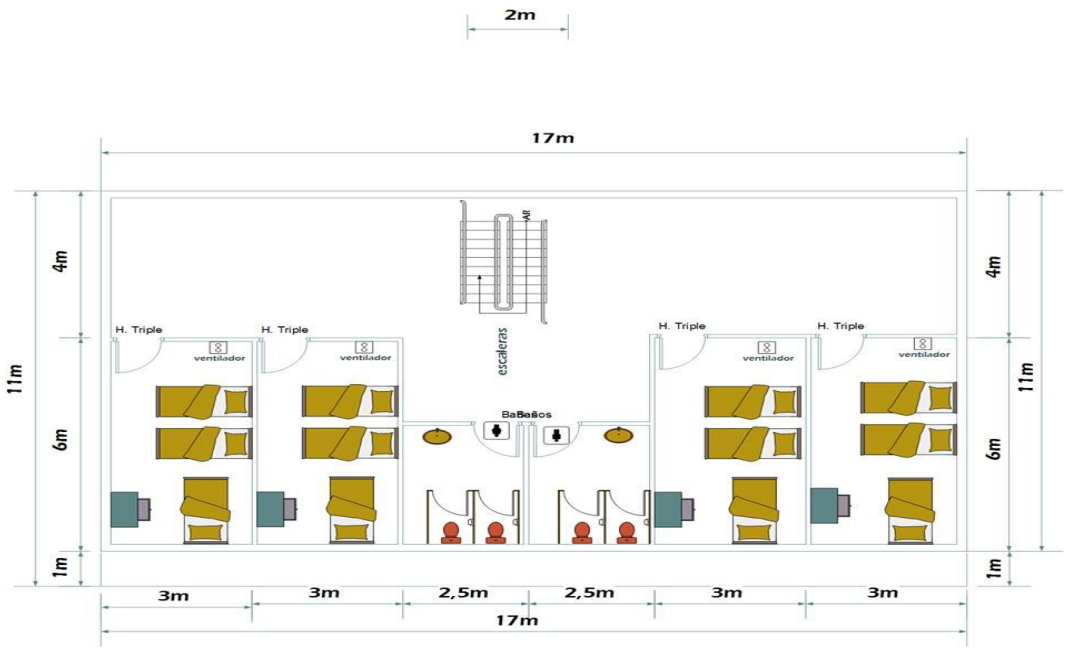
✓ DISEÑO DE LA PLANTA BAJA



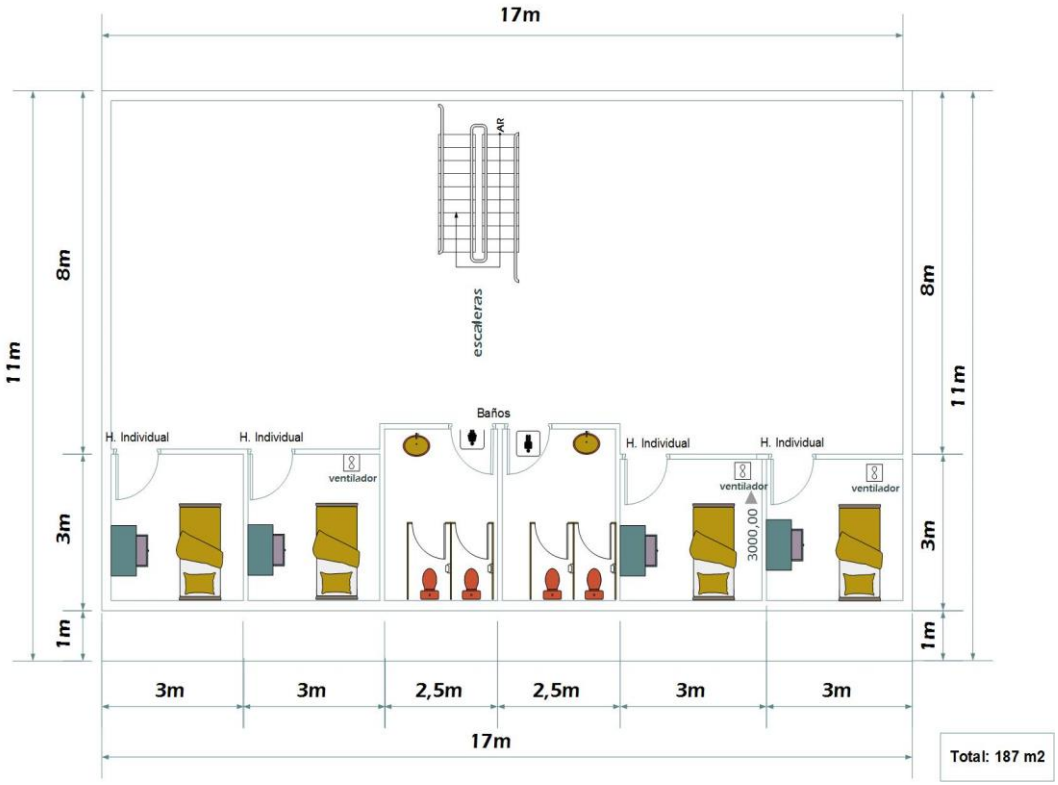
✓ DISEÑO DE PRIMERA PLANTA ALTA



✓ **DISEÑO DE SEGUNDA PLANTA**



✓ **DISEÑO DE LA TERCERA PLANTA**



El diseño del hotel es en base a las condiciones del suelo donde se va a construir, el terreno tiene un área de 860 m^2, al momento que los turistas

ingresen al hotel se señalizará el lugar del estacionamiento, que quedara en la planta subterránea del hotel.

En cuanto a las habitaciones como se puede ver las habitaciones matrimoniales contaran con baño privado y el resto de habitaciones contaran con 2 baños en general que a su vez estarán diseñados con un mecanismo para el tratamiento de aguas residuales. A si mismo todas las habitaciones contaran con ventilador, mesa y silla.

DISTRIBUCION DE LA PLANTA

DISEÑO DE LAS HABITACIONES

HABITACION MATRIMONIAL

HABITACION TRIPLE

HABITACION DOBLE

HABITACION INDIVIDUAL

DISEÑO ORGANIZACIONAL (ORGANIZATIVA EMPRESARIAL)

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

a.- BASE LEGAL

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

BASE LEGAL DE LA EMPRESA

Para la organización de la empresa se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 92 de la ley de compañías, que en su parte pertinente dice que la Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae con un mínimo de cuatro personas, y pudiendo tener como máximo un numero de quince como se menciona en el Art.95 de la ley de compañías, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura.

La razón social de la empresa será Hotel San Antonio Cía. Ltda.

Hotel San Antonio Cía. Ltda. Trabajará bajo las leyes de la República del Ecuador. Este nombre constará en todas las operaciones que realice la empresa, la cual se regirá por la ley de Compañías, Código Civil y demás normas pertinentes relacionadas con las actividades que realice la compañía.

SOCIOS. – Según el Art. 98 de la ley de compañías menciona que para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada

se requiere de capacidad civil para contratar. La empresa será conformada por cuatro socios capitalistas.

RAZON SOCIAL. - Brindar el servicio de hospedaje de calidad con el objetivo de satisfacer las necesidades del usuario.

DOMICILIO. - El domicilio de la compañía se encuentra ubicado en la Parroquia Chito, Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe, República del Ecuador.

PLAZO. - El plazo de duración de la compañía es de 10 años, que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil; sin embargo, la Junta General de Socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

CAPITAL. – El Art. 102 de la ley de compañías dice que el capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. El capital mínimo será de **$198.598.33** dólares de los Estados Unidos de América, el capital propio es de **$.98.598.33**, las cuales corresponden a los socios en proporción a sus aportes, totalmente pagados y recibidos a satisfacción de la sociedad, en dinero en efectivo.

FUENTE EXTERNA: Son los créditos que otorgan las instituciones financieras, con su respectiva tasa de interés, en el presente proyecto se accederá a un crédito a través de la Corporación Financiera por ser un

crédito muy elevado, a una tasa de interés del 9.15% a 10 años plazode $.100.000.00

GERENCIA. - El uso de la razón social de la Empresa y su representación legal y administrativa estarán a cargo de un Gerente con su respectivo Suplente, (o de los cargos que se creen) quien remplazará al Gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales con las mismas facultades y atribuciones de éste, designados por la Junta de Socios.

DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS.

Art. 114 de la ley de compañías. - El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante, cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;

c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;

e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitar a prorrata de las participaciones que tuviere;

g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;

h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.

En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables.

i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercitarán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,

j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

Art. 115 de la ley de compañías. - Son obligaciones de los socios:

a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los cases y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de la Ley de compañías;

b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;

c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;

d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;

e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;

f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,

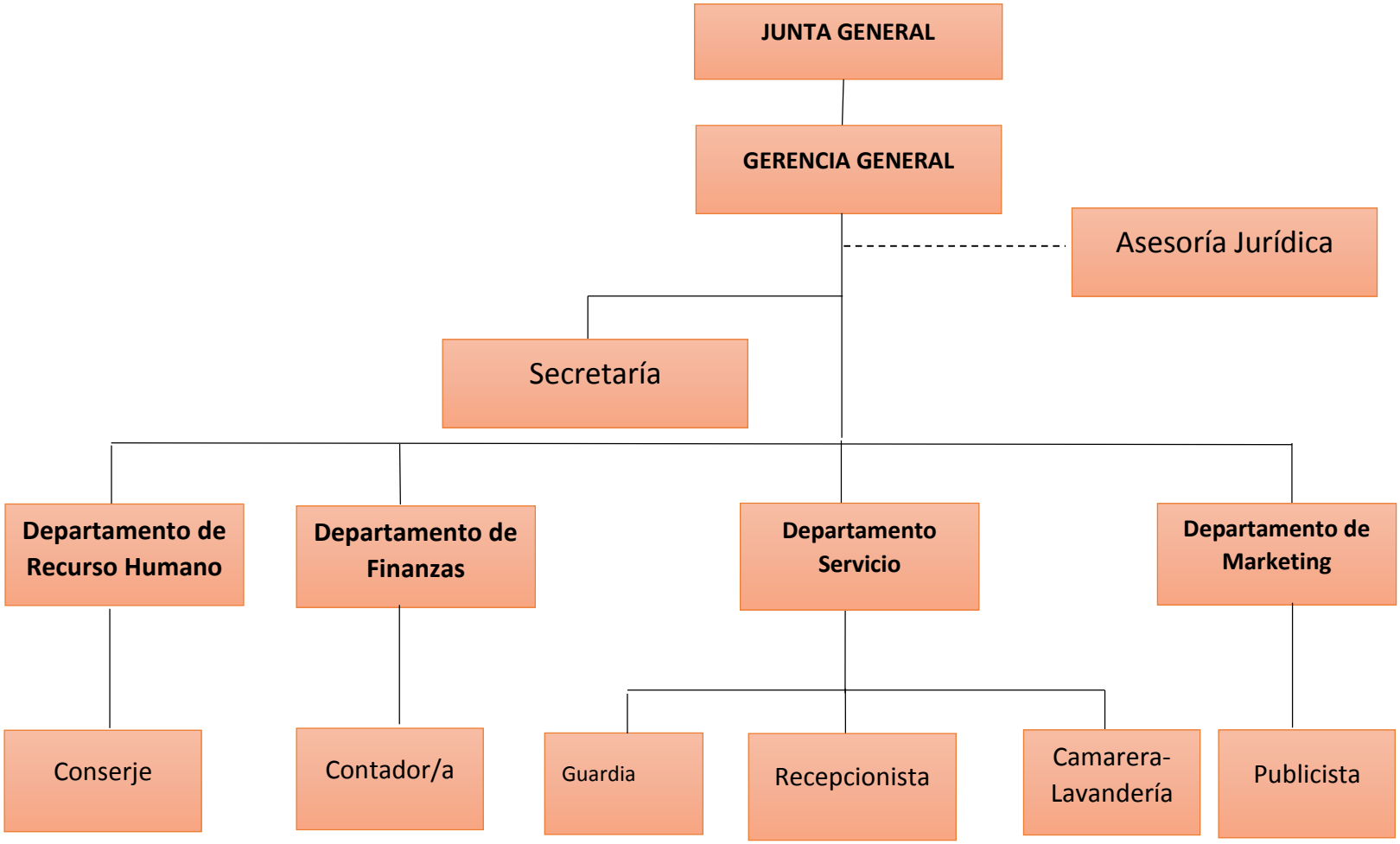
g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

B. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

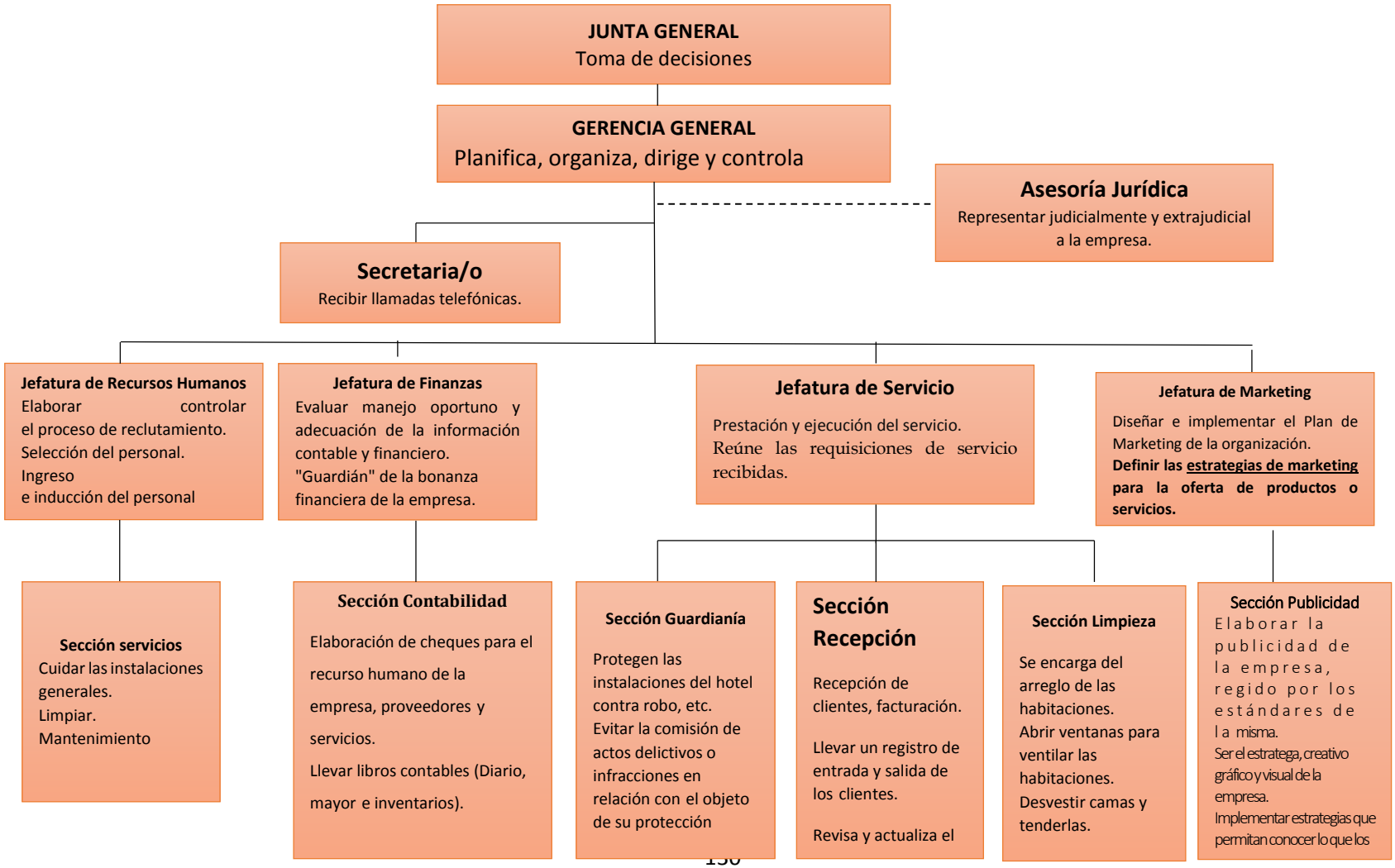
La organización administrativa de la empresa permite conocer como está estructurada la institución, por ende, se emplea los organigramas estructurales, funcional y de posición. En cuenta a la organización del personal, mediante la estructura de un manual de funciones se tendrá un mejor control de dirección del recurso humano del hotel.

ORGANIGRAMAS:

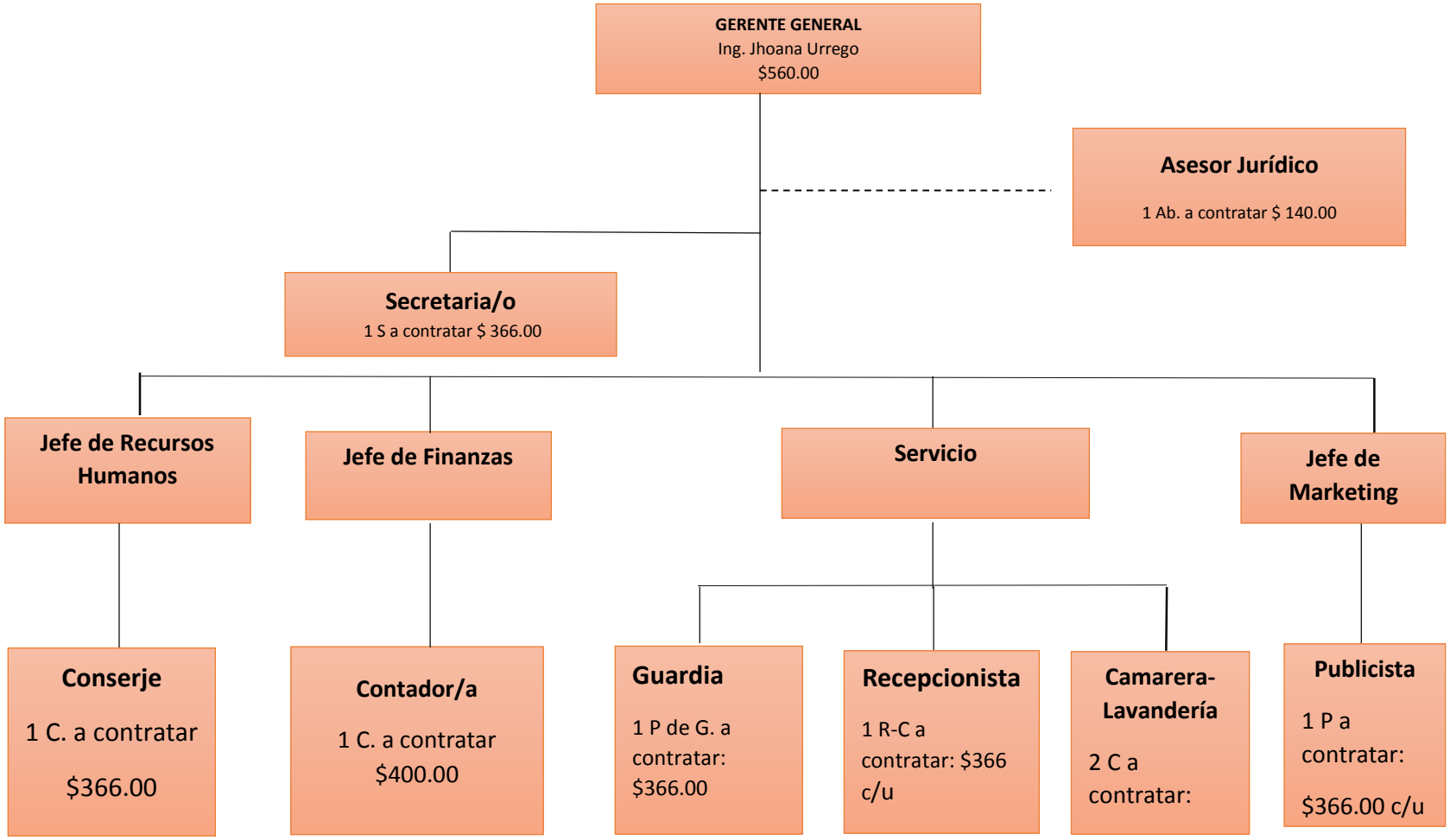
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL "HOTEL SAN ANTONIO CIA LTDA"



ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL "HOTEL SAN ANTONIO CIA LTDA"



ORGANIGRAMA POSICIONAL DEL "HOTEL SAN ANTONIO CIA LTDA"



MANUAL DE FUNCIONES

1.IDENTIFICACION DEL PUESTO	**Código:** A001
Título del Puesto: Gerente General	
Nivel Jerárquico: Ejecutivo	
Subalternos: Todo el personal	
2.- DESCRIPCION DE LA POSICIÓN	
Naturaleza del trabajo: 1. Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. Supervisar, guiar y planificar el proceso del servicio entregado.	
Tareas Típicas: Ser el representante Judicial y extrajudicialmente a la empresa. Interpretar planes, programas y más directrices técnicas y administrativas del nivel. Legislativo. Elaborar y ejecutar las estrategias de promoción y publicidad de la empresa. Determinar las fechas estratégicas y los intermediarios adecuados para la venta del servicio. Analizar las políticas de venta.	
Características de la clase Responsabilidad administrativa, económica y técnica en la ejecución de las tareas	
Requisitos para el Puesto: Título en Ingeniería Comercial o carreras a fines Que manejen dos idiomas Experiencia mínima de dos años. Cursos de Relaciones Humanas	
Perfil del Puesto: Responsable Buena presencia Tiempo completo	

1.IDENTIFICACION DEL PUESTO	**Código:** A002
Título del Puesto: Contadora	
Superior inmediato: Gerente	
Nivel Jerárquico: Auxiliar o de Apoyo	
Área Departamento o Sección: Área Financiera	
Subalternos: Ninguno	
2.- DESCRIPCION DE LA POSICIÓN	
Naturaleza del trabajo: 1. Manejar y tramitar documentos e información confidencial de la empresa, ejecutar operaciones y realizar el análisis financiero.	
Descripción General de Contadora: Llevar actualizado el sistema contable de la empresa. Preparar estados financieros de la empresa. Organizar en forma adecuada los registros contables. Ejecutar operaciones contables.	
Requisitos para el Puesto: Título en Contabilidad y Auditoría. Experiencia mínima de dos años Curso de secretariado y contabilidad Curso de Informática Curso de Relaciones humanas	
Perfil del Puesto: Responsable Buena presencia Tiempo completo Trabajo en equipo	

1.IDENTIFICACION DEL PUESTO	**Código:** A003
Título del Puesto: Conserje	
Superior inmediato: Gerente	
Nivel Jerárquico: Operativo	
Área Departamento o Sección: Operativa	
Subalternos: Ninguno	
2.- DESCRIPCION DE LA POSICIÓN	
Naturaleza del trabajo: Cuidar las instalaciones generales	
Tareas típicas: Mantenimiento Sacar la basura Limpiar Regular la calefacción central	
Características de la clase: Responsabilidad en sus labores de trabajo, se requiere buenas relaciones interpersonales, habilidades y destrezas para la conducción.	
Requisitos para el Puesto: Título de bachiller. Experiencia	
Perfil del Puesto: Responsable Buena presencia Tiempo completo Trabajo en equipo	

1.IDENTIFICACION DEL PUESTO	**Código:** A004
Título del Puesto: Recepcionista	
Superior inmediato: Gerente	
Nivel Jerárquico: Operativo	
Área Departamento o Sección: Área Operativa (servicio de hospedaje)	
Subalternos: Ninguno	
2.- DESCRIPCION DE LA POSICIÓN	
Naturaleza del Trabajo: 1. Organizar labores de entrada y salida de personal que se hospedara ene l Hotel.	
Tareas Típicas Verificar datos del cliente para su registro Llevar un control de entrada y salida de clientes Se preocupa por atender el teléfono del hotel Revisa y actualiza el listado de clientes Colabora con secretaria	
Características de la Clase Requiere de iniciativa y concentración para organizar el trabajo en esta área.	
Requisitos para el puesto: Título en Ingeniería en Administración Hotelera y Turística. Experiencia mínima de dos años Cursos de Relaciones Humanas Manejar dos idiomas.	
Perfil del Puesto: Responsable Buena presencia Tiempo completo Trabajo en equipo	

1.IDENTIFICACION DEL PUESTO	**Código:** A005
Título del Puesto: Camarera	
Superior inmediato: Gerente	
Nivel Jerárquico: Operativo	
Área Departamento o Sección: Área Operativa(servicio de hospedaje)	
Subalternos: Ninguno	
2.- DESCRIPCION DE LA POSICIÓN	
Naturaleza del trabajo: Realizan las actividades relacionadas con las habitaciones. Responsables de informar daños en las habitaciones.	
Descripción General: Abrir ventanas para ventilar las habitaciones Desvestir camas y tenderlas Verificar daños	
Requisitos para el Puesto: Título de bachiller Experiencia de un año Curso de Relaciones Humanas	
Perfil del Puesto: Responsable Buena presencia Tiempo completo Trabajo en equipo	

1.IDENTIFICACION DEL PUESTO	**Código:** A006
Título del Puesto: Lavandería	
Superior inmediato: Gerente	
Nivel Jerárquico: Operativo	
Área Departamento o Sección: Área Operativa (servicio de hospedaje)	
Subalternos: Ninguno	
2.- DESCRIPCION DE LA POSICIÓN	
Naturaleza del trabajo: Clasificar y controlar la ropa sucia entregada por los distintos huéspedes, así mismo el lavado de sabanas del hotel.	
Descripción General: Lavado, secado, planchado y plegado de toda la ropa del hotel Controlar toda la ropa que entra en el departamento durante el día	
Requisitos para el Puesto: Conocimiento sobre el funcionamiento de la maquinaria de la lavandería	
Perfil del Puesto: Responsable Buena presencia Tiempo completo Trabajo en equipo	

1.IDENTIFICACION DEL PUESTO	**Código:** A007
Título del Puesto: Guardia	
Superior inmediato: Gerente	
Nivel Jerárquico: Operativo	
Área Departamento o Sección: Área Operativa (servicio de hospedaje)	
Subalternos: Ninguno	
2.- DESCRIPCION DE LA POSICIÓN	
Descripción Genérica: Protegen las instalaciones del hotel contra robo, fuego, vandalismo e intrusos.	
Descripción General: permanecer calmados en situaciones de tensión y ser capaces de tomar el cargo en emergencias.	
Requisitos para el Puesto: Experiencia en el ramo turístico Haber completado el Bachillerato	
Perfil del Puesto: Responsable Buena presencia Tiempo completo Trabajo en equipo	

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Se refiere a los desembolsos que se tienen que realizar en la fase pre operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos en efectivo para la adquisición de activos fijos como: edificios, maquinaria, terrenos, etc., activos diferidos y capital de trabajo.

- ✓ **ACTIVOS FIJOS:**

Son todos aquellos bienes tangibles y que permiten ofrecer un servicio de calidad a los clientes

TERRENO: La implementación de la empresa se realizará sobre un terreno con una extensión de **860m^2** ubicado en la parroquia Chito, Cantón Chinchipe, Provincia de Zamora Chinchipe. El costo del terreno es de 47.300,00 dólares americanos.

Cuadro 23: Presupuesto de Terrenos

DESCRIPCION	m2	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	860	55.00	47,300.00
TOTAL			**47,300.00**

Fuente: GAD de Zumba
Elaboración: La Autora

CONSTRUCCION: Dentro de este rubro se encuentran inmersas todos los gastos relacionados con la construcción del hotel. El monto total de este rubro asciende a $.123.350.00

Cuadro 24: Construcciones

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
150	Planta Subterránea	m	65.00	9,750.00
170	Planta baja	m	160.00	27,200.00
180	Primera planta alta	m	160.00	28,800.00
180	Segunda Planta	m	160.00	28,800.00
180	Tercera planta	m	160.00	28,800.00
860.00	**TOTAL**			**123,350.00**

Fuente: Cámara de al Construcción de Zumba
Elaboración: La Autora

MUEBLES Y ENSERES:

Son aquellos bienes tangibles que permiten adecuar las habitaciones para ofrecer un servicio eficiente y confortable a los clientes. El monto de este rubro asciende a $ **9.240,00**.

Cuadro 25: Muebles para las habitaciones (16 habitaciones)

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	Camas con colchón y veladores	2 1/2 plazas	220.00	880.00
16	Camas con colchón y veladores	1 1/2 plazas	180.00	2,880.00
8	Camas con colchón y veladores	2 plazas	165.00	1,320.00
16	Peinadoras pequeñas	Unidades	120.00	1,920.00
16	Mesas pequeñas	Unidades	75.00	1,200.00
16	Sillas de madera	Unidades	65.00	1,040.00
	TOTAL			9,240.00

Fuente: Mueblería Zumba
Elaboración: La Autora

EQUIPOS PARA HABITACIONES

Dentro de este rubro se encuentran todos los bienes que nos permiten dar un buen servicio al cliente, a través del servicio de lavado, secado, etc. El costo total asciende a $.**9.095,00.**

Cuadro 26: Equipos para las habitaciones

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
16	Televisores pantalla plana	32 " a colores	330.00	5,280.00
16	Soportes	Unidades	45.00	720.00
16	Equipos de Teléfonos	Unidades	28.00	448.00
28	Lámparas para veladores	Unidades	18.00	504.00
1	Televisor para la sala Star	42" a colores	350.00	350.00
1	Caja registradora	Unidad	120.00	120.00
1	Lavadoras industriales		550.00	550.00
1	Secadoras		480.00	480.00
1	Abrillantadora		125.00	125.00
1	Aspiradora		128.00	128.00
1	Reuter		255.00	255.00
1	Antenas para internet		135.00	135.00
	TOTAL			9,095.00

Fuente: Varios
Elaboración: La Autora

MUEBLES PARA LA SALA STAR Y RECEPCION

Son aquellos bienes muebles que sirven para la adecuación de la sala de espera por parte de los clientes y de recepción donde se va a atender a los huéspedes. El costo total asciende a un mil ochenta dólares americanos. ($.1.080,oo)

Cuadro 27: Muebles para la sala Star y Recepción

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Muebles de sala	Juego	500.00	615.00
1	Mueble para recepción	Unidades	380.00	380.00
1	Mueble para las llaves	Unidades	135.00	135.60
1	Dispensador de bebidas		220.00	220.00
TOTAL	**TOTAL**			**1,350.60**

Fuente: Mueblería Zumba
Fuente: La Autora

EQUIPO DE CÓMPUTO: Corresponde a los equipos que se emplearan en el Hotel y en el área administrativa. El monto total es de $.650.00.

Cuadro 28: Equipos de computación

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Computadora	Unidades	650.00	650.00
	TOTAL			650.00

Fuente: MASTER PC
Elaboración: La Autora

Equipo de comunicación

Son gastos que se ocasionan por la compra de una línea de teléfono para de esa forma tener un mayor contacto con las personas que deseen obtener el servicio del hotel. El monto total asciende a doscientos cincuenta y cinco dólares americanos ($.255, oo).

Cuadro 29: Equipo de comunicación

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Central Telefónica	Unidades	255.00	255.00
	TOTAL			**255.00**

Fuente: CNT
Elaboración: La Autora

Cuadro 30: Resumen de Activos Fijos

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Terrenos	47,300.00
Construcciones	123,350.00
Muebles y Enseres para habitaciones	9,240.00
Equipos para habitaciones	9,095.00
Muebles sala star y recepción	1,350.60
Equipos de computación	650.00
Muebles y Enseres de oficina	935.00
Equipo de comunicación	255.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**192,175.60**

Fuente: Presupuestos
Elaboración: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Constituyen todos los valores que deben cancelarse por ciertos elementos que permitirán que la empresa pueda entrar en funcionamiento, se denominan gastos pre operativo y su monto es recuperable mediante la cuenta de amortización de activos diferidos. El monto total de este rubro asciende a dos mil sesenta y cinco dólares americanos ($.2.055.00).

Cuadro 31: ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCION	VALOR
Estudios Preliminares	500.00
Gastos de Constitución	1,200.00
Permisos de funcionamiento	70.00
Permiso sanitario	55.00
Afiliación a la Cámara de Turismo	180.00
Licencia única de funcionamiento	50.00
TOTAL	**2,055.00**

Fuente: I. Municipio de Zumba, Cámara de Turismo
Elaboración : La Autora

ACTIVO CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

Con esta denominación se designa a los valores en que sabe incurrir, para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un determinado período de tiempo, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en el que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la oferta del servicio.

Menaje para el hotel (habitaciones)

Son aquellos desembolsos que se realizan por la adquisición de sábanas, colchas, edredones, entre otros para las diferentes habitaciones. El monto total de este rubro asciende a seis mil novecientos setenta y dos ($.6.972,oo).

Cuadro 32: Menaje para el Hotel (habitaciones)

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
48	Sábanas de 2 1/2 plazas	Juegos	14.00	672.00
192	Sábanas de 1 1/2 plazas	Juegos	12.00	2,304.00
96	Sábanas de 2 plazas	Juegos	9.00	864.00
56	Colchas	Unidades	12.00	672.00
56	Edredones	Unidades	15.00	840.00
56	Almohadas	Unidades	2.50	140.00
100	Toallas	Unidades	4.00	400.00
28	Protectores de colchón	Unidades	10.00	280.00
32	Cortinas	Juegos	25.00	800.00
	TOTAL ANUAL			**6,972.00**
	TOTAL MENSUAL			**581.00**

Fuente: Varios
Elaboración: La Autora

MANO DE OBRA DIRECTA

Para ofrecer un servicio en forma eficiente y eficaz se requiere de personal que labore en forma permanente en el Hotel, por consiguiente, el mismo tiene que ser remunerado a lo que establece la Ley. El monto total de este rubro asciende a $ 16.946.88

Cuadro 33. Mano de Obra

Cant.	PUESTOS	Sueldo Básico unificado	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL	TOTAL A PAGAR ANUAL
MANO DE OBRA							
1	Recepcionista	366.00	30.50	30.50	44.469	471.47	5,657.63
2	Camareras/os	366.00	30.50	30.50	44.469	471.47	5,657.63
1	Guardia	366.00	30.50	28.33	44.469	469.30	5,631.63
	TOTAL ANUAL						**16,946.88**
	TOTAL MENSUAL						**1,412.24**

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaboración: La Autora

Insumos de Tocador

Son aquellos gastos que se realizan por la adquisición de insumos para la limpieza del hotel. El monto total asciende a dos mil ciento sesenta y tres dólares americanos ($.1.163,40)

Cuadro 34: Insumos de tocador

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
50	Pacas de Papel Higiénico para dispensador	4.50	18.75	225.00
3128	Jabón de Tocador	0.15	39.10	469.20
3128	Shampoo en Sachet	0.15	39.10	469.20
	TOTAL		**96.95**	**1,163.40**

Fuente: Comercial Castillo
Elaboración: La Autora

Servicios Básicos

Son aquellos gastos que se originan por concepto de pago de luz, agua, teléfono, internet, entre otros. El monto total asciende a unos mil seiscientos sesenta y ocho dólares americanos ($.1.452.00).

ENERGÍA ELECTRICA

Es la energía eléctrica que se utiliza para el funcionamiento de las instalaciones eléctricas del Hotel. El monto de este rubro asciende a $.420.00 anuales.

Cuadro 35. Energía Eléctrica

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Consumo de Energía Eléctrica	KW/h	340	0.103	35.00
TOTALMENSUAL				**35.00**
TOTAL ANUAL				**420.00**

Fuente: ERRSSA
Elaborado: La Autora

AGUA

Es aquel líquido vital para el desarrollo eficiente del Hotel. El monto de este rubro asciende a $.300.00 anuales.

Cuadro 36. Agua

Descripción		Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Consumo de Agua		M^3	71.42	0,35	25.00
TOTAL MENSUAL					**25.00**
TOTAL ANUAL					**300.00**

Fuente:
Elaborado: La Autora

TELEFONO

Es aquel servicio que permite que los clientes se encuentren comunicados el momento que ellos estimen pertinente. El monto del presente rubro asciende a $ 216.00 anuales.

Cuadro 37. Teléfono

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Consumo de Teléfono	Minutos	237	0,076	18.00
TOTAL MENSUAL				**18.00**
TOTAL ANUAL				**216.00**

Fuente:CNT
Elaborado: La Autora

SERVICIO DE TV. CABLE

Este rubro permite que los clientes puedan acceder a cualquiera de los canales que ofrece TV. Cable y de esa forma se sientan satisfechos. El total de este rubro asciende a $ 264.00 anuales.

Cuadro 38. TV. Cable

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Uso de TV. Cable	Mensual	22.00	22.00
TOTAL MENSUAL			**22.00**
TOTAL ANUAL			**264.00**

Fuente: CNT
Elaborado: La Autora

SERVICIO DE INTERNET

Este rubro permite que los clientes realicen las respectivas reservaciones de las habitaciones. El total de este rubro asciende a $.252.00

Cuadro 39. Servicio de Internet

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Internet CNT	Megas	Ilimitado	21,00	21,00
TOTAL MENSUAL				**21,00**
TOTAL ANUAL				**252,00**

Fuente: CNT
Elaborado: La Autora

Materiales de Aseo

Son aquellos gastos que se generan por concepto de compra de materiales para aseo y limpieza del hotel y el restaurant. El monto total asciende a seiscientos dólares americanos ($.600,oo).

Cuadro 40: Materiales de Aseo

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materiales de aseo y limpieza	40.00	480.00
TOTAL	40.00	480.00

Fuente: Comercial Castillo

Elaboración: La Autora

Cuadro 41: Resumen Costos de Servicio

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Menaje para el Hotel	581.00	6,972.00
Mano de Obra	1,412.24	16,946.88
Insumos de tocador	96.95	1,163.40
Servicios básicos	121.00	1,452.00
Materiales de Aseo	40.00	480.00
TOTAL	**2,251.19**	**27,014.28**

Fuente: Presupuestos
Elaboración: La Autora

COSTOS OPERATIVOS

Son todos aquellos gastos que se originan en los diferentes departamentos de la empresa a excepción del departamento de producción de servicio, dentro de este rubro tenemos los gastos de administración de ventas y financieros.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son aquellos desembolsos que se realizan en el departamento de administración, con la finalidad de llevar a efecto en forma eficiente y efectiva las actividades administrativas de la empresa.

Sueldo y Salarios

Constituyen las remuneraciones que se les tiene que pagar al personal que laborará en las actividades administrativas de la empresa, dentro de este rubro tenemos: Gerente, Secretaria-Contadora, administradores, etc. El total de este rubro asciende a $.24.463.88 anuales.

Cuadro 42. Sueldos y Salarios

Cantidad	PUESTOS	Sueldo Básico unificado	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL A PAGAR MENSUAL	TOTAL A PAGAR ANUAL
1	Gerente	500.00	41.67	28.33	60.75	630.75	7,569.00
1	Contadora	366.00	30.50	28.33	44.469	469.30	5,631.63
1	Conserje-Guardián	366.00	30.50	28.33	44.469	469.30	5,631.63
1	Administrador del Servicio	366.00	30.50	28.33	44.469	469.30	5,631.63
	TOTAL					**2,038.66**	**24,463.88**

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaboración: La Autora

Útiles de oficina

Son todos aquellos desembolsos que se tiene que realizar por estos suministros del área administrativa del Hotel. Este rubro asciende a $.81.20 anuales.

Cuadro 43: Útiles de Oficina

Cantidad.	Descripción	Unidad	Precio	Valor Anual	Valor Mensual
2	Papel Bond	Resmas	3.90	7.80	0.65
1	Lápices	Caja	2.50	2.50	0.21
1	Lapiceros	Caja	2.60	2.60	0.22
2	Corrector	Unid.	1.00	2.00	0.17
1	Grapadora	Unid.	5.30	5.30	0.44
1	Perforadora	Unid.	6.00	6.00	0.50
2	Carpetas archivador	Unid.	2.80	5.60	0.47
2	Facturas	Unid.	8.00	16.00	1.33
4	Sellos	Unid.	7.00	28.00	2.33
2	Cintas Scosh	Unid.	0.20	0.40	0.03
1	Fechador	Unid.	5.00	5.00	0.42
	TOTAL			**81.20**	**6.77**

Fuente: Papelería la Reforma
Elaboración: La Autora

Útiles de aseo

Son todos aquellos desembolsos que se tiene que realizar por estos suministros del Hotel. Este rubro asciende a $.154.70 anuales.

Cuadro 44. Materiales de Aseo

CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR ANUAL
6	Escobas	Unid.	2.50	15.00
6	Trapeadores	Unid.	4.00	24.00
6	Desinfectantes	Gls.	5.20	31.20
2	Deterge 2 Kl.	Gls.	5.30	10.60
4	Franela	Yarda.	1.50	6.00
2	Jabón Tocador	Pacas x. 6	1.45	2.90
6	Toallas Pequeñas.	Unid.	1.20	7.20
6	Papel Higiénico	Pacas	6.30	37.80
4	Basureros	Unid.	5.00	20.00
TOTAL ANUAL				**154.70**
TOTAL MENSUAL				**12.89**

Fuente: Varios
Elaboración: La Autora

Cuadro 45: Resumen de Gastos de Administración

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldo y Salarios	2,038.66	24,463.88
Útiles de Oficina	6.77	81.20
Útiles de Aseo	12.89	154.70
TOTAL	**2,058.32**	**24,699.78**

Fuente: Presupuestos
Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTA

Dentro de este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del servicio, entre estos tenemos: publicidad, etc. Que este rubro asciende a $.698.75 anuales.

Cuadro 46. Gastos de Publicidad

CANTIDAD	DESCRIPCION	Precio Unitario	Valor Anual	Valor mensual
6	Spot Publicitarios	42.00	252.00	21.00
365	Cuñas Radiales	0.95	346.75	28.90
100	Llaveros	1.00	100.00	8.33
	TOTAL		698.75	58.23

Fuente: Medios de comunicación
Elaboración: La Autora

Cuadro 47: Resumen de Gastos de Venta

Descripción	Valor mensual	Valor Anual
Publicidad	58.23	698.75
TOTAL	**58.23**	698.75

Fuente: Presupuestos
Elaboración: La Autora

Cuadro 48. Monto de la Inversión

DESCRIPCION	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Terrenos	47,300.00	
Construcciones	123,350.00	
Muebles y Enseres (Habitaciones)	9,240.00	
Equipos para habitaciones	9,095.00	
Muebles y Enseres para sala star y recepción	1,350.60	
Equipos para computación	650.00	
Muebles y Enseres para oficina	935.00	
Equipo de Comunicación	255.00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		**192,175.60**
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudios Preliminares	500.00	
Gastos de Constitución	1,200.00	
Permisos de funcionamiento	70.00	
Permiso sanitario	55.00	
Afiliación a la Cámara de Turismo	180.00	
Licencia única de funcionamiento	50.00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		**2,055.00**
CAPITAL DE TRABAJO (1 MES)		
COSTO DEL SERVICIO		
Menaje para el Hotel	581.00	
Mano de Obra	1,412.24	
Insumos de tocador	96.95	
Servicios básicos	121.00	
Materiales de Aseo	40.00	
TOTAL COSTO DEL SERVICIO		**2,251.19**
COSTOS OPERATIVOS		
GASTOS DE ADMINISTRACION		
Sueldo y Salarios	2,038.66	
Útiles de Oficina	6.77	
Útiles de Aseo	12.89	
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		2,058.32
GASTOS DE VENTA		
Gastos de Publicidad	58.23	
TOTAL GASTOS DE VENTA	**58.23**	
TOTAL COSTO OPERATIVO		**58.23**
TOTAL MONTO DE LA INVERSION		**198,598.33**

Fuente: Presupuestos **Elaboración :** La Autora

FINANCIAMIENTO

Una vez conocido el monto de las inversiones que es de **$198.598.33** se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tomará en consideración la siguiente:

Fuentes internas: Es el aporte de capital que realizan los socios de la empresa, en este caso el capital propio es de $.98.598.33

Fuentes externas: Son los créditos que otorgan las instituciones financieras, con su respectiva tasa de interés, en el presente proyecto se accederá a un crédito a través de la Corporación Financiera por ser un crédito muy elevado, a una tasa de interés del 9.15% a 10 años plazo, de $.100.000.00

Cuadro 49. Financiamiento

DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
Aporte de los socios	98,598.33	50%
Corporación Financiera Nacional	100,000.00	50%
TOTAL DE INVERSION	**198,598.33**	**100%**

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE COSTOS

En el presupuesto de costos, se determinó los costos y gastos en los que la empresa incurrirá para poder brindar sus servicios, de hospedaje; de esta manera podrá satisfacer las necesidades de sus posibles clientes. Las cuentas más representativas son el costo primo conformado, mano de obra directa; y las depreciaciones de los activos Fijos puesto que son los valores de desgaste que se generarán cada año por la utilización de los activos. El presente presupuesto está proyectado para los 10 años de vida útil del Proyecto, donde se desglosa cada uno de los costos y gastos por cada área de servicio.

COSTO DE PRODUCCION O DEL SERVICIO

Para determinar el costo total de producción que implica determinar el costo real de la producción esperada durante el año se considera a más de las cuentas utilizadas para calcular el capital de trabajo, las depreciaciones y las amortizaciones de la forma que este análisis debe contemplar las cuentas que permitan la aplicación de la siguiente formula:

CTP=CP+CO

CTP= CP+(G.Adm.+ G.Venta.+G.Finac.+Otros Gastos)

Depreciaciones

Según(VAN HORNE, 2006)**.** Manifiesta que las depreciaciones son el desgaste físico que sufren los bienes materiales por el uso constante que se les da a los mismos.

Cuadro 50: Depreciaciones

BIEN	MONTO	VIDA UTIL	% DEPREC.	DEP. ANUAL	v/LIBROS
Construcciones	123,350.00	20	5%	6,167.50	61,675.00
Muebles y Enseres para habitaciones	9,240.00	10	10%	924.00	-
Equipos para habitaciones	9,095.00	10	10%	909.50	-
Muebles sala star y recepción	1,350.60	10	10%	135.06	-
Equipos de computación	650.00	3	33%	214.50	6.50
Muebles y Enseres de oficina	935.00	10	10%	93.50	-
TOTAL				8,444.06	61,681.50

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

Reinversión de activos fijos

Se la realiza una vez que los activos fijos han concluido con su vida útil, y los mismos necesitan ser reemplazados para de esa forma dar un eficiente servicio**.**

Cuadro 51. Reinversión en Activos Fijos

BIEN	MONTO	VIDA UTIL	% DEPREC.	DEP. ANUAL	v/LIBROS
Equipo de Computación 4to año	715.00	3	33%	235.95	7.15
Equipo de Computación 7mo año	786.50	3	33%	259.55	7.87
Equipo de Computación 10 año	865.15	3	33%	285.50	8.65
TOTAL				780.99	23.67

Fuente: Presupuestos
Elaboración: La Autora

Gastos Financieros

Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos.

Amortización del capital

El término amortización a capital se utiliza a menudo cuando tratamos créditos a largo plazo, como los hipotecarios. El concepto se refiere a la extinción de una deuda a través de una serie de pagos que se realizan regularmente, en este caso, las mensualidades.

Cada mensualidad que realizas se divide en dos partes. Un porcentaje del dinero se va al pago de intereses que cobra el banco por el financiamiento, y el resto se destina al pago del capital, es decir, el monto del préstamo que pediste. Este último es la amortización a capital.

Cuadro 52: Tabla de Amortización

Monto: 100,000,00

Tasa de Interés 9.15%

Plazo: 10 años

Pagos Anuales

AÑOS	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACION	DIVIDENDOS	VALOR EN LIBROS
0					100,000.00
1	100,000.00	9,150.00	10,000.00	19,150.00	90,000.00
2	90,000.00	8,235.00	10,000.00	18,235.00	80,000.00
3	80,000.00	7,320.00	10,000.00	17,320.00	70,000.00
4	70,000.00	6,405.00	10,000.00	16,405.00	60,000.00
5	60,000.00	5,490.00	10,000.00	15,490.00	50,000.00
6	50,000.00	4,575.00	10,000.00	14,575.00	40,000.00
7	40,000.00	3,660.00	10,000.00	13,660.00	30,000.00
8	30,000.00	2,745.00	10,000.00	12,745.00	20,000.00
9	20,000.00	1,830.00	10,000.00	11,830.00	10,000.00
10	10,000.00	915.00	10,000.00	10,915.00	0.00

Fuente: Corporación Financiera Nacional

Elaboración: La Autora

Otros gastos

Se incluyen la amortización de los activos diferidos, que no se desgastan ni pierden su valor en el tiempo, pero al ser pagados por anticipado también ameritan que su valor sea recuperable mediante amortizaciones en la fase de operación de la empresa.

Amortización de Activos Diferidos

Se establece como el cargo anual que se hace para recobrar la inversión de activos diferidos, según la ley las amortizaciones se realizan un 20 % anual.

Cuadro 53: Amortización de Activos Diferidos

Descripción	Monto	Tiempo (5 años)
Estudios Preliminares	500.00	100.00
Gastos de Constitución	1,200.00	240.00
Permisos de funcionamiento	70.00	14.00
Permiso sanitario	55.00	11.00
Afiliación a la Cámara de Turismo	180.00	36.00
Licencia única de funcionamiento	50.00	10.00
TOTAL		**411.00**

Fuente: Presupuestos

Elaboración: La Autora

Cuadro 54. Presupuesto Pro formado

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO DE PRODUCCIÓN										
Menaje para el hotel	6,972.00	7,320.60	7,686.63	8,070.96	8,474.51	8,898.24	9,343.15	9,810.30	10,300.82	10,815.86
Mano de Obra	16,946.88	17,794.22	18,683.94	19,618,13	20,599.04	21,628.99	22,710.44	23,845.96	25,038.26	26,290.17
Insumos de tocador	1,163.40	1,221.57	1,282.65	1,346.78	1,414.12	1,484.83	1,559.07	1,637.02	1,718.87	1,804.82
Servicios básicos	1,452.00	1,524.60	1,600.83	1,680.87	1,764.92	1,853.16	1,945.82	2,043.11	2,145.27	2,252.53
Materiales de aseo	480.00	504.00	529.20	555.66	583.92	1,853.16	1,945.82	2,043.11	2,145.27	2,252.53
Dep. Construcción	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50
Dep. Muebles y Enseres Hab.	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00
Depreciaciones de Equipos Hab.	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50
Dep. de Muebles y Enseres sala Star	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06
TOTAL COSTO DEL SERVICIO	**35,138.78**	**36,489.49**	**37,907.74**	**39,396.91**	**40,960.53**	**42,602.33**	**44,326.22**	**46,136.30**	**48,036.90**	**50,032.51**
GASTOS DE OPERACIÓN										
Sueldo y Salarios	24,463.88	25,687.07	26,971.43	28,320.00	29,736.00	31,222.80	32,783.94	34,423.14	36,144.29	37,951.51
Útiles de Oficina	107.90	113.30	118.96	124.91	131.15	137.71	144.60	151.83	159.42	167.39
Útiles de Aseo	136.30	143.12	150.27	157.78	165.67	173.96	183.66	191.79	201.38	211.45
Depreciación de Muebles y enseres	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50
Depreciación de Equipo de Computación	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50
TOTAL, GASTOS ADMINISTR.	**25,027.64**	**26,263.04**	**27,560.22**	**28,943.70**	**30,373.84**	**31,875.48**	**33,475.80**	**35,131.36**	**36,869.70**	**38,720.90**
Gastos de Ventas										
Publicidad	698.75	733.69	770.37	808.89	849.33	891.80	936.39	983.21	1,032.37	1,083.89
TOTAL, GASTOS DE VENTA	**698.75**	**733.69**	**770.37**	**808.89**	**849.33**	**891.80**	**936.39**	**983.21**	**1,032.37**	**1,083.89**
Gastos Financieros										
Intereses	9,150.00	8,235.00	7,320.00	6,405.00	5,490.00	4,575.00	3,660.00	2,745.00	1,830.00	915.00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	**9,150.00**	**8,235.00**	**7,320.00**	**6,405.00**	**5,490.00**	**4,575.00**	**3,660.00**	**2,745.00**	**1,830.00**	**915.00**
Otros Gastos										
Amortización de Activos Diferidos	411.00	411.00	411.00	411.00	411.00					
TOTAL OTROS GASTOS	**411.00**	**411.00**	**411.00**	**411.00**	**411.00**					
TOT.COSTO DE OPERACIÓN	**35,287.39**	**35,642.73**	**36,061.59**	**36,568.59**	**37,124.17**	**37,342.28**	**38,072.19**	**38,859.57**	**39,732.07**	**40,719.89**
COSTO TOTAL DEL SERVICIO	**70.426.17**	**72,132.23**	**73,969.33**	**75,965.50**	**78,084.70**	**79,944.61**	**82,398.41**	**84,995.88**	**87,768.96**	**90,752.41**

Elaboración: La Autora

Costo unitario del servicio

Constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: costo del servicio, gastos administrativos, de ventas, financieros y otros gastos.

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario del servicio, para ello se relaciona el costo total con el número de personas que van a ser atendidas en el Hotel, durante un determinado período de tiempo, en este caso 10 años.

Cuadro 55: Costo unitario del Servicio

AÑOS	Costo total del Servicio	TOTAL VECES AL AÑO	COSTO DEL SERVICI0 (USD)
1	70,426.17	6,656	11
2	72,132.23	6,656	11
3	73,969.33	6,656	11
4	75,965.50	6,656	11
5	78,084.70	6,656	12
6	79,944.61	6,656	12
7	82,398.41	6,656	12
8	84,995.88	6,656	13
9	87,768.96	6,656	13
10	90,752.41	6,656	14

Elaboración: La Autora

Establecimiento de precios

El precio de venta se lo estimo en función del costo unitario del servicio más un margen de utilidad, con la finalidad de que el cliente se sienta satisfecho y mantener su fidelidad.

Cuadro 56: Establecimiento de Precios por habitaciones

AÑOS	Costo total del Servicio	TOTAL VECES AL AÑO	COSTO DEL SERVICI0 (USD)	PRECIO VTA DEL SERVICIO	TOTAL INGRESOS
1	70,426.17	6,656	11	15	99,840.00
2	72,132.23	6,656	11	16	106,496.00
3	73,969.33	6,656	11	17	113,152.00
4	75,965.50	6,656	11	18	119,808.00
5	78,084.70	6,656	12	19	126,464.00
6	79,944.61	6,656	12	20	133,120.00
7	82,398.41	6,656	12	21	139,776.00
8	84,995.88	6,656	13	22	146,432.00
9	87,768.96	6,656	13	23	153,088.00
10	90,752.41	6,656	14	24	159,744.00

Elaboración: La Autora

CLASIFICACION DE LOS COSTOS

- ✓ **COSTOS FIJOS:** son aquellos costos que la empresa debe de pagar independiente mente a su nivel de operación, es decir, en un aumento o disminución de la producción esos costos deberán ser cancelados obligatoriamente.
- ✓ **COSTOS VARIABLES:** hacen referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción**.**

Costo unitario del servicio

Es el costo en el que se incurre para producir una unidad de servicio. Es decir, se suma todos los costos (fijos y variables) como mano de obra, luz, teléfono, sueldos administrativos, compra de materiales, etc. y eso se lo divide entre las personas que se va a ofertar el servicio y el resultado es el costo unitario, es importante recalcar que a este costo todavía no se le suma la utilidad.

Costo total de producción

El **coste total** son todos aquellos costes en los que se incurre en un proceso de producción o actividad. Se calcula sumando los costes fijos y los costes variables:

$$CT = CF + CV$$

Cuadro. 57 Clasificación de Costos

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS										
Sueldos y Salarios	24,463.88	25,687.07	26,971.43	28,320.00	29,736.00	31,222.80	32,783.94	34,423.14	36,144.29	37,951.51
Amortización Activo Diferido	411.00	411.00	411.00	411.00	411.00					
Intereses	9,150.00	8,235.00	7,320.00	6,405.00	5,490.00	4,575.00	3,66.00	2,745.00	1,830.00	915.00
Publicidad	698.75	733.69	770.37	808.89	849.33	891.80	936.39	983.21	1,032.37	1,083.99
Útiles de Oficina	107.90	113.30	118.96	124.91	131.15	137.71	144.60	151.83	159.42	167.39
Útiles de Aseo	136.30	143.12	150.27	157.78	165.67	173.96	182.66	191.79	201.38	211.45
Servicios Básicos	1,452.00	1,524.60	1,600.83	1,680.87	1,764.92	1,853.16	1,945.82	2,043.11	2,145.27	2,252.53
Materiales de Aseo	480.00	504.00	529.20	555.66	583.44	612.62	643.25	675.41	709.18	744.64
Deprec. De Construcción	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50	6,167.50
Deprec. Muebles y Enseres	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00	924.00
Deprec. Equipos de Habitaciones	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50	909.50
Deprec. Muebles y Enseres sala Star	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06	135.06
Deprec. Muebles y Enseres	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50	93.50
Deprec. Equipo de Computo	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50	214.50
TOT. COSTOS FIJOS	**45,343.89**	**45,795.83**	**46,316.12**	**46,929.62**	**47,597.03**	**47,932.55**	**48,785.76**	**49,702.59**	**50,711.01**	**51,815.61**
COSTOS VARIABLES										
Menaje para hotel	6,972.00	7,320.60	7,686.63	8,070.96	8,474.51	8,898.24	9,343.15	9,810.30	10,300.82	10,815.86
Mano de Obra Directa	16,946.88	17,794.22	18,683.94	19,618.13	20,599,04	21,628.99	22,710.44	23,845.96	25,038.26	26,290.17
Insumos de Tocador	1,163.40	1,221.57	1,282.65	1,346.78	1,414.12	1,484.83	1,559.07	1,637.02	1,718.87	1,804.82
TOT. COSTOS VARIABLES	**25,082.28**	**26,336.39**	**27,653.21**	**29,035.87**	**30,487.67**	**32,012.05**	**33,612.65**	**35,293.29**	**37,057.95**	**38,910.85**
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	**70,426.17**	**72,132.23**	**73,969.33**	**75,965.50**	**78,084.70**	**79,944.61**	**82,398.41**	**84,995.88**	**87,768.96**	**90,726.46**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

El Estado de Pérdidas y ganancias constituye una herramienta que proporcionará información para la toma de decisiones a futuro en salvaguarda de los intereses del hotel, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que contiene el mismo; por lo tanto, permitió determinar si la empresa va a obtener utilidades o pérdidas durante su vida útil.

Cuadro.58 Estado de Pérdidas y Ganancias

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	99,840.00	106,496.00	113,152.00	119,808.00	126,464.00	133,120.00	139,776.00	146,432.00	153,088.00	159,744.00
Otros Ingresos										62,284.82
TOTAL DE INGRESOS	**99,840.00**	**106,496.00**	**113,152.00**	**119,808.00**	**126,464.00**	**133,120.00**	**139,776.00**	**146,432.00**	**153,088.00**	**222,028.82**
Costo de producción	35,138.78	36,489.49	37,907.74	39,396.91	40,960.53	42,602.33	44,326.22	46,136.30	48,036.90	50,032.51
UTILIDAD BRUTA	**64,701.22**	**70,006.51**	**75,244.26**	**80,411.09**	**85,503.47**	**90,517.67**	**95,449.78**	**100,295.70**	**105,051.10**	**171,996.31**
Costo de operación	35,287.39	35,642.73	36,061.59	36,568.59	37,124.17	37,342.28	38,072.19	38,859.57	39,732.07	40,719.89
UTILIDAD OPERATIVA	**29,413.83**	**34,363.77**	**39,182.67**	**43,842.50**	**48,379.30**	**53,175.39**	**57,377.59**	**61,436.12**	**65,319.04**	**131,276.41**
15% utilidad trabajadores	4,412.07	5,154.57	5,877.40	6,576.38	7,256.90	7,976.31	8,606.64	9,215.42	9,797.86	19,691.46
UTILIDAD ANT.IMPTO	**25,001.76**	**29,209.21**	**33,305.27**	**37,266.13**	**41,122.41**	**45,199.08**	**48,770.95**	**52,220.71**	**55,521.18**	**111,584.95**
25% impuesto a la renta	6,250.44	7,302.30	8,326.32	9,316.53	10,280.60	11,299.77	12,192.74	13,055.18	13,880.30	27,896.24
UTILIDAD ANT.RESERVA	**18,751.32**	**21,906.91**	**24,978.95**	**27,949.60**	**30,841.81**	**33,899.31**	**36,578.21**	**39,165.53**	**41,640.89**	**83,688.71**
10% Reserva Legal	1,875.13	2,190.69	2,497.89	2,794.96	3,084.18	3,389.93	3,657.82	3,916.55	4,164.09	8,368.87
UTILIDAD LIQUIDA	**16,876.18**	**19,716.22**	**22,481.05**	**25,154.64**	**27,757.63**	**30,509.38**	**32,920.39**	**35,248.98**	**37,476.80**	**75,319.84**
Elaboraciòn: La Autora										

Determinación del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica de análisis empleada como instrumento de planificación de utilidades, toma de decisiones y resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos o semifijos.

Los gastos y los costos fijos se generan con el paso del tiempo, aparte del volumen de la producción y ventas. Son llamados gastos y costos de estructura, porque son generalmente contratados o instalados para la estructuración de la empresa; como ejemplo de estos costos y gastos pueden citarse la depreciación los salarios que no están en relación directa con el volumen de producción, entre otros.

Por el contrario, los gastos variables se generan en razón directa de los volúmenes de operación y ventas; como ejemplo pueden citarse la mano de obra pagada en razón de las unidades producidas, la materia prima, entre otros. Otros gastos y costos que oscilan más o menos en proporción al volumen de producción y ventas son los llamados semivariables y para efectos de esta técnica deben ser clasificados como fijos o como variables, aplicando el buen juicio y tomando en cuenta su comportamiento al nivel del volumen de operación.El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por

tanto no existe ni pérdida ni ganancia, es donde se equilibran los costos y los ingresos.

El punto de equilibrio se lo puede calcular por los siguientes métodos:

1. En Función de la Capacidad Instalada

Se toma en consideración la capacidad de producción de la planta, para en base a ello determinar el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria, cubriendo de esa forma los costos.. Para determinar el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \; x \, 100$$

2. En Función de las Ventas o Ingresos

A través de este método se determina hasta cuanto la empresa tiene que vender de su producción para no perder ni ganar, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

CFT = costo fijo total CVT = costo variable total

VT = ventas totales

3. En Función de la Producción

Determina hasta cuántas unidades tiene que producir la empresa para no tener pérdida ni ganancia. Su cálculo se lo realiza a través de la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

Pvu = Precio de Venta Unitario **Cvu =** Costo Variable Unitario

$$CVu = \frac{CVT}{No.Unid.\Pr od.}$$

4. Representación Gráfica

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos e ingresos en un plano cartesiano.

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

1. En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} x\,100$$

$$PE = \frac{45343.89}{99.840 - 25.082.28} x\,100$$

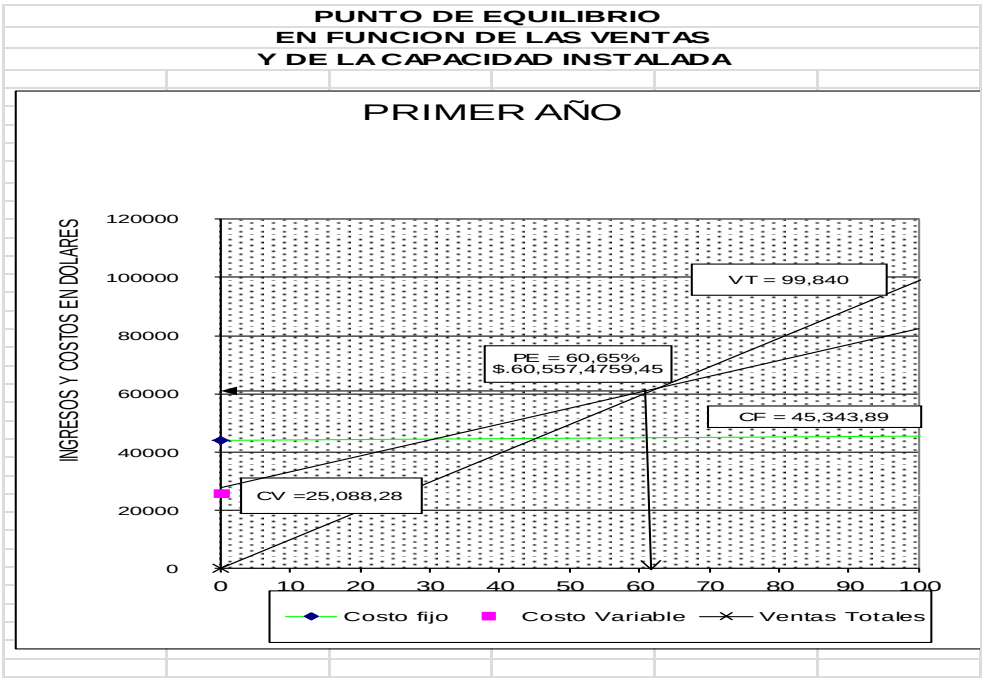
Pe = 60.65%

2. En Función de las Ventas o Ingresos

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{45.343.89}{1 - \frac{25.082.28}{99.840.00}}$$

PE = $.60.557.47



DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

1. **En Función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \; x\,100$$

$$PE = \frac{47.597.03}{126.464 - 30.487.67} \; x\,100$$

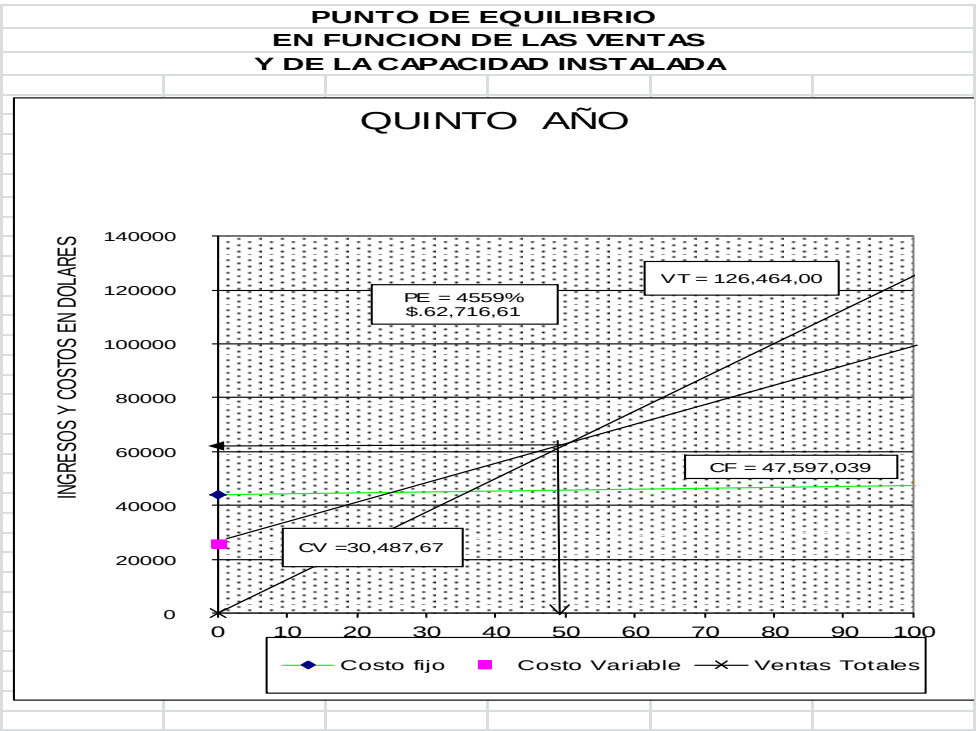
Pe = 49.59%

2. **En Función de las Ventas o Ingresos**

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{47.597.03}{1 - \frac{30.487.67}{126.464.}}$$

PE = $.62.716.61



DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL DECIMO AÑO

1. **En Función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \; x\,100$$

$$PE = \frac{51.815.61}{159.744 - 38.910.85} \; x\,100$$

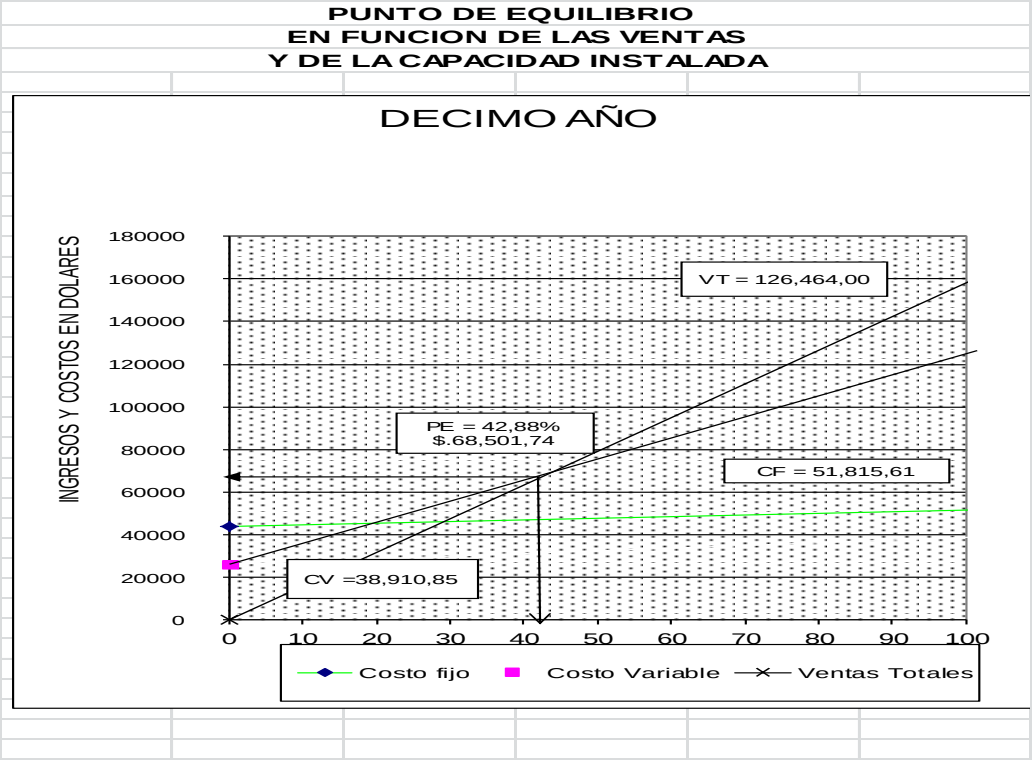
PE = 42.88%

2. **En Función de las Ventas o Ingresos**

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$PE = \frac{51.815.61}{1 - \frac{38.910.85}{159.744.}}$$

PE **=** **$.68.501.74**



Cuadro 59: Determinación del Punto de Equilibrio

AÑOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	INGRESOS	P.E. INGRESOS	P.E. CAP. INST.%
1	45.343,89	25.082,28	99.840,00	60.557,41	60,65%
2	45.795,83	26.336,39	106.496,00	60.842,03	57,13%
3	46.316,12	27.653,21	113.152,00	61.296,33	54,17%
4	46.929,62	29.035,87	119.808,00	61.941,31	51,70%
5	47.597,03	30.487,67	126.464,00	62.716,61	49,59%
6	47.932,55	32.012,05	133.120,00	63.108,61	47,41%
7	48.785,76	33.612,65	139.776,00	64.231,94	45,95%
8	49.702,59	35.293,29	146.432,00	65.486,18	44,72%
9	50.711,01	37.057,95	153.088,00	66.907,22	43,71%
10	51.815,61	38.910,85	159.744,00	68.501,34	42,88%

Elaboración: La Autora

EVALUACION FINANCIERA

FLUJO DE CAJA

Para poder elaborar un Flujo de Caja contamos con la información sobre ingresos y egresos proyectados de la empresa. Esta información figura en la estructura de costos e ingresos la que permitió proyectar los flujos de caja hacia el futuro.

Cuadro. 60. Flujo de Caja

INGRESOS		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Ventas		99,840.00	106,496.00	113,152.00	119,808.00	126,464.00	133,120.00	139,776.00	146,432.00	153,088.00	159,744.00
Valor residual											62,284.82
Corporación Financiera	100,000.00										
Capital Propio	98,598.33										
TOTAL DE INGRESOS	**198,598.33**	**99,840.00**	**106,496.00**	**113,152.00**	**119,808.00**	**126,464.00**	**133,120.00**	**139,776.00**	**146,432.00**	**153,088.00**	**222,028.82**
EGRESOS											
Activo Fijo	192,175.60										
Activo Diferido	2,055.00										
Costo de Producción.	2,251.19	35,138.78	36,489.49	37,907.74	39,396.91	40,960.53	42,602.33	44,326.22	46,136.30	48,036.90	50,032.51
Costo de operación	2,116.54	35,287.39	35,642.73	36,061.59	36,568.59	37,124.17	37,342.28	38,072.19	38,859.57	39,732.07	40,719.89
EGRESO TOTAL	**198,598.33**	**70,426.17**	**72,132.23**	**73,969.33**	**75,965.50**	**78,084.70**	**79,944.61**	**82,398.41**	**84,995.88**	**87,768.96**	**90,752.41**
UTILIDAD ANTES PART. TRAB.		**29,413.83**	**34,363.77**	**39,182.67**	**43,842.50**	**48,379.30**	**53,175.39**	**57,377.59**	**61,436.12**	**65,319.04**	**131,276.41**
15% Utilidad Trabajadores		4,412.07	5,154.57	5,877.40	6,576.38	7,256.90	7,976.31	8,606.64	9,215.42	9,797.86	19,691.46
UTILIDAD ANT. IMPTO.		**25,001.76**	**29,209.21**	**33,305.27**	**37,266.13**	**41,122.41**	**45,199.08**	**48,770.95**	**52,220.71**	**55,521.18**	**111,584.95**
25% Impto a la Renta		6,250.44	7,302.30	8,326.32	9,316.53	10,280.60	11,299.77	12,192.74	13,055.18	13,880.30	27,896.24
UTILIDAD GRAVABLE		**18,751.32**	**21,906.91**	**24,978.95**	**27,949.60**	**30,841.81**	**33,899.31**	**36,578.21**	**39,165.53**	**41,640.89**	**83,688.71**
Amortización de diferidos		411.00	411.00	411.00	411.00	411.00					
Depreciaciones		8,444.06	8,444.06	8,444.06	8,465.51	8,465.51	8,465.51	8,489.11	8,489.11	8,489.11	8,489.11
UTILIDAD NETA		**27,606.38**	**30,761.97**	**33,834.01**	**36,826.11**	**39,718.32**	**42,364.82**	**45,067.32**	**47,654.64**	**50,130.00**	**92,177.82**
Amortización del crédito		10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
FLUJO DE CAJA	**0**	**17,606.38**	**20,761.97**	**23,834.01**	**26,826.11**	**29,718.32**	**32,364.82**	**35,067.32**	**37,654.64**	**40,130.00**	**82,177.82**
Elaboraciòn: La Autora											

VALOR ACTUAL NETO:

El valor actual neto del proyecto representa el valor de los beneficios después de haber recuperado la inversión analizada en el proyecto más sus costos de oportunidad.

Los valores obtenidos en el flujo de caja, se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática y luego se suman los resultados obtenidos (Gitman Lawrence).

El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significa que se traslada al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

SI EL VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentara.

SI EL VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.

SI EL VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de las inversiones en términos de poder adquisitivo.

Para realizar el cálculo del Valor Actual Neto se utiliza la siguiente fórmula:

VANP = ∑VA(1 a 10) - INVERSIÓN

Cuadro 61. Valor Actual Neto

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	FLUJO NETO	**FACTOR 9,15%**	**VALOR ACTUAL**
	(198,598.33)		
1	17,606.38	0.9162	16,130.44
2	20,761.97	0.8394	17,426.93
3	23,834.01	0.7690	18,328.46
4	26,826.11	0.7045	18,900.04
5	29,718.32	0.6455	19,182.51
6	32,364.82	0.5914	19,139.51
7	35,067.32	0.5418	18,999.25
8	37,654.64	0.4964	18,690.83
9	40,130.00	0.4548	18,249.69
10	82,177.82	0.4166	34,238.70
			199,286.36
Inversión			198,598.33

VANP = ∑VA(1 a 10) - INVERSIÓN

VANP = 199286,36 - 198,593,33
VANP = 688.03

Al tener un VAN positivo significa que el valor de la empresa aumentará

TASA INTERNA DE RETORNO:

Constituye la tasa de interés, a la cual debemos los flujos de efectivos generados por el proyecto, atreves de su vida económica para que estos se igualen con la inversión (Gitman Lawrence).

Utilizando la TIR, como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente.

SI LA TIR es > que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.

SI LA TIR es = que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

SI LA TIR es < que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

Para calcular la **TASA INTERNA DE RETORNO,** se aplica la siguiente fórmula:

$$\mathbf{TIR} = \boldsymbol{Tm} + \boldsymbol{DT}\ (\frac{\boldsymbol{VAN\ Tm}}{\boldsymbol{VAN\ Tm - VAN\ TM}})$$

En donde:

TIR = TASA INTERNA DE RETORNO.

Tm = TASA MENOR DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

DT = DIFERENCIA DE TASA DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

VAN Tm = VALOR ACTUAL DE LA TASA MENOR.

VAN TM = VALOR ACTUAL DE LA TASA MAYOR.

Cuadro.62 Tasa Interna de Retorno

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

		ACTUALIZACION			
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		9.20%		9.22%	
0	-198,598.33		**-198,598.33**		**-198,598.33**
1	17,606.38	0.915751	16,123.06	0.915583	16,120.10
2	20,761.97	0.838600	17,410.98	0.838293	17,404.60
3	23,834.01	0.767948	18,303.29	0.767527	18,293.24
4	26,826.11	0.703250	18,865.45	0.702735	18,851.63
5	29,718.32	0.644001	19,138.64	0.643412	19,121.12
6	32,364.82	0.589745	19,086.99	0.589097	19,066.03
7	35,067.32	0.540059	18,938.44	0.539368	18,914.18
8	37,654.64	0.494560	18,622.47	0.493836	18,595.21
9	40,130.00	0.452894	18,174.62	0.452148	18,144.69
10	82,177.82	0.414738	34,082.25	0.413979	34,019.89
			147.85		-67.64

TIR = 9,20 + 2 (----------)

147.85 + 67.64

TIR = 9.21%

La tasa interna retorno del presente proyecto es 9.21%, lo que significa que es mayor al costo de oportunidad del 9,15%, por lo tanto el proyecto es factible.

RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

Si la relación ingresos / egresos es = 1 el proyecto es indiferente.

Si la relación ingresos / egresos es> 1 el proyecto es rentable.

Si la relación ingresos / egresos es < 1 el proyecto no es rentable.

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula.

$$\mathbf{RBC} = \frac{\sum \boldsymbol{INGRESOS\ ACTUALIZADOS}}{\sum \boldsymbol{COSTOS\ ACTUALIZADOS}}$$

Cuadro.63 Relación Beneficio Costo

	ACTUALIZACIÓN					ACTUALIZACIÓN		
AÑOS	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 9.15%	VALOR ACTUAL		AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 9.15%	VALOR ACTUAL
1	99,840.00	0.9162	91,470.45		1	70,426.17	0.9162	64,522.37
2	106,496.00	0.8394	89,389.36		2	72,132.23	0.8394	60,545.50
3	113,152.00	0.7690	87,014.38		3	73,969.33	0.7690	56,882.74
4	119,808.00	0.7045	84,409.41		4	75,965.50	0.7045	53,520.66
5	126,464.00	0.6455	81,629.70		5	78,084.70	0.6455	50,401.94
6	133,120.00	0.5914	78,722.86		6	79,944.61	0.5914	47,276.65
7	139,776.00	0.5418	75,729.73		7	82,398.41	0.5418	44,642.93
8	146,432.00	0.4964	72,685.21		8	84,995.88	0.4964	42,189.85
9	153,088.00	0.4548	69,618.95		9	87,768.96	0.4548	39,914.19
10	159,744.00	0.4166	66,555.99		10	90,752.41	0.4166	37,811.23
	TOTAL		797,226.05			**TOTAL**		**497,708.04**

RBC = (Sumatoria de Ingresos Actualizados / Sumatoria de Costos Actualizados) -1

RBC = (797.226.05/497.708.04) - 1

RBC = 1.6017 – 1

RBC = 0.60

Lo que significa que por cada dólar invertido la empresa obtiene sesenta centavos de dólar americano de rentabilidad.

PERIODO DE RECUPERACIÓN:

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Es importante actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a fututo.

Para calcular el periodo de recuperación utilizamos la siguiente fórmula.

$$\mathbf{PRC = AÑO\ QUE\ SUPERA\ LA\ INVERSIÓN + \frac{INVERSIÓN - \sum PRIMEROS\ FLUJOS}{FLUJO\ NETO\ DEL\ AÑO\ QUE\ SUPERA\ INVERSIÓN}}$$

Cuadro.64 Período de Recuperación de Capital

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUM.
	(198,598.33)	
1	17,606.38	17,606.38
2	20,761.97	38,368.34
3	23,834.01	62,202.35
4	26,826.11	89,028.46
5	29,718.32	118,746.77
6	32,364.82	151,111.60
7	35,067.32	186,178.92
8	37,654.64	223,833.56
9	40,130.00	
10	82,177.82	

PRC = Año q' supera inversión + (Inversión - Sumator. Prim.flujos / Flujo año q' sup.in				
PRC = 8 + ((198,598,33 - 223,833,56) /37,654,56)				
PRC = 8 - 0,67				
PRC = 7,33				
7 años				
0,33 x 12 =	3.96	3 meses		
0,96 x 30 =	28.8	29 días		
Significa que la inversión se recupera en 7 años, 3 meses y 29 días.				

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambio por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es = 1 no hay efectos sobre el proyecto.

Cuadro.65 Análisis de Sensibilidad con incremento del 21,80% en los Costos

	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
AÑOS	ORIGINAL	ORIGINAL	ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		21.80%			8.00%		9.00%	
						-198,598.33		-198,598.33
1	70,426.17	85,779.08	99,840.00	14,060.92	0.92593	13,019.37	0.91743	12,899.93
2	72,132.23	87,857.05	106,496.00	18,638.95	0.85734	15,979.89	0.84168	15,688.03
3	73,969.33	90,094.65	113,152.00	23,057.35	0.79383	18,303.67	0.77218	17,804.51
4	75,965.50	92,525.98	119,808.00	27,282.02	0.73503	20,053.10	0.70843	19,327.27
5	78,084.70	95,107.16	126,464.00	31,356.84	0.68058	21,340.94	0.64993	20,379.79
6	79,944.61	97,372.53	133,120.00	35,747.47	0.63017	22,526.97	0.59627	21,315.05
7	82,398.41	100,361.26	139,776.00	39,414.74	0.58349	22,998.12	0.54703	21,561.21
8	84,995.88	103,524.98	146,432.00	42,907.02	0.54027	23,181.33	0.50187	21,533.59
9	87,768.96	106,902.60	153,088.00	46,185.40	0.50025	23,104.20	0.46043	21,265.04
10	90,752.41	110,536.43	159,744.00	49,207.57	0.46319	22,792.63	0.42241	20,785.81
						4,701.89		-6,038.10

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}}\right)$$

4701.89

NTIR = 8+1 (----------)

4,701.89 6038.10

NTIR =	8.44%	TIR DEL PROYECTO =	9.21%

1)	DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100	Sensib. = % Var./ Nueva Tir
Dif.Tir.=	**0.78%**	% Var. = **8.42%**	Sensibilidad = **0.9980635**

Con respecto al incremento en los costos el proyecto soporta hasta el 21.80, por lo tanto se tiene una sensibilidad de 0.99 y desde ese punto de vista el proyecto no es sensible y por consiguiente se puede ejecutar

Cuadro.67 Análisis de Sensibilidad con la disminución del 13,50% en los Ingresos.

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			13.50%		8.40%		9.40%	
						-198,598.33		-198,598.33
1	70,426.17	99,840.00	86,361.60	15,935.43	0.9225	14,700.58	0.9141	14,566.21
2	72,132.23	106,496.00	92,119.04	19,986.81	0.8510	17,009.24	0.8355	16,699.71
3	73,969.33	113,152.00	97,876.48	23,907.15	0.7851	18,768.95	0.7637	18,258.95
4	75,965.50	119,808.00	103,633.92	27,668.42	0.7242	20,038.60	0.6981	19,315.91
5	78,084.70	126,464.00	109,391.36	31,306.66	0.6681	20,916.57	0.6381	19,977.92
6	79,944.61	133,120.00	115,148.80	35,204.19	0.6163	21,697.95	0.5833	20,534.80
7	82,398.41	139,776.00	120,906.24	38,507.83	0.5686	21,894.96	0.5332	20,531.84
8	84,995.88	146,432.00	126,663.68	41,667.80	0.5245	21,855.78	0.4874	20,307.76
9	87,768.96	153,088.00	132,421.12	44,652.16	0.4839	21,606.22	0.4455	19,892.37
10	90,752.41	159,744.00	138,178.56	47,426.15	0.4464	21,170.21	0.4072	19,312.77
						1,060.72		-9,200.10

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}}\right)$$

1,060.72 0

NTIR = 8,4+1 (----------)

1,060.72 - 9,200.10

NTIR =	8.50%

TIR DEL PROYECTO = 9.21%

1)	DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN		3) SENSIBILIDAD	
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nueva Tir	
Dif.Tir.=	**0.71%**	% Var. =	**7.71%**	Sensibilidad =	**0.9066586**

En lo que respecta a los ingresos, el proyecto soporta el 13.50% de disminución, dando una sensibilidad de 0.90, lo que significa que el proyecto no es sensible y se puede ejecutar.

h. CONCLUSIONES

- ✓ En cuanto al estudio de mercado se concluyó que mediante las encuestas aplicadas a demandantes que el 100% de la población esta dispuestas a adquirir el servicio.

- ✓ Referente al estudio técnico se concluyó que la empresa tendrá una capacidad para acoger 32 personas diarias, del total de la capacidad instalada, obteniendo como resultado que durante el año acogerá a 6.656.

- ✓ Referente al estudio administrativo organizacional se concluyó que la empresa se conformará como Cía. de responsabilidad limitada y tendrá como razón social el nombre de Hotel San Antonio Cía. Ltda., y con un plazo de duración de 10 años de vida útil.

- ✓ Referente al estudio financiero se obtuvo la siguiente información, que el valor de la inversión inicial para la empresa Hotel San Antonio Cía. Ltda., será de $ 198.598,33 dólares americanos. Para financiar esta inversión se cuenta con el 50% de capital propio y el 50% mediante préstamo.

- ✓ Referente al estudio de la evaluación financiera se determino que el proyecto es rentable, por lo que el VAN 688.03, el cual es superior a 1, la TIR es del 9.21%, ello demuestra que la empresa tendrá un buen rendimiento a la hora de decidir poner en práctica este proyecto, la RBC del proyecto es de $0,60 lo que representa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,60 centavos. En cuanto al PRC será en 7 años,3 meses y 29 días, y en el análisis de sensibilidad el proyecto. En lo que respecta a los ingresos, el proyecto soporta el 13.50% de disminución, dando una sensibilidad de 0.90, lo que significa que el proyecto no es sensible y se puede ejecutar.

Con respecto al incremento en los costos el proyecto soporta hasta el 21.80, por lo tanto se tiene una sensibilidad de 0.99 y desde ese punto de vista el proyecto no es sensible y por consiguiente se puede ejecutar.

i. RECOMENDACIONES

Dentro del Estudio de Mercado

Que la empresa luego de que empiece a realizar sus funciones, siga aplicando encuestas a sus clientes para determinar falencias de la misma e ir mejorando cada vez más.

Dentro del Estudio Técnico

Que el hotel una vez que se posicione en el mercado, si ampliando sus instalaciones para que aumente su capacidad instalada y de esta manera aprovechar al máximo la demanda insatisfecha.

Dentro del Estudio Administrativo y Legal

Que se realice el debido control de todas las actividades y funciones que cumplen cada empleado y directivo dentro de la organización, con la finalidad de aprovechar al máximo los esfuerzos dentro de un ambiente laboral adecuado en donde los trabajares sean el recurso principal.

Dentro del Estudio Financiero

Desarrollar un plan estratégico de marketing cuando el proyecto sea puesto en marcha para dar a conocer el producto en el mercado y buscar un posicionamiento en el mismo.

j. BIBLIOGRAFIA

Alexandra, J. D. (2011). *Análisis de la necesidad de un hotel tres estrellasen la Ciudad de Sucúa Morona.* Guayaquil.

Arancivia, F. (1896). *Estudio Técnico.* PERÚ.

Arata, A. (2005). *Organización liviana y gestión participativa.* Chile: Ril.

Arribas, J. (2010). *Organigramas.* Colombia.

Cabrera, A. (2010). *Analisis de mercado para la implementacion de un hotel boutique ene l destino Guayaquil.* Guayaquil.

Córdova Marcial, P. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS* (SEGUNDA EDICION ed.).

EDECOM, F. (2011). *Proyecto de inversion para la creacion de un hotel en la ciudad de Guayaquil.* Guayaquil.

Ferre Trenzano, J. M. (1997). *Los estudios de mercado.* MEXICO: DIAZ DE SANTOS.

G.R, T. (2005). *Manuel Administrativo.* Colombia.

Jiménez Cardoso, S. M. (2002). *Análisis Financiero.* MEXICO.

Pasaca, M. M. (2004). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión.* Loja.

Paterson, C. L. (2011). *Organigramas.* Mexico.

Rodriguez, D. V. (2006). *Organización Aplicada.* Quito.

http://definicion.de/hotel/

http://www.mundodescargas.com/apuntestrabajos/turismo_hosteleria_gastronomia_restauracion/decargar_proyecto-de-inversion-hotelera.pdf

http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml

http://definicion.mx/acta-constitutiva/

http://app.sni.gob.ec/snilink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1960138730001_DOCUMENTO%20PDOT%20CHITO_COMPLETO_30-10-2015_16-30-16.pdf

ttp://www.cocogum.org/Archivos/Ingenieria%20de%20Proyectos.html

http://es.slideshare.net/enmelysjimenez/anlisis-de-la-demanda-y-la-oferta

http://psicologiayempresa.com/la-promocion-de-un-producto-o-servicio.html

http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/tamao_del_proyecto.html

http://es.slideshare.net/NestorEliasMuozAbant/proyecto-tesis-hotel

k. ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTAS A LOS DEMANDANTES

INFORMACION GENERAL

1.- ¿Cuándo usted visita la parroquia Chito, del cantón Chinchipe se hospeda en los hoteles existentes?

SI ( )

NO ( )

2.- Que características debería tener un hotel?

Privacidad ( )

Facil Acceso ( )

Comodidad ( )

Seguridad ( )

3.- ¿Cada que tiempo se hospeda usted en un hotel de la parroquia Chito?

Semanal ( )

Mensual ( )

Quincenal ( )

Anual ( )

4.- ¿Cuál es el motivo de su visita aquí en la parroquia Chito?

Trabajo ( )

Turismo ( )

5.- ¿Por cuantos días se hospeda en el hotel de la parroquia Chito?

1 a 2 dias( )

2 a 3 dias( )

6.- ¿Con quién acostumbra visitar este lugar?

Solo ( )

Esposa e hijos ( )

Compañero de trabajo ( )

Trabajadores ( )

Socios ( )

Esposa ( )

7.- ¿Si se implementaría un hotel en la parroquia Chito, que le ofrezca atención exclusiva y de calidad usted utilizaría sus servicios?

Si ( )

No ( )

8.- ¿Qué tipos de comodidades le gustaría que hubiera en el hotel antes mencionado?

Servicio de televisión po cable ( )

Servicio de teléfono ( )

Servicio de Wi-Fi ( )

Servicio de ventilador ( )

9.- ¿Si en el hotel hubiera los servicios de restaurante que tipo de comida desearía probar?

Costa ( )

Sierra ( )

Local ( )

10.- por qué medio de comunicación le gustaría que se realice la promoción del hotel?

Radio ( )

Televisión ( )

Internet ( )

Gracias por su Colaboración

ANEXO 2

ENTREVISTA A LOS OFERENTE

1.- ¿cuántos servicios oferta en su establecimiento hotelero al año?

Hotel "LA CRUZ" ……..

Hotel "DIVINO NIÑO"…….

2.- ¿con que servicios cuenta su establecimiento?

Servicio de restaurante ( )

Servicio recorrido ( )

Servicio WI-FI ( )

Servicio de lavandería ( )

INDICE

Contenido **Pag.**

CERTIFICACION ii
AUTORIA iii
DEDICATORIA v
AGRADECIMIENTO vi
a. TITULO 1
b. RESUMEN 2
c. INTRODUCCION 9
d. REVISIÓN DE LITERATURA 11
d.1. Marco referencial 11
d.1.1 Antecedentes de los hoteles 11
d.1.2 Origen y evolución de los hoteles en el mundo 11
d.1.3 Origen / reseña histórica de los hoteles en el ecuador 12
d.1.3.1 Hoteles de Ecuador 14
d.1.4 Clasificación de los hoteles 16
d.1.5 Importancia de los hoteles 17
d.1.6 Antecedentes históricos de la parroquia chito 20
d.1.6.1 Reseña Histórica de la Parroquia Chito 22
d.2 Marco conceptual 28
d.2.1 Proyectos de inversión 28
e. MATERIALES Y MÉTODOS 70
e.1. Materiales 70
e.2 Métodos 70
e.3 Técnicas 71
e.4. POBLACION Y MUESTRA 72
f. RESULTADOS 75
f.1 Tabulación de resultados a los clientes 75
f.2. tabulación de los resultados de la entrevista a los oferentes 85
g. DISCUSIÓN 87
h. CONCLUSIONES 176
i. RECOMENDACIONES 178
j. BIBLIOGRAFIA 179
k. ANEXOS 181