



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION
DE LA CAPACIDAD INSTALADA DEL HOTEL
ALBORADA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Tesis previa a la obtención del

Grado de Ingenieros Comerciales

AUTORES:

CARLOS EDUARDO PLAZA CHUMBI

MARCO ANTONIO QUEZADA LOAIZA

DIRECTORA:

ING. ROCIO TORAL TINITANA. MAE

LOJA - ECUADOR

2011

ING. ROCIO TORAL TINITANA

DIRECTORA DE TESIS

C E R T I F I C A:

Haber dirigido la investigación realizada por los Señores egresado de la Carrera de Administración de Empresas: cuyo tema se denomina ***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA DEL HOTEL ALBORADA EN LA CIUDAD DE LOJA”*** el mismo que cumple con los requerimientos de fondo y de forma establecidos por la Universidad Nacional de Loja para efectos de graduación, por lo que autorizo su presentación para los trámites legales correspondientes.

Atentamente,

Ing. ROCIO TORAL TINITANA
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

El contenido del presente trabajo, conceptos, ideas opiniones, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

f.)-----

Carlos Eduardo Plaza Chumbi

f) -----

Marco Antonio Quezada Loaiza

AGRADECIMIENTO

Expreso nuestra gratitud a la Universidad Nacional de Loja y de manera especial al Área Jurídica, Social y Administrativa, por brindarnos la oportunidad de formarnos para de esta manera ser entes activos al servicio de la sociedad.

Quiero dejar constancia de mi sincero agradecimiento al Ing. Roció Toral coordinadora de la Carrera de Banca y Finanzas y Directora. De nuestro trabajo investigativo, por su valiosa y desinteresada colaboración para el desarrollo de la misma

MARCO QUEZADA

DEDICATORIA

Dedico esta tesis y toda mi carrera universitaria a Dios, a mi Esposa Alexandra, Y a mis hijos Ayrthon, Arianita y Danita, quiénes fueron la razón y sacrificio realizado, así como también a mis Padres quiénes me apoyaron incondicionalmente y especialmente a la Ing. Rocío Toral Tinitana por hacer posible nuestro proyecto.

Marco Quezada

TITULO

a. Título

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION DE LA
CAPACIDAD INSTALADA DEL HOTEL ALBORADA DE LA CIUDAD
DE LOJA”.**

RESUMEN

b. Resumen

El Hotel Alborada está en un proceso de cambio, modernización y reestructuración por lo cual aún posee falencias y es de vital importancia contrarrestarlas para volverse competitivo en un mundo de cambios radicales, por lo que el propietario se ha visto en la necesidad de ampliar la capacidad instalada del hotel para poder ofertar un servicio de calidad.

El objetivo del presente trabajo de investigación es **REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA DEL HOTEL “ALBORADA” EN LA CIUDAD DE LOJA**, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad a los turistas.

Como objetivos específicos se consideran los siguientes:

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda y demanda insatisfecha del servicio que se está ofreciendo.
- Realizar un estudio técnico con la finalidad de determinar el porcentaje de ampliación que se realizará en el Hotel.
- Realizar un estudio económico-financiero sobre la creación de la nueva unidad productiva.
- Determinar el monto de la inversión para la ampliación de la capacidad instalada.
- Realizar una evaluación financiera a través de los diferentes indicadores como son . VAN, LA TIR, RELACION BENEFICIO

COSTOS, PERIODO DE RCUPERACION DE CAPITAL, ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En el trabajo de investigación se utilizaron algunos métodos como: el método deductivo que permitió la búsqueda de información relacionada con los proyectos de inversión y del método inductivo para lo relacionada a información de los aspectos de mercado como oferta y demanda, precios, etc.; el método estadístico que permitió organizar y sistematizar la información recopilada para presentarla a través de cuadros y gráficos estadísticos y proceder a su respectivo análisis e interpretación.

Así mismo se aplicaron algunas técnicas que permitieron recopilar la información, dentro de las cuáles tenemos:

La técnica bibliográfica, la cual permitió en base a registros del Hotel, libros, revistas, folletos, periódicos, Internet, etc, recopilar información que fundamenten la investigación y de esa forma entender metódicamente el trabajo relacionado con los procesos del servicio que oferta el Hotel Alborada de la ciudad de Loja, y determinar la necesidad de ampliar la capacidad instalada del Hotel.

Se realizó la observación para entender los procesos de los diferentes servicios que presta el hotel.

La encuesta se aplicó a los usuarios del Hotel Alborada, con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de los servicios ofertados.

Recopilada la información se procedió a presentar la misma a través de cuadros y gráficos estadísticos, para en base a ello proceder a su respectivo análisis e interpretación, lo que nos permitió determinar la demanda potencial y efectiva del servicio a ofertar el Hotel Alborada.

Una vez realizado el estudio de mercado se procedió a determinar el Estudio Técnico, el mismo que nos permitió analizar la ampliación de la infraestructura del Hotel Alborada.

Posteriormente en base a este análisis se realizó el estudio de costos e ingresos con la finalidad de conocer la inversión y financiamiento de la ampliación de la capacidad instalada del Hotel.

En base a los resultados del estudio de ingresos y costos se realizó la Evaluación Financiera a través de los diferentes indicadores como son: **VALOR ACTUAL NETO, TASA INTERNA DE RETORNO, RELACION BENEFICIO-COSTO, PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD**, lo que nos permitió conocer la factibilidad del presente proyecto.

Así mismo en base a la estructura actual se hace una propuesta organizativa del Hotel para un mejor funcionamiento del mismo.

Por último se plantean las respectivas conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

Las principales conclusiones obtenidas de la presente investigación son:

- La necesidad de ampliación de la capacidad instalada del hotel Alborada se la realizó en función de la demanda que tiene el Hotel, la misma que se la determinó en base a los registros de clientes que tiene el hotel, de acuerdo al análisis del presente estudio nos determina que la factibilidad del proyecto es viable.
- Con respecto a la competencia, tenemos que existen algunos hoteles que se encuentran en la misma categoría que el Hotel Alborada, por consiguiente al momento de hacer la ampliación de capacidad, se tendría que realizar una campaña de publicidad, para posicionar el mismo.
- El financiamiento del proyecto estará constituido por un préstamo de la Corporación Financiera Nacional al 9.78% a 10 años plazo.
- De acuerdo al análisis financiero los indicadores nos demuestran los siguientes resultados: EL Valor Actual Neto nos da un valor positivo de \$.457.912.83, lo que significa que el valor del Hotel aumentará durante su etapa de operación; La Tasa Interna de Retorno, nos da un resultado del 27.02%, lo que significa que es mayor al porcentaje que el banco otorga el crédito.; El análisis de sensibilidad de acuerdo

a los resultados es menor que 1 lo que significa que estos valores no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos; La Relación Beneficio/costo, nos arroja un resultado mayor que uno, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá un dólar y cincuenta y nueve centavos de dólar; La inversión se recuperará , cuatro años, cinco meses y veintiséis días.

De igual forma se plantea las siguientes recomendaciones:

- Que el Sr. Propietario del Hotel Alborada, ejecute el presente proyecto de ampliación de capacidad instalada, por razones de que los resultados de las diferentes etapas del mismo da resultados favorables obteniendo de esta forma excelente rentabilidad.
- Que se realice una buena campaña publicitaria, y hacer la promoción del mismo, con la finalidad de hacer conocer al Hotel, indicando los servicios que ofrece.
- Que se contrate personal que sea de la localidad, con la finalidad de contribuir a bajar el índice de desempleo existente en nuestra ciudad y de esa forma coadyuvar al nivel de desarrollo socio-económico de la ciudad, el cantón, provincia y por ende del país.
- Que las instituciones financieras den el apoyo necesario para las personas que quieren realizar inversiones en este tipo proyectos.

- Que la Universidad Nacional de Loja, siga impulsando este tipo de trabajos de investigación, para que los inversionistas opten por emprender en sus propias empresas.

Summary

Alborada Hotel is in the process of change, modernization and restructuring which still has flaws and is vital to counter them to become competitive in a world of radical change, so the owner has seen the need to expand capacity hotel facilities to offer a quality service. The aim of this paper has PERFORM A FEASIBILITY STUDY FOR THE EXPANSION OF THE CAPACITY INSTALLED THE HOTEL "DAWN" IN THE CITY OF LOJA, with the aim of providing quality service to tourists. The specific objectives are considered as follows:

Conduct a market study to determine the supply, demand and unmet need of the service being offered.

Conduct a technical study in order to determine the percentage of enlargement to be held in the Hotel.

Conduct a study on the economic and financial development of the new production unit.

Determine the amount of investment to expand capacity.
 Conduct a financial assessment by the different indicators are. NPV, IRR, COST BENEFIT, RCUPERACION PERIOD OF CAPITAL, SENSITIVITY ANALYSIS

In the research some methods were used as the deductive method which allowed the search of information related to investment projects and the inductive method for the information related to aspects such as market supply and demand, prices, etc..; statistical method that enabled us to organize and systematize the information collected for submission through statistical tables and graphs and proceed to their respected analysis and interpretation.

Also applied some techniques that allowed gathering information, among which are:

The technical literature, which allowed based on the hotel records, books, magazines, pamphlets, newspapers, Internet, etc, to gather information in support of research and thus understand the job methodically processes related to service offered by the Hotel dawning of the town of Loja, and determine the need to expand the installed capacity of the Hotel. Observation was conducted to understand the processes of the various services provided by the hotel.

The survey was conducted to users of Alborada Hotel, in order to meet the tastes and preferences of the services offered.

Collected information is then presented it through statistical tables and graphics, on this basis to proceed with their respective analysis and

interpretation, allowing us to determine the potential demand and offer effective service to the Hotel Alborada.

Once the market study it was determined the technical study, it allowed us to analyze the expansion of the infrastructure of the Hotel Alborada.

Subsequently based on this analysis was the study of costs and revenues in order to meet the investment and financing of the expansion of the installed capacity of the hotel.

Based on the results of income and expenses Financial Evaluation was conducted through various indicators such as: Net Present Value, Internal Rate of Return, BENEFIT-COST RECOVERY PERIOD OF CAPITAL AND SENSITIVITY ANALYSIS This let us know the feasibility of this project. Also based on the current structure is an organizational proposal Hotel for better functioning.

The last part presents the relevant findings and recommendations of the work.

The main findings of this research are:

- The need to expand the installed capacity of the hotel Alborada is carried out according to the demand that has the Hotel, the same as it is determined based on customer records that has the hotel,

according to the analysis of this study We determined the feasibility of the project is viable.

- With regard to competition, there are some hotels we found in the same category as the Hotel Alborada, therefore at the time of capacity expansion, would have to make an advertising campaign to position it.
- Project funding will consist of a loan to the National Financial Corporation 9.78% 10-year term.

According to the financial analysis indicators will show the following results: The net present value gives us a positive value of \$.457.912.83, which means that the value of the Hotel will increase during operation stage, the Internal Rate of Return gives us a result of 27.02%, which means it is higher than the percentage that the bank provides credit.; The sensitivity analysis according to the results is less than 1 which means that these values do not affect the project changes in costs and revenues; The benefit / cost, we gives a figure greater than one, which means that for every dollar invested will result in a dollar and fifty-nine cents on the dollar, the investment is recovered, four years, five months and twenty days.

In the same way we suggest the following recommendations:

- That Mr. Owner of Alborada Hotel, run this project to expand capacity, for reasons that the results of the different stages of it gives favorable results obtained in this way excellent profitability.

- That a good advertising campaign, and make the promotion thereof, in order to make known to the hotel, indicating the services it offers.
- That staff is hired to be the resort, in order to help lower the rate of unemployment in our city and thus contribute to the level of socio-economic development of the city, county, province and therefore the country.
- That financial institution provides the support needed for people who want to invest in such projects.
- The National University of Loja, continue to drive this type of research, so that investors choose to start their own businesses.

INTRODUCCIÓN

c. Introducción

La industria hotelera es una de las industrias más antiguas del mundo. En un sentido amplio, el término Industria del turismo y la hotelería se refiere a un grupo relacionado con el turismo, el entretenimiento, el transporte y el hospedaje, que incluyen, entre otros, cruceros, líneas aéreas, trenes, compañías arrendadoras de autos y operadores de excursiones.

Entre las personas que se hospedan en un hotel o se alimentan en un restaurante, pocos se dan cuenta de cuantas personas especializadas en diferentes ramas se requieren para que la operación se lleve a cabo la perfección y se convierta en una actividad rentable.

La industria hotelera ofrece muchas oportunidades para el empleo y el progreso. Debido a la constante construcción de nuevos hoteles, la expansión de las cadenas existentes y la operación de nuevos resorts generaron una demanda continua de profesionales capacitados en todas las categorías de empleos.

Sin embargo, las habilidades que se requieren para los diversos puestos de trabajo en un hotel (chef, botones, etc.) no son las mismas que las que se necesitan para ser un administrador hotelero. En los tiempos de las actividades hoteleras pequeñas en sociedades de poco cambio, la educación hotelera era básicamente basada en las habilidades. La

mayoría de los gerentes aprendían su trabajo a través de la misma práctica laboral.

En la hotelería, el énfasis está puesto en la relación cara a cara con el huésped. La industria hotelera tiene una variedad de características únicas. Se espera que el personal que labora en el hotel sea amigable y alegre tanto con los huéspedes como con los compañeros de trabajo.

Por consiguiente el presente trabajo de investigación consta de un resumen, en donde se hace referencia al trabajo objeto de estudio, posterior a ello se presenta una introducción en donde se hace hincapié los puntos más relevantes de la investigación y las partes de la que se encuentra estructurado dicho trabajo, a continuación se describe la revisión de literatura, indicando conceptos que fundamentan la investigación; luego se indica los materiales, métodos y técnicas que se utilizaron en el desarrollo de la Tesis; a continuación se expone los resultados del tema investigado como es el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio económico, así mismo se hace la exposición de la Discusión de resultados en donde se presenta la Evaluación Financiera, con los respectivos indicadores y por último se determinan las respectivas conclusiones y recomendaciones.

REVISIÓN
DE
LITERATURA

d. Revisión de Literatura

HISTORIA DE LA EMPRESA (HOTEL ALBORADA)

En el año de 1973 nace la idea de crear un negocio hotelero, a partir de este año se cristaliza y se forma el **HOTEL LA ALBORADA**.

Teniendo como clientes habituales a toda clase de ejecutivos que han preferido este hotel por su buen servicio en cuanto a la atención directa de sus dueños que han despertado en los clientes un trato familiar y de entera seguridad integral, como también su ubicación estratégica para las actividades de los usuarios, como lo es el centro de la ciudad.

Sus emprendedores y actualmente propietarios tuvieron que pasar por un largo camino de perseverancia que gracias a su empeño y motivación se ha logrado sostener prestando un servicio a la colectividad.

Se encuentra situado en Loja, Provincia de Loja ubicado en las calles Sucre 15-45 entre Lourdes y Mercadillo, el mismo que viene desarrollando sus actividades aproximadamente 34 años, siendo un negocio satisfactorio de una necesidad.

Mismo que ha recibido avances en el orden de la Infraestructura, y adelantos tecnológicos, evidenciándose así en sus habitaciones cambios como son baño privado, agua caliente, televisión por cable y en su parte física habitaciones alfombradas y otras con porcelanato o cerámica importada, que dan un valor agregado a la habitación en sí.

Se han realizado transformaciones como son el cambio de la fachada frontal, la instalación de acometidas a futuro de teléfono y agua caliente por calefón; para estos cambios se necesitará una cisterna, cuya capacidad será de 40.000 litros de agua, la misma que abastecerá de 30 a 50 baños, con una instalación de dos bombas ideoneumáticas, un sistema de agua temperada de recirculación con dos bombas, 10 calefones y un surtidor con 6 cilindros de gas.

También se tiene el espacio previsto para implementar un ascensor cuya capacidad será para 8 personas, mismo que colaborará en el traslado de un primer piso a un sexto piso brindándole la facilidad de un acceso más rápido y menos tedioso al cliente.

El Hotel Alborada está en un proceso de cambio, modernización y reestructuración por lo cual aún posee falencias las cuales son de vital importancia determinarlas y luego contrarrestarlas para volverse competitivo en un mundo de cambios radicales.

Ésta será la vía para captar mayores clientes, obtener mayor rentabilidad y ofrecer excelentes servicios a la colectividad y al turismo en general como fuente inagotable de riqueza y así cumplir con un segmento del mercado de mayor exigencia.

En la actualidad los servicios que presta el Hotel Alborada son los siguientes:

- ✓ Servicio de hospedaje de 26 habitaciones confortables con baño privado, televisión por cable Súper Premium 40 canales a su elección, individuales, dobles y triples.
- ✓ Servicio de parqueadero privado las 24 horas del día.
- ✓ Servicio de Cafetería.
- ✓ Salón de recepciones capacidad para 150 personas.
- ✓ Servicio a la Habitación o Room Service.

Filosofía de la empresa

Técnicamente se ha definido por una filosofía de “Orientación de Mercado”, que consiste en mirar y atender al entorno, al cliente principal y secundario y la coordinación inter funcional, como una forma de ver personalista del propietario, no se ha perseguido la venta agresiva y masiva del servicio; sino que se ha optado por seguir los lineamientos del mercado en base a la experiencia del propietario. Este enfoque ha sido modificado y para ello se ha requerido el convencimiento del propietario para socializar y consensuar las ideas con todo el personal e inclusive con los clientes más allegados y de esta forma omitir aquel principio nocivo de “forma de ver personalista del propietario”

La categorización filosófica prevista, implica además conocer los puntos fuertes y débiles de la competencia, de tal forma que se puedan aplicar estrategias de ataque y defensa, que permitan igualarla y superarla.

La filosofía en síntesis se enmarca en el sentimiento y propósito de mantener un liderazgo en la ciudad de Loja, basado en la política de precios más bajos, mejor calidad y variedad de productos con un excelente servicio al cliente.

PROYECTOS DE INVERSION

Es un plan, si se le asigna determinado monto de capital y si se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general.

Estudio de mercado¹

Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización, tiene como objetivos los siguientes:

Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los servicios existentes en el mercado.

¹ NASSIR SAPAG, Chain . 2005. **Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación.** Editorial Pearson. México

Objetivos

- ⇒ Busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.
- ⇒ Trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
- ⇒ Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

- ⇒ Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.
- ⇒ Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Análisis de la demanda²

Aquí se determinan las cantidades del producto que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del producto, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

².PASACA MORA, Manuel, . **Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión** 2004. Loja-Ecuador.

1. Situación actual de la demanda.

Se realizará una estimación cuantitativa del volumen actual de consumo del producido. Presentándolos de la siguiente manera.

- ⇒ Series estadísticas básicas que permitan determinar la evolución del consumo del producto durante un período suficiente que permita estimar la tendencia a largo plazo.
- ⇒ Estimación de la demanda actual
- ⇒ Distribución espacial y tipología de los consumidores.
Caracterizaremos la demanda con indicaciones de su concentración o dispersión en el espacio geográfico, junto con la variedad de consumidores.

2. Indicadores de la demanda.

Utilizaremos índices y coeficientes teóricos en base a las series estadísticas anteriores como:

- ⇒ Tasa anual de crecimiento del consumo en el período considerado
- ⇒ Índices básicos de elasticidades precio, ingreso.

3. Situación futura.

Para estimarla proyectaremos la demanda futura para el período de la vida útil del proyecto. Nos basaremos en los datos estadísticos conocidos.

Para hacerlo se debe proceder de la siguiente manera

- ⇒ Proyectamos estadísticamente la tendencia histórica,
- ⇒ Consideraremos luego los condicionantes de la demanda futura, estos pueden ser:
 - ⇒ El aumento de la población, del ingreso, cambios en su distribución.
 - ⇒ Cambios en el nivel general de precios
 - ⇒ Cambios en la preferencia de los consumidores
 - ⇒ Aparición de productos sustitutivos.
 - ⇒ Cambios en la política económica.
 - ⇒ Cambios en la evolución y crecimiento del sistema económico
- ⇒ Proyectamos la demanda ajustada con los factores anteriores, y obtendremos la demanda futura del producto.

Recopilación de información

Análisis de la oferta

La oferta estudia las cantidades que suministran los fabricantes del producto que se va a ofrecer en el mercado.

Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes.

Demanda insatisfecha

Definición

La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo.

La finalidad de estudio de mercado es probar que existe un numero suficiente de individuos, empresas u otras entidades que dadas ciertas condiciones presenta una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios.

Tipos de demanda

Uno de los factores decisivos para el éxito de nuestro proyecto, es que nuestro producto o servicio tenga mercado, por tal motivo es importante encontrar una demanda insatisfecha y potencial, porque la primera te va a permitir ingresar al mercado y la segunda crecer. En el mercado podemos encontrar los siguientes tipos de demanda:

Demanda Efectiva

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esa sería la demanda real.

Demanda satisfecha

Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos consumido una hamburguesa y al final que hemos dicho que bien que está (bueno esta es una demanda satisfecha porque quedaste conforme y a la vez accedisteis al producto)

Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos comprado una hoja de afeitar y al momento de utilizarla pareciera que hubiese sido reciclado y por consiguiente nos hemos sentido estafados (bueno esta es una demanda insatisfecha)

Demanda Aparente

Es aquella demanda que se genera según el número de personas, por ejemplo si vendes galletas y llegas a un lugar donde hay 50 personas, bueno imaginas entonces que vas a vender 50 paquetes de galletas.

Demanda Potencial

Es la demanda total del mercado, en la cual no es efectiva en el presente, pero que en algunas semanas, meses o años será real, por ejemplo, para

los que ofrecen pañales descartables, las mujeres embarazadas constituyen una demanda potencial (por al niño que está por venir).

Comercialización del Producto

Si la empresa decide seguir adelante con la comercialización de un nuevo producto, tendrá que hacer frente a los gastos más importantes hasta el momento. La empresa ya habrá gastado mucho en la generación de la idea del producto, la elección de la idea del producto, el desarrollo del producto, el desarrollo del prototipo y las pruebas y validación del prototipo del producto, pero la cantidad de dinero que requiere la comercialización es aún mayor. La empresa tendrá que construir o alquilar un establecimiento a escala total si no tiene ninguno o externalizar el proceso de fabricación. Tendrá que gastar una buena cantidad en promoción y propaganda. Tendrá que decidir mediante alquiler o contrato sobre un amplio sistema de entrega y distribución, y tendrá que tomar algunas decisiones difíciles e importantes sobre el proceso de comercialización en general

Definición del producto

En primer lugar el proyecto pretende demostrar la viabilidad de crear una empresa productora y comercializadora de agua purificada, en el mercado existen muchas presentaciones de este producto de acuerdo a las empresas existentes en la localidad y cada una de ellas varía en cuanto a

la calidad del producto; el estudio de mercado determinara precisamente el tipo de presentación más conveniente a producir, por lo tanto se define de una forma general al producto

Descripción de las presentaciones del producto

- Presentación en funda plástica de 500 cc (1/2 litro)
- Presentación en funda plástica del 1000 cc (1 litro)
- Presentación en botellones o bidones plásticos de 5 galones (20 litros)

Segmentación

Nuestro producto no tiene un target con una edad concreta ya que es un producto vital para la existencia de la humanidad y que además puede ser de agrado al gusto del consumidor por su calidad de generación en generación. Por eso indagaremos sobre las tres presentaciones mas comunes del producto en el mercado local; para de ahí determinar el la presentación a utilizar en nuestro proyecto, y de acuerdo al grado de éxito obtenido se implementarían la variedad de presentaciones.

Figuras que influyen en el proceso de compra

Teniendo en cuenta que nuestro producto es de primera necesidad, que va más enfocado a satisfacer una de las principales necesidades de

subsistencia del ser humano, definiremos aspectos secundarios que influyen en el proceso de compra.

- Compra por la calidad del producto.
- Compra por el servicio que percibe el cliente.
- Compra por créditos otorgados al cliente por compra de gran magnitud.
- Compra por la buena presentación del producto.
- Compra por buenas referencias.
- Compra por un precio adecuado.

Características del comportamiento del consumidor:

- Es un producto de baja implicación ya que en las compras para satisfacer las primeras necesidades se actúa por inercia.
- El comportamiento del consumidor es complejo ya que influyen aspectos económicos, sociales y psicológicos. Debemos tener en cuenta sus actitudes y sus ingresos, que no en todos los consumidores son las mismas.

Influencias externas

Cultura:

La cultura llevará a pautas de comportamientos comunes entre individuos de la misma.

Grupos de referencia:

Los que comparten un mismo grupo tienen de forma implícita un comportamiento común y toman como referencia unos valores y normas que determinarán su conducta por lo que creemos que nuestro producto puede influir notablemente en los grupos de referencia, lo cual se transformaría en una referencia misma del nuestro producto para con otros grupos.

Status social:

Al ser nuestro producto de primera necesidad, de gran calidad y con un precio adecuado, estará destinado de manera general a todo tipo de consumidores sin distinción del status social,

El proceso de decisión

Nuestro producto cumple una necesidad básica; por lo tanto la identificación de la necesidad vendrá determinada por la satisfacción de la misma pero con un producto de calidad el mismo que no perjudique la salud del consumidor

La búsqueda de información por parte del decisor de la compra es innecesaria porque se trata de un producto de primera necesidad, lo que si es conveniente es que pida características de calidad en cuanto al producto.

La evaluación de la decisión que el comprador hace viene determinada seguridad para su salud que le supone la calidad del producto.

Los efectos posteriores que le pueden producir son satisfacción o insatisfacción en cuanto a la calidad del mismo. Deseamos que nuestro producto sea totalmente satisfactorio por lo que no supone ningún efecto negativo para la salud después de su compra.

ESTUDIO TECNICO³

El objetivo del Estudio Técnico es diseñar como se producirá aquello que se va a ofertar en el mercado. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que maquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

³ BACA URBINA, Gabriel. 2000. **Evaluación de Proyectos**. Mc. Graw Hill. México.

El tamaño del proyecto

En el mundo empresarial encontramos micro, pequeña, mediana y gran empresa. Entonces uno de los aspectos que debemos considerar es la magnitud de nuestro proyecto ¿hacia donde va? Una micro, pequeña, mediana o gran empresa, todo ello va a depender del objetivo del productor y de su capacidad de inversión.

Factores determinantes

Para determinar el tamaño de nuestro proyecto existen ciertos parámetros, entre los que tenemos:

- Las ventas
- Capital
- Número de trabajadores, etc.

La localización del proyecto

Toda empresa formalmente constituida tiene un domicilio fiscal de conocimiento público o fácil de identificar, lo cual le permitiría a la empresa que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo, lo cual muchas veces no sucede con la empresa informal y lo grave de la informalidad es que muchas empresas que operan dentro de la clandestinidad ofrecen productos que al final atentan contra la integridad física del consumidor, así tenemos por ejemplo el caso de los embutidos cuya materia prima es carne de caballo,

de burro, de perro y en el peor de los casos la materia prima proviene animales que viven en los basurales (chillan); es horripilante, pero se dan esos casos en nuestro país y no es el único, son muchos, así tenemos en los chupetes, conservas de pescado, panteones, golosinas, licores, etc.

Entonces hay un problema de honestidad que ha alcanzado a todos los niveles de nuestra sociedad, en tal sentido la formalidad de alguna manera le podría dar al consumidor cierta garantía que lo que consume es un producto de una calidad aceptada.

Por lo tanto de acuerdo a lo descrito anteriormente, es necesario que nuestro proyecto a realizar contemple un domicilio fiscal para nuestra empresa, si es necesario indicarlo gráficamente (croquis).

Factores determinantes de la localización

Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación del proyecto, existen factores que al final pueden influir en la decisión final, así tenemos:

- La política tributaria del gobierno
- La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono)
- La existencia de mercados insatisfechos y potenciales
- Disposiciones municipales
- Mano de obra disponible

- Costo del transporte
- Existencia de universidades, institutos, colegios

INGENIERIA DEL PROYECTO⁴

Definición

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, así tenemos:

Tecnología

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

Procesos productivos

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto. o la prestación del servicio.

⁴ NASSIR SAPAG, Chain . 2005. **Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación.** Editorial Pearson. México

Infraestructura

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local
- Las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes

La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

Determinación de necesidades de insumos

En todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer (proyecto)

3.5. ESTUDIO FINANCIERO⁵

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender mas, comprar maquinas mas baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

Inversiones

⇒ **Fijas**

Es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. También se le llama formación bruta de capital fijo. Las principales clases de inversión fija son equipo y maquinaria (maquinaria, equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina). Para

⁵ BACA URBINA, Gabriel. 2000. **Evaluación de Proyectos**. Mc. Graw Hill. México.

calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

⇒ **Diferidas**

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo.

⇒ **Capital de Trabajo**

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento.

Para calcular el total de inversión fija se debe colocar una columna la cantidad de equipos por el precio unitario.

Financiamiento

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

Estudio Preliminares:

Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarias, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción. Dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo y a que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo mas actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

Ejecución y montaje:

Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción, tales como compra del terreno, la construcción física en si, compra e instalación de maquinaria y equipos, instalaciones varias, contratación del personal, etc. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

Puesta en marcha:

Denominada también "**Etapa De Prueba**" consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner "a punto" la empresa, para el inicio de su producción normal.

Elementos Básicos de Financiamiento

Cuando se cita la dirección deficiente como la razón más frecuente por la cual fracasa un negocio, el financiamiento inadecuado o a destiempo es el segundo. Ya sea que esté comenzando un negocio o expandiéndolo, disponer de suficiente capital es esencial. Pero no es suficiente tener financiamiento; el conocimiento y la planificación son requisitos para manejarlo bien. Estas cualidades asegurar al empresario ahorrarse errores comunes como obtener un tipo de financiamiento equivocado,

calcular mal la cantidad necesaria, o subestimar el costo de pedir dinero prestado.

⇒ Capital Propio

⇒ Capital Ajeno.

Presupuestos⁶

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Funciones de los presupuestos

1. La principal función de los presupuestos se relaciona con el Control financiero de la organización.
2. El control presupuestario es el proceso de descubrir qué es lo que se está haciendo, comparando los resultados con sus datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o remediar las diferencias.
3. Los presupuestos pueden desempeñar tanto roles preventivos como correctivos dentro de la organización.

⁶ ZAPATA SANCHEZ, Pedro. Contabilidad General. Mc.Graw Hill.

Importancia de los presupuestos

Presupuestos: Son útiles en la mayoría de las organizaciones como: Utilitaristas (compañías de negocios), no-utilitaristas (agencias gubernamentales), grandes (multinacionales, conglomerados) y pequeñas empresas

1. Los presupuestos son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización.
2. Por medio de los presupuestos se mantiene el plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables.
3. Sirven como mecanismo para la revisión de políticas y estrategias de la empresa y direccionarlas hacia lo que verdaderamente se busca.
4. Facilitan que los miembros de la organización
5. Cuantifican en términos financieros los diversos componentes de su plan total de acción.
6. Las partidas del presupuesto sirven como guías durante la ejecución de programas de personal en un determinado periodo de tiempo, y sirven como norma de comparación una vez que se hayan completado los planes y programas.
7. Los procedimientos inducen a los especialistas de asesoría a pensar en las necesidades totales de las compañías, y a dedicarse a planear de modo que puedan asignarse a los varios componentes y alternativas la importancia necesaria

8. Los presupuestos sirven como medios de comunicación entre unidades a determinado nivel y verticalmente entre ejecutivos de un nivel a otro. Una red de estimaciones presupuestarias se filtran hacia arriba a través de niveles sucesivos para su ulterior análisis.
9. Las lagunas, duplicaciones o sobre posiciones pueden ser detectadas y tratadas al momento en que los gerentes observan su comportamiento en relación con el desenvolvimiento del presupuesto.

Objetivos de los presupuestos

1. Planear integral y sistemáticamente todas las actividades que la empresa debe desarrollar en un periodo determinado.
2. Controlar y medir los resultados cuantitativos, cualitativos y, fijar responsabilidades en las diferentes dependencias de la empresa para lograr el cumplimiento de las metas previstas.
3. Coordinar los diferentes centros de costo para que se asegure la marcha de la empresa en forma integral.

Finalidades de los presupuestos

1. Planear los resultados de la organización en dinero y volúmenes.
2. Controlar el manejo de ingresos y egresos de la empresa.
3. Coordinar y relacionar las actividades de la organización.
4. Lograr los resultados de las operaciones periódicas.

⇒ **Costos**

Costo es el sacrificio, o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo.

Los objetivos son aquellos de tipo operativos, como por ejemplo: pagar los sueldos al personal de producción, comprar materiales, fabricar un producto, venderlo, prestar un servicio, obtener fondos para financiarnos, administrar la empresa, etc.

Clasificación de Costos

Costo de producción

Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo

Sueldos y cargas sociales del personal de producción.

Depreciaciones del equipo productivo.

Costo de los servicios públicos que intervienen en el proceso productivo.

Costo de envases y embalajes.

Costos de almacenamiento, depósito y expedición.

Costo de comercialización

Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes. Por ejemplo:

Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.

Comisiones sobre ventas.

Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería.

Seguros por el transporte de mercadería.

Promoción y Publicidad.

Servicios técnicos y garantías de post-ventas.

Costo de administración

Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo:

Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa.

Honorarios pagados por servicios profesionales.

Servicios Públicos correspondientes al área administrativa.

Alquiler de oficina.

Papelería e insumos propios de la administración

Costo de financiación

Es el correspondiente a la obtención de fondos aplicados al negocio. Por ejemplo:

Intereses pagados por préstamos.

Comisiones y otros gastos bancarios.

Impuestos derivados de las transacciones financieras.

Costos fijos

Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa. Por ejemplo:

Alquileres

Amortizaciones o depreciaciones

Seguros

Impuestos fijos

Servicios Públicos (Luz, Teléfono, Gas, etc.)

Sueldo y cargas sociales de encargados, supervisores, gerentes, etc.

Costos variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo:

Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto).

Materias Primas directas.

Materiales e Insumos directos.

Impuestos específicos.

Envases, Embalajes y etiquetas.

Comisiones sobre ventas.

Clasificación según su asignación

Costos directos

Son aquellos costos que se asigna directamente a una unidad de producción. Por lo general se asimilan a los costos variables.

Costos indirectos

Son aquellos que no se pueden asignar directamente a un producto o servicio, sino que se distribuyen entre las diversas unidades productivas mediante algún criterio de reparto. En la mayoría de los casos los costos indirectos son costos fijos.

MARCO LEGAL ADMINISTRATIVO

El Marco Legal constituye otro de los elementos de importancia en la vida de la microempresa, la Ley orienta sus disposiciones a reprimir esta actividad. El marco legal es importante y es preciso enfocarlo correctamente para evitar errores.

Requisitos legales para la constitución de una compañía.

1. Se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social; la razón social se la formula enunciativamente con el nombre de todos los socios o de algunos de ellos si es que es una microempresa en nombre colectivo.

2. El extracto de la escritura pública de la constitución de la compañía contendrá: nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la conforman.
3. La razón social, objeto y domicilio de la compañía.
4. Nombre de los socios autorizados para obrar administrar y firmar por ella.
5. La suma de los aportes entregados o por entregarse, para la constitución de la compañía y el tiempo de duración de esta.
6. Publicación del extracto de la escritura de Constitución de la Compañía se publicará en el periódico de mayor circulación de la localidad por efectos de constitución.

MATERIALES Y MÉTODOS

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se procedió a utilizar los siguientes materiales.

e.1. Materiales

Materiales de Campo

- ❖ Encuesta a usuarios del Hotel la Alborada.
- ❖ Registros de huéspedes del Hotel la Alborada

Materiales de Oficina

- Lápices
- Esferográficos
- Borradores
- Hojas de papel
- Carpetas

Equipos:

- Cámara fotográfica
- Calculadora
- Computador

Así mismo se utilizaron algunos métodos como es el método deductivo el mismo que parte de consideraciones generales a particulares, esto permitió la búsqueda de información de tipo general, y del método inductivo para cuando se adentro más a la investigación específica del

tema objeto de estudio; el método estadístico que permitió organizar y sistematizar la información recopilada para presentarla a través de cuadros y gráficos estadísticos y proceder a su respectivo análisis e interpretación.

Las técnicas que se aplicaron para la recopilación de información fueron las siguientes:

La técnica bibliográfica, la cual permitió en base a registros del Hotel, libros, revistas, folletos, periódicos, Internet, etc., recopilar información que fundamentó la investigación y de esa forma entender metódicamente el trabajo relacionado con los procesos del servicio que oferta el Hotel la Alborada en la ciudad de Loja, y determinar la necesidad de ampliar la capacidad instalada del Hotel.

Así mismo se realizó una observación a las instalaciones del Hotel, con la finalidad de determinar si en las instalaciones actuales, había la posibilidad de ampliar su infraestructura.

La encuesta se la aplicó a los usuarios del Hotel la Alborada, con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de los servicios ofertados.

Para determinar el tamaño de la muestra se tomó en consideración el No. De personas que se hospedan en el Hotel Alborada en el último año 2010, tomando en consideración que la tasa de incremento por año es de

5.12% de acuerdo al No. De personas que han ingresado al hotel año por año.

Cuadro1: No. De personas que se hospedan en el Hotel Alborada

AÑOS	CLIENTES
2006	11.155
2007	11.943
2008	12.324
2009	12.955
2010	13.618

Fuente: Registros de Hospedaje del Hotel Alborada

Elaboración: Los Autores

Determinación del Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula

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

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

N= Universo de la población

e= Margen de error 5%

1= Constante matemática

$$n = \frac{13.618}{1 + 13.618(0,05)^2}$$

$$n = \frac{13.618}{1 + (13.618)0.0025}$$

n = 389 encuestas

Procesamiento de la información

Una vez recopilada la información se procedió a presentar la misma a través de cuadros y gráficos estadísticos, para en base a ello proceder a su respectivo análisis e interpretación, lo que nos permitió determinar la demanda potencial y efectiva del servicio a ofertar el Hotel la Alborada.

Una vez realizado el estudio de mercado se procedió a determinar el Estudio Técnico, el mismo que nos permitió analizar la ampliación de la infraestructura del Hotel la Alborada.

Posteriormente en base a este análisis se realizó el estudio de costos e ingresos con la finalidad de conocer la inversión y financiamiento de la ampliación de la capacidad instalada del Hotel.

En base a los resultados del estudio de ingresos y costos se realizó la Evaluación Financiera a través de los diferentes indicadores como son: **VALOR ACTUAL NETO, TASA INTERNA DE RETORNO, RELACION BENEFICIO-COSTO, PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD**, lo que nos permitió conocer la factibilidad del presente proyecto.

Así mismo en base a la estructura actual se hace una propuesta organizativa del Hotel para un mejor funcionamiento del mismo.

Por último se plantean las respectivas conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

RESULTADOS

f. RESULTADOS

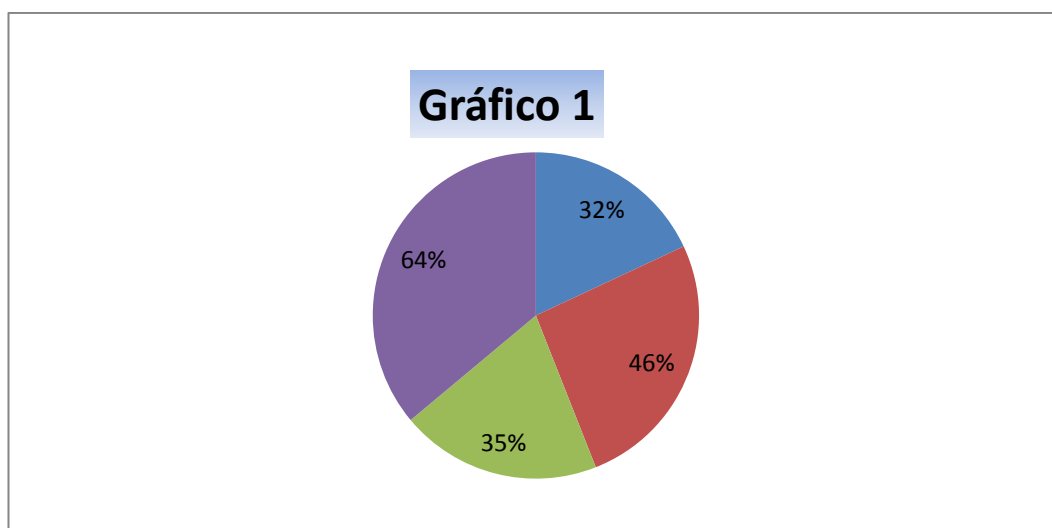
1. ENCUESTAS A USUARIOS

Cuadro 2: Razones por las que visita nuestra ciudad.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	125	32%
Negocios	180	46%
Turismo	138	35%
Vacaciones	250	64%

Fuente: Encuesta a usuarios

Elaboración: Los Autores



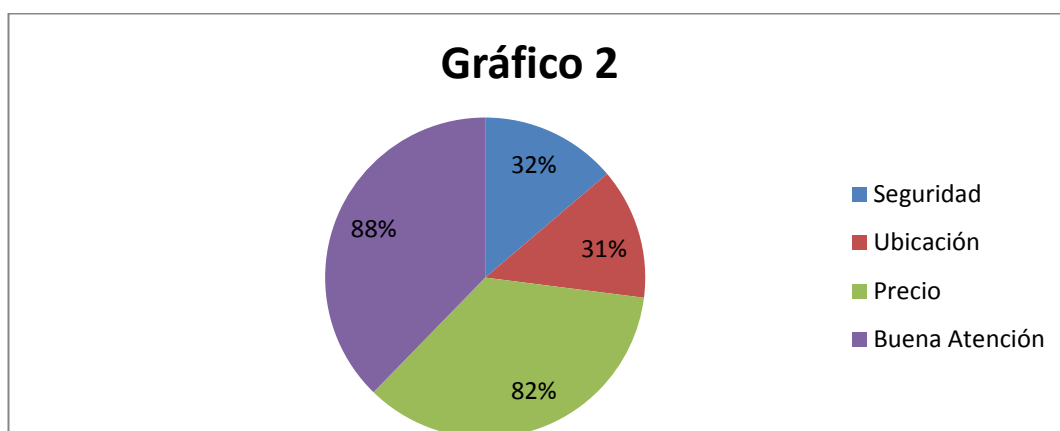
De acuerdo a los resultados de los encuestados, con respecto a las razones porque visitan la ciudad de Loja, el 64% manifiestan que lo hacen por vacaciones, el 46% por negocios, el 25% por turismo y el 32% por trabajo. Esto nos determina que frecuentemente existe la demanda para el Hotel la Alborada.

Cuadro 3: Por qué se hospeda en el Hotel Alborada

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad	80	32%
Ubicación	120	31%
Precio	320	82%
Buena Atención	342	88%

Fuente: Encuesta a usuarios

Elaboración: Los Autores



Las razones por lo que se hospedan en el Hotel la Alborada, los encuestados manifiestan en un 88% que lo hacen por la buena atención que se da a los clientes, el 82% por el precio que se cobra por persona, el 32% por seguridad y el 31% por ubicación. Lo que significa que en el Hotel siempre se está dando un eficiente servicio al cliente y un trato especial, así mismo los costos son accesibles a todos los huéspedes.

Cuadro 4: Qué tiempo permanece en el Hotel

Alternativas	Frecuencia	Xm	f (Xm)	Porcentaje
1 a 3 días	370	2	740	95%
4 a 6 días	16	5	128	4%
7 a 9 días	3	8	24	1%
TOTAL	389		892	100%

Fuente: Encuesta a usuarios

Elaboración: Los Autores

Promedio días = $892/389$
 Promedio días = 2,29 2 días

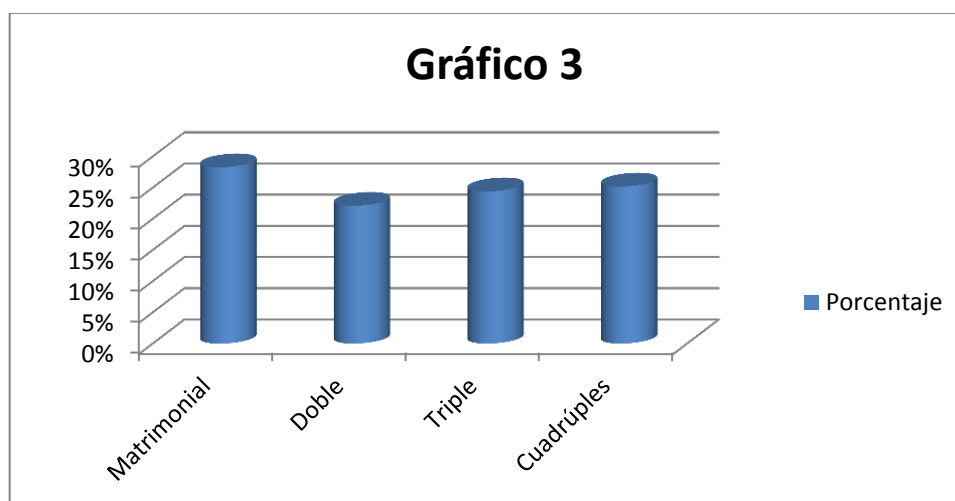
El tiempo promedio que los huéspedes utilizan el servicio del Hotel Alborada es de 2 días. Lo que es necesario ampliar la capacidad del servicio del Hotel y de esa forma satisfacer las necesidades de los clientes.

Cuadro 5: Qué tipo de habitación utiliza usted cuando se hospeda

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Matrimonial	110	28%
Doble	86	22%
Triple	95	24%
Cuádruples	98	25%
TOTAL	389	100%

Fuente: Encuesta a usuarios

Elaboración: Los Autores



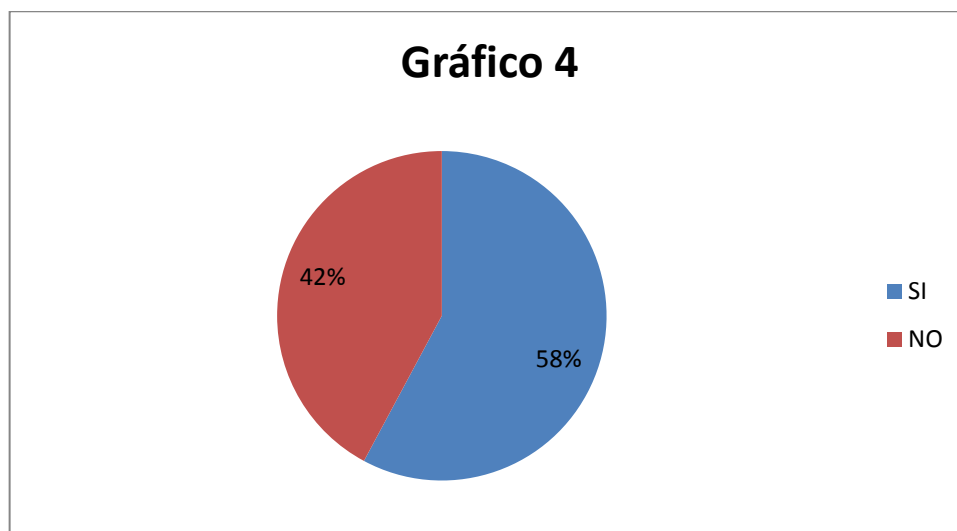
En lo que respecta al uso de habitaciones, el 28% de los encuestados manifiestan utilizar habitaciones personales o matrimoniales, el 25% cuádruples, el 24% triples y el 22% dobles. Esto nos determina que el mayor porcentaje de habitaciones que utilizan los clientes son personales o matrimoniales.

Cuadro 6: Encuentra siempre habitaciones disponibles?.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	225	58%
NO	164	42%
TOTAL	389	100%

Fuente: Encuesta a usuarios

Elaboración: Los Autores



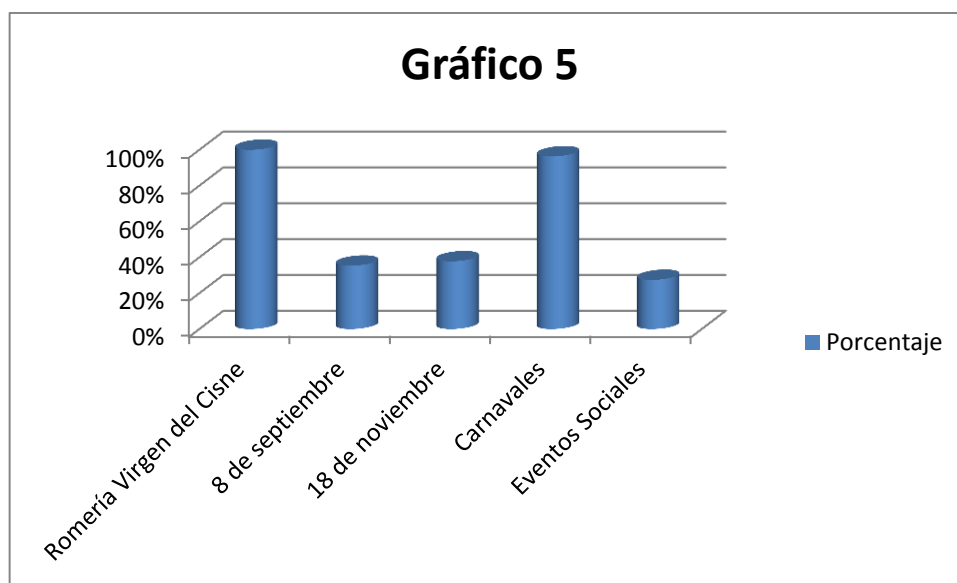
Quando los clientes han solicitado habitaciones el 58% manifiestan que si ha habido habitaciones, pero el 42% indican que no, esto por lo general sucede en épocas de feriados.

Cuadro 7: En que temporadas no encuentra habitaciones.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Agosto	164	100%
Septiembre	58	35%
Noviembre	62	38%
Febrero	158	96%
Fiestas	45	27%

Fuente: Encuesta a usuarios

Elaboración: Los Autores



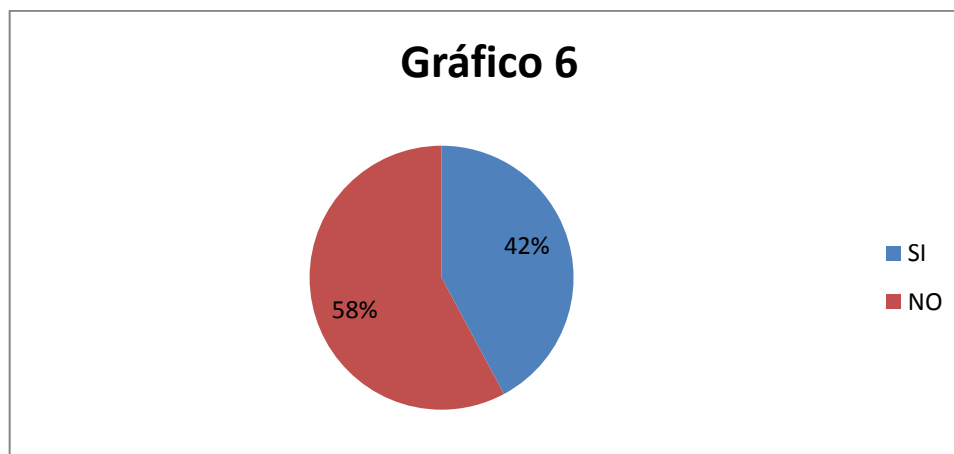
Los clientes que no han encontrado habitaciones desocupadas en el Hotel la Alborada, el 100% manifiestan que ha sido cuando hay la Romería de la Virgen del Cisne, el 96% en la época de carnavales, el 38% el 18 de noviembre, el 35% el 8 de septiembre y el 27% en eventos sociales. Esto nos permite identificar la necesidad que existe de ampliar la capacidad instalada del hotel para ofrecer un servicio eficiente y de calidad.

Cuadro 8: Cree usted que el hotel debe incrementar más habitaciones

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	164	42%
NO	225	58%
TOTAL	389	100%

Fuente: Encuesta a usuarios

Elaboración: Los Autores



Los encuestados manifiestan en un 42% que deben incrementarse más habitaciones, mientras que el 58% no, esto nos determina que el porcentaje que quieren que se incremente más habitaciones son aquellas personas que cuando han acudido al hotel no han existido habitaciones disponibles.

Cuadro 9: Qué tipo de habitaciones

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Matrimoniales	92	56%
Doble	32	20%
Triple	18	11%
Cuádruples	22	13%
TOTAL	164	100%

Fuente: Encuesta a usuarios

Elaboración: Los Autores



Con respecto a que tipo de habitaciones deberían incrementarse, los encuestados manifiestan en un 56% que son personales o matrimoniales,

el 20% dobles, el 13% cuádruples y el 115 triples. Esto nos da la pauta para al momento de ampliar la capacidad instalada del hotel, diseñar la ampliación en función de la necesidad de los clientes.

2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permitió recopilar la información necesaria a fin de poder determinar con exactitud la oferta, demanda potencial y demanda insatisfecha de los servicios del Hotel la Alborada, nos proporcionó datos para calcular el nivel de uso efectivo del presente proyecto.

Finalidad del Estudio de Mercado.

Tiene como finalidad determinar la oferta, demanda, y demanda insatisfecha del producto.

Para determinar el estudio de mercado se deben considerar los siguientes aspectos:

- El usuario, las demandas del mercado y del proyecto.
- La competencia y las ofertas de mercado.
- Comercialización del servicio generado por el proyecto.
- Los proveedores, o disponibilidad y precio de los insumos actuales y proyectados.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que requieren los consumidores para la satisfacción de sus necesidades, previa la definición y fijación de un precio y tiempo.

La demanda está en función de la necesidad que tiene el Hotel Alborada de cubrir el servicio, y al no poder satisfacer la demanda insatisfecha se hace necesario ampliar la capacidad, ya que se cuenta con el espacio necesario para realizar esta actividad.

- **Descripción del Servicio**

Alojamiento

- **Procesos de servicio**

Servicio de habitaciones, preparación impecable de camas y baño

Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se podrían ofertar en el mercado; en el presente proyecto se trata de la ampliación de la capacidad instalada del Hotel Alborada.

Para determinar la demanda potencial se tomó en consideración, los huéspedes que hacen uso del Hotel durante el año, en este caso para el

año 2010 que es de 13.618 huéspedes con tasa de crecimiento de 5.12% anual.

Con la ampliación de la capacidad instalada, que es de 13 habitaciones con 21 camas disponibles, el Hotel está en capacidad de cubrir la demanda que tiene el turista.

Por consiguiente la demanda potencial en este caso se convierte en demanda efectiva.

Cuadro 10: Demanda Potencial y efectiva

AÑOS	Demanda Potencial	No. Habitaciones	Camas disponibles
0	13.618	23	35
1	14.315	36	56
2	14.351	36	56
3	14.353	36	56
4	14.353	36	56
5	14.353	36	56
6	14.353	36	56
7	14.353	36	56
8	14.353	36	56
9	14.353	36	56
10	14.353	36	56

Fuente: Registros Hotel la Alborada

Elaboración: Los Autores

- **Análisis del Mercado**

El Hotel ha guardado sus propias estadísticas de evolución de la demanda por hospedaje durante los años que tiene de existencia, lo cual significa que, no puede cubrir la demanda insatisfecha por falta de

infraestructura adecuada, por lo que, mejorar esto, es el objetivo del proyecto.

De acuerdo a la estadística que difunden el I. Municipio de Loja por medio de su departamento de Turismo. Para el año 2008 se registraron 3.541 visitantes por turismo desde todas las ciudades del mundo, lo que da un promedio de de 295 por mes.

Para el año 2010 hasta el mes de Julio se registraron 1.438 visitantes lo que significa un promedio de 205 por mes.

Los turistas que van específicamente a Vilcabamba, se contabilizan en 9.811 para el año 2010, lo que significa un promedio de 817 por mes.

Significa que además se cuenta con el movimiento de pasajeros interprovinciales y cantorales.

La provincia de Loja cuenta con 16 cantones, lo que origina un transporte de pasajeros por día hacia la ciudad de Loja de 1.200 pasajeros como promedio mínimo (15 cantones x 2 turnos de 40 personas mínimo por día) lo que equivale a 36.000 pasajeros por mes.

En la modalidad interprovincial cuenta con una circulación de pasajeros de 2.520 personas (21 provincias x 3 turnos mínimo por 40 pasajeros) lo que equivale a 75.600 pasajeros al mes.

En resumen:

250 (295+205 = 500/2 = 250) + 817 = 1.067 pasajeros

36.000 (intercantonal)

75.600 (interprovincial) = 112.667 pasajeros por mes

Análisis de la Oferta

En la ciudad de Loja según el I. Municipio de Loja se registran 52 lugares de alojamiento.

Cuadro 11: Lugares de Alojamiento

Alojamiento	Nº	Categoría	% de participación en el mercado	Costo Promedio por plaza (USD)
Apartamentos	1	Tercera	1,92	15
Hostales	6	Primera	11,54	81
	1	Segunda	1,92	30
	4	Tercera	7,69	15
Hostal Residencia	1	Segunda	1,92	25
	13	Tercera	25,00	15
Hoteles	10	Primera	19,23	90
	3	Segunda	5,77	32
	1	Tercera	1,92	25
Hotel residencia	5	Tercera	9,62	20
	2	Cuarta	3,85	10
Hosterías	1	Segunda	1,92	25
Pensiones	1	Primera	1,92	20
	2	Segunda	3,85	15
	1	Tercera	1,93	10
TOTAL	52		100,00	

Fuente: I. Municipio de Loja

Elaboración: Los Autores

Cuadro 12: Categoría de los lugares de alojamiento

Categoría	Nº	Costo Promedio de plaza por Categoría (USD)
Primera	17	64
Segunda	8	25
Tercera	25	17
Cuarta	2	10
TOTAL	52	

Fuente: I. Municipio de Loja

Elaboración: Los Autores

El Hotel Alborada pertenece a la categoría de Hostal Residencia y clasificada en la tercera categoría. Por lo que, con el presente proyecto debe clasificarse en una categoría mejor.

Cuadro 13: Promedio de usuarios por mes

Alojamiento	Nº	Promedio de plazas	Total plazas	Nº Personas mes
Apartamentos	1	30	30	300
Hostales	11	30	330	3.300
Hostal Residencia	14	30	420	4.200
Hoteles	14	30	420	4.200
Hotel residencia	7	30	210	2.100
Hosterías	1	30	30	300
Pensiones	4	30	120	1.200
TOTAL	52		1.560	15.600

Fuente: Cámara de Turismo de Loja

Elaboración: Los Autores

Cuadro 14: Hostales de tercera categoría

HOSTALES RESIDENCIA	DIRECCION	TELEFONO	CATEGORIA
Berlín	18 de Noviembre y Gonzanamá	2562275	Tercera
Chandelier	Imbabura y Sucre	2563061	Tercera
Hidalgo	Lauro Guerrero y 10 de Agosto	2560174	Tercera
Internacional	10 de Agosto 15-28 entre 18 de Noviembre y Sucre	2578406	Tercera
Londres	Sucre 07-91 y 10 de Agosto	2561936	Tercera
Marbella	Av. Isidro Ayora y 8 de Diciembre	2577002	Tercera
Mercadillo	Olmedo y Mercadillo	2561003	Tercera
Metropolitano	18 de Noviembre 06-41 y Colón	2570007	Tercera
Orquídeas	Bolívar 08-59 y 10 de Agosto	2587008	Tercera
La Peña	Av. Cuxibamba y Lautaro Loaiza	2560760	Tercera
Primavera	Colón 16-50 y 18 de Noviembre		Tercera
Pucará	Azuay entre Av. Lauro Guerrero y M.A. Aguirre	2578683	Tercera
San Luis	Sucre e Imbabura	2570370	Tercera
Alborada	Sucre 12-91 y Lourdes	2570773	Tercera

Fuente: Cámara de Turismo Loja

Elaboración: Los Autores

Mercado de demanda

Cuadro 15: Visitantes que llegan a Loja

VISITANTES POR MES	OBJETIVO	PORCENTAJE
49.568	Comercio y Educación	44%
28.168	Fe Religiosa (El Cisne)	25%
22.535	Ejecutivos y Empleados públicos	20%
11.268	Eventos académicos Universidades	10%
1.128	Turismo	1%
112.667		100%

Fuente: Cámara de Turismo de Loja

Elaboración: Los Autores

Por seguridad se debe tomar un porcentaje adecuado de Visitantes que solicitan alojamiento, ya que muchos de los que visitan la ciudad de Loja cuentan con familiares y ya no hacen uso de alojamiento, lo que implica un 30% menos.

Es decir $112.677 \times 50\% = 56.339 = 56.338$ frente a 15.600 plazas disponibles.

Demanda Insatisfecha

Esto representa que solo el 28% satisface a la demanda, especialmente del nivel de segunda y tercera categoría, porque para el nivel de primera categoría se encuentra en construcción por lo menos nueve hoteles más.

Mezcla de Marketing

Producto

Servicio de alojamiento para la segunda categoría del Hotel residencia que contempla:

- Confortables habitaciones con baño privado, para dos y tres huéspedes
- Salas de estar para visitas
- Ascensor para comodidad de los clientes
- Situado en el centro de la ciudad
- Atención personalizada

Precio

Precio por plaza es de \$ 8.00, y seguirá manteniendo igual para el primer año de reconstrucción, ya que para el segundo año se incrementara en dos dólares cada año, por plaza.

Mercado**Ciudad de Loja**

- Visitantes nacionales como del exterior
- Con fines :
 - Turísticos
 - Académicos
 - Religioso
 - Ejecutivo
 - Empleado publico
 - Comercio
 - Educación

Todos con capacidad de pago para nuestros precios.

Zona de influencia del proyecto

- Sitios Turísticos:
 - Vilcabamba
 - Podocarpus
 - Catamayo
 - Zamora

- Universidades A Distancia
- Religiosos El Cisne
- Instituciones Públicas Empleados y Trámites
- Empresas privadas Ejecutivos
- Comercio de Importación y Exportación Nacional, provincial y cantonal
- Ciudad ecológica Premios internacionales
- Capacitación y educación A todos nivel
- Aeropuerto Con cuatro vuelos diarios a Quito y Guayaquil
- Vía Panamericana Con todo el país

Comercialización

- Promoción nacional, provincial y cantonal mediante instructiva e ilustración televisiva y radial, especialmente con la nueva remodelación.
- Precios Competitivos
- Atención personalizada
- Pago al contado
- Cuenta con clientes fieles por nuestros servicios.

3. ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de los recursos básicos para el proceso del servicio, considerando los datos proporcionados por la demanda para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacios físicos y recursos humanos.

TAMAÑO

Hace relación a la capacidad del servicio que tendrá el hotel con la ampliación de su capacidad instalada durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate.

TAMAÑO DEL HOTEL

El tamaño de la capacidad del Hotel Alborada I es la capacidad que tiene la misma en el periodo de vida útil del proyecto, tomando en consideración los factores como son, la demanda, la oferta, los costos, las inversiones, etc, que son determinantes en el proyecto.

- **CAPACIDAD INSTALADA**

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que pueden alcanzar la ampliación de la infraestructura en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa. La ampliación está en capacidad de cubrir la demanda con 13 habitaciones más.

Determinación de la capacidad del Hotel

Cuadro 16: La capacidad actual sin proyecto consta de las siguientes habitaciones:

PLANTA	Nº DE HABITACIÓN	CAMAS DE DOS PLAZAS	CAMAS DE PLAZA Y MEDIA
Baja	112		2
	113	1	
Primer piso	114	1	
	115	1	
	116	1	
	117	1	
	118	1	
	119	1	
	120	1	
	121	1	
	124		3
	125		2
	126	1	
Segundo Piso	127	1	
	128	1	
	131		3
	132		2
	133	1	
Tercer piso	Departamento		
Cuarto piso	138		2
	139	1	
	140		2
Quinto piso	141		2
	142		3
Suman	23	14	21

Fuente: Registros Hotel Alborada

La ampliación prevista se compone de:

Primera planta alta: 4 habitaciones
 Segunda planta alta: 4 habitaciones
 Tercera planta alta: 5 habitaciones
 Total 13 habitaciones: 9 matrimoniales (9 camas)
 4 triples (12 camas)

Cuadro 17: Distribución de camas por habitación

Planta	Nº de Habitación	Camas de dos plazas	Camas de plaza y media
Primera planta alta	1	1	
	2	1	
	3	1	
	4	1	
Segunda planta alta	5		3
	6		3
	7		3
	8		3
Tercera planta alta	9	1	
	10	1	
	11	1	
	12	1	
	13	1	
Suman	13	9	12

Fuente: Hotel la Alborada

Elaboración: Los Autores

Cuadro 18: Resumen de Capacidad instalada y con la ampliación

Capacidad	Habitaciones	Camas de 2 plazas	Camas de plaza y media	Porcentaje
Actual	23	14	21	64%
Con Proyecto	13	9	12	36%
TOTAL	36	23	33	100%

Fuente: Registros Hotel Alborada

Elaboración: Los Autores

Esto representa que se incrementa el 36 % de la capacidad total del terreno, donde se dispondrá de 36 habitaciones con la disponibilidad del 41 % de camas de dos plazas y con el 59 % de camas de plaza y media.

La capacidad total del hotel con la ampliación prevista es de 79 personas que representa el 100% de la capacidad. De acuerdo al registro de clientes en los años anteriores, y siguiendo su tendencia, se estima que el 44% (35 plazas) de la capacidad total está ocupada los 12 meses del año y el 56% (44 plazas) está ocupado solo ocho meses al año.

Por lo que para el cálculo de Ingresos se obtiene:

35 personas día por \$ 8.00 x 30 días x 12 meses = \$ 100 800.00

44 personas día por \$ 8.00 x 30 días x 8 meses = 84 480.00

Suman 185 280.00

Menos 1,55% por rebajas (Perdidas de habitaciones)

Suman

182 400.00

CAPACIDAD UTILIZADA

Constituye el rendimiento con el que se hace uso de las habitaciones del Hotel, la capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado.

Cuadro 19: Calculo de la capacidad ocupada

Numero Personas Día	Numero Personas Mes	Numero Personas Año	Capacidad Aprovechada Porcentaje	Ingresos para el año 1
79	2 370	28 440	100%	227 520
64	1 920	23 040	80%	182 400
59	1 770	21 240	75%	168 480
55	1 650	19 800	70%	157 248

Fuente: Registros Hotel la Alborada

Elaboración: Los Autores

- **CAPACIDAD DE RESERVA**

Representa la capacidad de producción que es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de servicio; esto generalmente se cubre en épocas donde hay la romería de la Virgen del Cisne, las fiestas de Loja, Carnavales, etc.

- **CAPACIDAD FINANCIERA**

Consiste en determinar la capacidad para financiar la inversión del proyecto, la misma que estará financiada con aportes propios y con un crédito de la Corporación Financiera Nacional.

- **CAPACIDAD ADMINISTRATIVA**

Se encarga de considerar el talento humano que haga posible un funcionamiento eficaz y eficiente que apoye a la consecución de un servicio óptima y por ende a la optimización de recursos y maximización de utilidades.

LOCALIZACIÓN

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se encuentra ubicado el Hotel la Alborada a, 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

MACROLOCALIZACION

El Hotel la Alborada se encuentra ubicada en la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja.

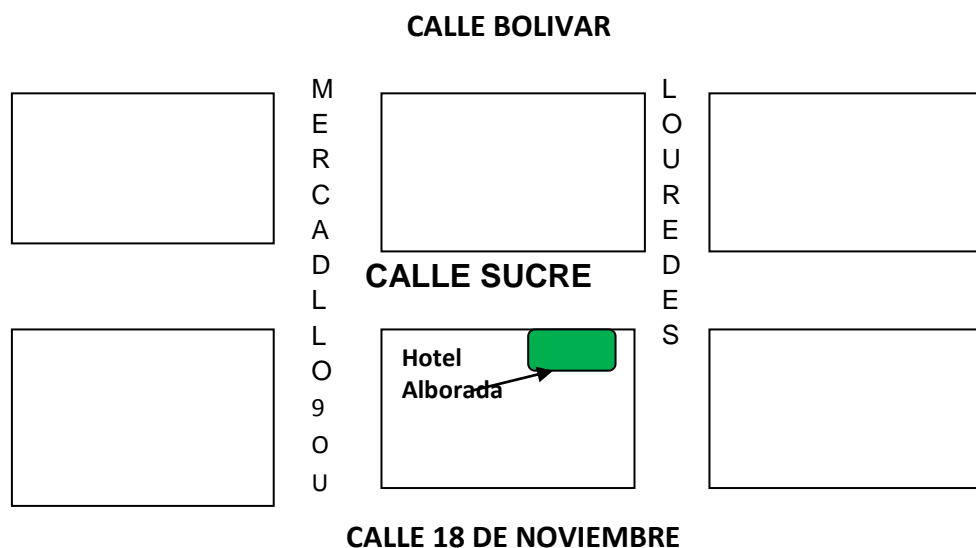
MACROLOCALIZACION DE LA PLANTA



MICROLOCALIZACION

El Hotel la Alborada se encuentra ubicado en la provincia de Loja , en la calle Sucre entre Lourdes y Mercadillo.

CROQUIS DE LA UBICACIÓN DEL HOTEL



- **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 el mercado hacia el cual está orientado el servicio.

- **VIAS DE COMUNICACIÓN.**

La provincia de Loja, cuenta con vías de comunicación de primer orden, en el caso de la ubicación del Hotel la Alborada 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.

- **CERCANIA AL MERCADO.**

Nuestra empresa está ubicada en un lugar estratégico en la parroquia San Sebastián, lugar central de la ciudad de Loja, 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, alcantarillado, 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.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de la ampliación de la capacidad del servicio , tiene que ver fundamentalmente con la construcción del tramo para la ampliación, 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.

COMPONENTE TECNOLÓGICO

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuados a los requerimientos del proceso del servicio a ofertar y que este acorde con los gustos y preferencias de los usuarios.

La maquinaria y equipo a utilizarse en la ampliación del Hotel es la siguiente:

Cuadro 20: Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Total
Ascensor	1	32.683,94
Lavadora-Secadora	1	875,00
TOTAL		33.558,94

Fuente: Almacenes la Ganga

Elaboración: Los Autores

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la ampliación del Hotel la Alborada, 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 el desalojo, con la finalidad de realizar la ampliación del Hotel.

LUGAR DONDE SE REALIZARÁ LA AMPLIACION DEL HOTEL LA ALBORADA (Parte interna del Hotel)



DISTRIBUCIÓN INTERIOR DE LAS INSTALACIONES:

Se considera cuáles van a ser los servicios que va a prestar el hotel con la ampliación de su capacidad instalada.

ENTRADA PRINCIPAL HOTEL ALBORADA



ENTRADA PISOS SUPERIORES



HABITACIONES MATRIMONIALES



HABITACIONES TRIPLE



SALA PARA ESPARCIMIENTO



SALA STAR PARA LOS HUESPEDES



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

La estructura administrativa del HOTEL ALBORADA se fundamenta en retribuir con más y mejores servicios a sus clientes para enfrentar con solvencia las vicisitudes futuras en el ámbito de la administración en general y hotelera en particular.

RAZÓN SOCIAL

La razón social es “**HOTEL ALBORADA**” CIA LTDA”

DOMICILIO

La empresa es de nacionalidad ecuatoriana, su ubicación principal es la ciudad de Loja, barrio San Sebastián, calle Sucre entre Lourdes y Mercadillo

SOCIOS

Deberán cumplir con lo que señala la Ley de compañías y la Junta General de Socios. Esta empresa está conformada por cinco socios que son:

- Ing. Miguel Paúl Quezada Córdova y esposa Sra. Gloria Enith Loaiza Toledo.
- Sr. Estalín Miguel Quezada Loaiza,
- Sr. Marco Antonio Quezada Loaiza,
- Srta. Lourdes Katherine Quezada Loaiza
- Sr. Aldo Xavier Quezada Loaiza

CAPITAL SOCIAL

Cuyo capital asciende a \$30.000,00 dólares norteamericanos y se conforma por aportes diversos.

MISIÓN Y LA VISIÓN DE LA EMPRESA

Misión

Nuestro servicio de alojamiento hotelero cimentado en muchos años de experiencia nos permite ofrecer una atención de primera calidad digna del visitante que lo transforma en cliente satisfecho, que nos posiciona en una empresa competitiva, dentro y fuera de nuestra provincia.

Visión

Al contar con personal capacitado que nos permite ser buenos anfitriones, nuestro Hotel permite el desarrollo del turismo ecológico de visitantes tanto internos como externos en un ambiente de calidez familiar.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Proporcionar la mejor atención al cliente
- Participar en el desarrollo turístico
- Promocionar nuestro hotel con precios y atención competitiva.
- Velar por la seguridad del visitante

- Implementar el mejoramiento de la infraestructura hotelera que permita la entera comodidad del huésped hotelero.

La ejecución

Será encargada en la parte de la infraestructura al profesional conocedor de ambientes confortables y de amplia aceptación hotelera.

La tarea operativa será cumplida en forma continua, bajo la Supervisión de sus propietarios, mismos que son conocedores de la preferencia y gustos de sus clientes.

La reconstrucción tendrá una duración aproximada de 6 meses, luego de lo cual se dispondrá de nuevas y confortables habitaciones, lo que le permite incrementar su capacidad instalada.

REPRESENTATE LEGAL

El representante legal de la empresa es el Sr. Estalin Quezada Loaiza

NÚMERO DE EMPLEADOS

Se encuentra estructurada con nueve integrantes de la siguiente manera:

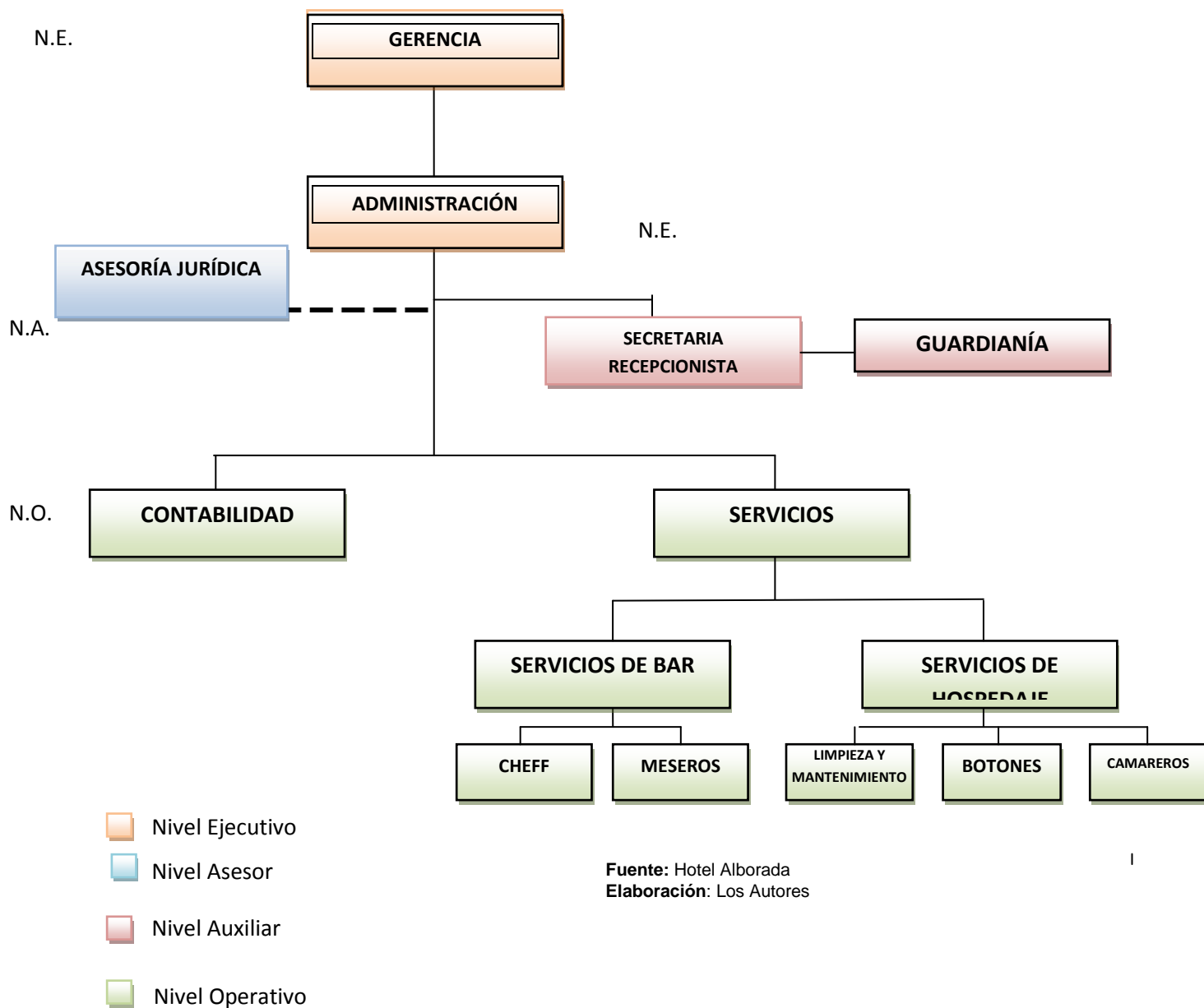
CUADRO 21: PUESTOS

Nro.	PUESTOS
1	Administrador (Gerente)
1	Asesor Jurídico (Ad-Hoc)
1	Recepcionista –Contadora
3	Camareros (2 para el día y 1 noche)
2	Chef
1	Mesero
1	Guardián
1	Botones

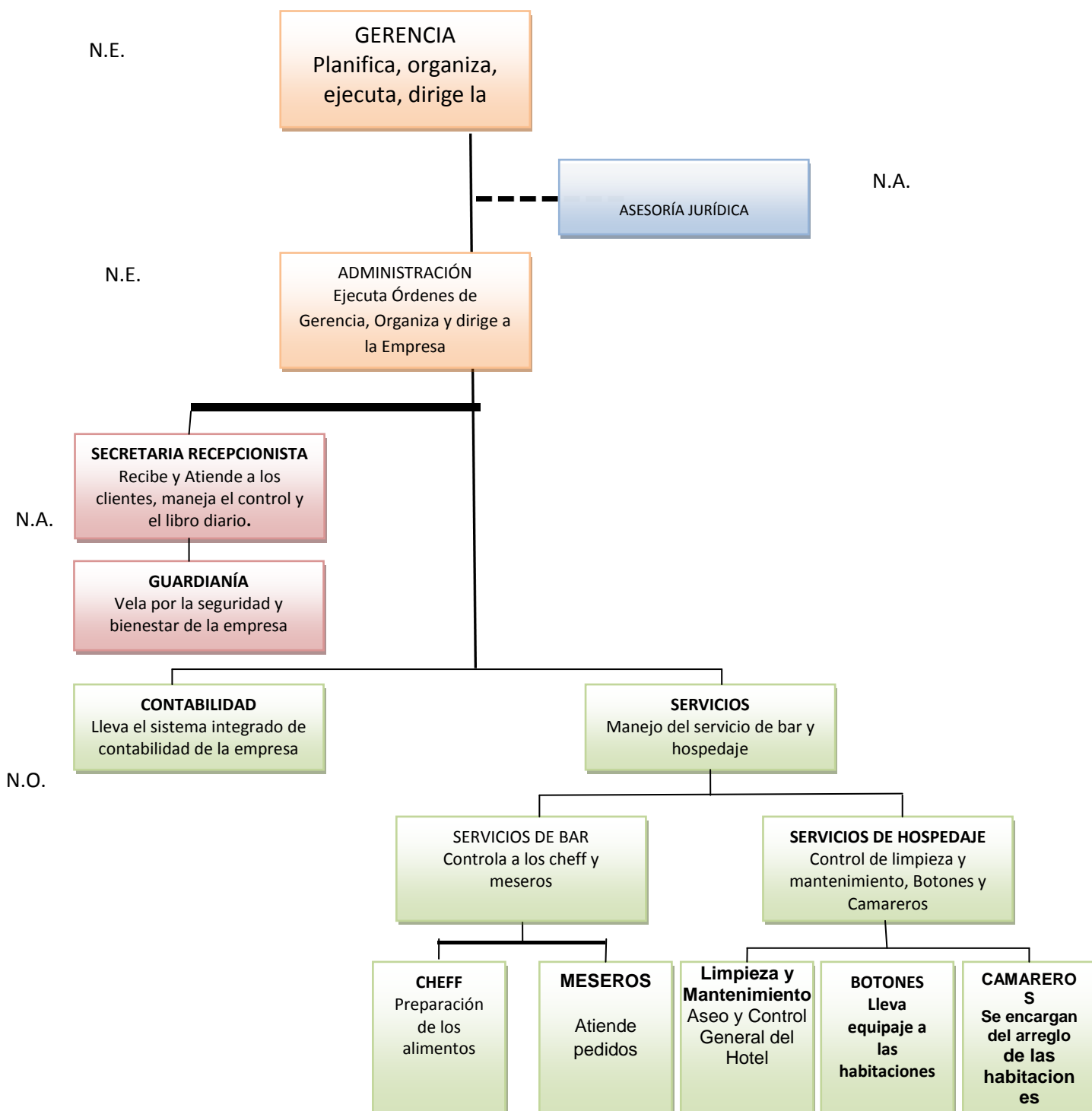
COSTO POR HABITACIÓN:

En lo que se refiere a los costos la habitación matrimonial cuesta \$15.00 dólares, mientras que las habitaciones dobles, triples y cuádruples cuestan \$8.00 dólares por persona.

ORGANIGRAMA DEL HOTEL LA ALBORADA DE LA CIUDAD DE LOJA ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



ORGANIGRAMA FUNCIONAL



MANUAL DE FUNCIONES

Constituye la recopilación específica de todas las diferentes obligaciones que tiene que cumplir cada elemento de una institución, sea pública o privada, con la finalidad de no causar interrupciones a los demás miembros de la entidad que desarrollen otro tipo de actividades.

En el presente ítem se señala las funciones del personal administrativo y operativo de la empresa, en el que se especifica el título del puesto, naturaleza del trabajo, funciones específicas, características del puesto y requisitos mínimos de manera que las actividades se lleven a cabo de forma ordenada, eficiente y sin obstáculos.

NIVEL EJECUTIVO**CÓDIGO: 001****Dependencia o Unidad Administrativa: Administración General****Nombre del Puesto:** Gerente**Depende de:** Junta de Socios**Supervisa a:** Administrador**Naturaleza del Trabajo.**

Planificar, organizar, ejecutar, controlar la vida empresarial e interpretar planes, programas y más directivas de los órganos auxiliares y operativos.

Funciones Específicas.

- Formular y controlar la implantación de políticas, normas y procedimientos de los sistemas operativos de prestación de servicios, su control financiero y administrativo.
- Ejercer la representación jurídica y extrajudicial en la empresa.
- Tramitar órdenes, contratos, cheques y más documentos que el reglamento autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento del organismo a su cargo.
- Analizar el mercado local.
- Realizar actividades de mercadotecnia.
- Elaborar planes y programas de publicidad y propaganda.

- Informar y responder a los socios por los actos que se hagan o dejen de hacerse en la empresa.
- Contratar al personal necesario para el normal funcionamiento de la empresa.
- Mantener la buena imagen de la empresa ante la sociedad.
- Estudiar los contratos y convenios que realice la empresa con otras organizaciones.
- Resolver problemas presentados con los subordinados.

Características del Puesto.

- Iniciativa, autoridad y liderazgo para el desempeño de las actividades.
- Responsabilidad en el manejo administrativo de la empresa.
- Excelente presencia, don de gente, hábil negociador.
- Constituye el representante legal de la empresa.

Requisitos Mínimos.

- Título de Ingeniero Comercial.
- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares o afines.
- Cursos de relaciones humanas, en Administración, Finanzas, Ventas y Desarrollo Organizacional.

CÓDIGO: 002**Dependencia o Unidad Administrativa: Administración General****Nombre del Puesto: Administrador(a)****Depende de:** Gerente**Supervisa a:** Personal de Apoyo y Operativo**Naturaleza del trabajo.**

Realiza funciones relevantes de la organización, ejecución, control del Hotel en general y desenvolvimiento oportuno y eficaz de los subordinados.

Funciones específicas.

- Cumplir con el reglamento general de la empresa.
- Coordinar con el Gerente sobre el manejo de controles diarios de pasajeros.
- Recibir cordialmente al potencial cliente.

Características del puesto.

- Líder en el manejo de personal.
- Actuar con rectitud y frontalidad a la hora de opinar sobre el desempeño de los trabajadores.

Requisitos mínimos.

- Poseer título de Ingeniero Comercial.
- Conocimientos básicos sobre Administración Hotelera.
- Experiencia 1 año en puestos similares.

NIVEL ASESOR**CÓDIGO: 003****Dependencia o Unidad Administrativa:** Asesoría Jurídica**Nombre del Puesto:** ASESOR JURIDICO**Depende de:** Gerente**Naturaleza del Trabajo.**

Asesorar e informar sobre asuntos legales encargados de la empresa.

Funciones Específicas.

- Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en todo proceso contractual.
- Las demás que le competen de acuerdo a la ley

Características del Puesto.

- Es responsable de todo asunto legal de la empresa.
- Tendrá participación ocasional en la empresa
- Facilitará toda información jurídica a la empresa o a uno de sus miembros
- Conocimientos actualizados del reglamento y constitución del código de trabajo y ley de compañías.

Requisitos Mínimos.

- Poseer título de Doctor en Jurisprudencia.
- Experiencia mínima dos años.
- Licencia profesional actualizada.

NIVEL AUXILIAR**CÓDIGO: 004****Dependencia o Unidad Administrativa: Administración****Nombre del Puesto: SECRETARIA-RECEPCIONISTA****Depende de:** Administrador**Supervisa a:** Guardián**Naturaleza del Trabajo.**

Recibir y atender a los clientes durante toda su estancia, incluyendo la salida de los mismos así como informar de todos los servicios que ofrece el hotel, dar fe de los acuerdos, redactar memorias.

Funciones Específicas.

- Atender las reservas que se produzcan.
- Formalizar el hospedaje
- Recibir y atender a los clientes, con educación, cortesía, simpatía, etc.
- Atender y tratar de solucionar las quejas que los clientes puedan presentar,
- Receptar llamadas telefónicas así como mensajes de los clientes.
- Atender y tratar de solucionar las quejas que los clientes puedan prestar.
- Informar a los clientes de todas las actividades que puedan realizar dentro o fuera del hotel, y tratar de aclarar todas las consultas o dudas que pudieran tener.

- Cobro de facturas a los clientes, de acuerdo a los servicios prestados.
- Recibir, clasificar y distribuir la correspondencia, informes y folletos.
- Firmar los comprobantes de recibo y archivarlos
- Tomar notas de reuniones y redactar oficios
- Organizar y mantener los archivos de documentos y cartas en los lugares correspondientes.
- Llevar la agenda del administrador.

Características del Puesto.

- Requiere iniciativa y predisposición para el cumplimiento de las actividades.
- Desenvolvimiento ágil y oportuno en las tareas diarias
- Organización adecuada de la documentación que reposa bajo su responsabilidad.

Requisitos Mínimos.

- Título profesional en Hotelería y Turismo o egresado en carreras a fines
- Curso de relaciones humanas.
- Eficiencia y discreción en el cumplimiento de actividades.
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares
- Conocimiento de un idioma extranjera de preferencia inglés.

NIVEL OPERATIVO**CÓDIGO: 005****Dependencia o Unidad Administrativa: Financiera****Nombre del Puesto:** CONTADOR (A)**Depende de:** Administrador**Supervisa a:** Personal de Apoyo**Naturaleza del Trabajo.**

Llevar el sistema integrado de contabilidad de la empresa.

Funciones Específicas.

- Llevar correctamente los libros contables de la empresa.
- Mantener un adecuado sistema contable.
- Elaborar presupuestos y plan de cuentas.
- Elaborar los roles de pago para los trabajadores de la empresa.
- Suscribir conjuntamente con el administrador los comprobantes de pago.

Características del Puesto.

Presentar periódicamente informes contables de las actividades financieras de la empresa a sus superiores.

Requisitos Mínimos.

- Licenciado (a) en contabilidad y auditoría.
- Experiencia mínima 2 años en trabajos similares.

CÓDIGO: 006**Dependencia o Unidad Administrativa: Administración Central****Nombre del Puesto: CAMAREROS****Depende de:** Administrador**Supervisa a:** Personal de apoyo de su sección**Naturaleza del Trabajo.**

Responsable de limpieza de habitaciones y demás dependencias del local

Responsables de informar daños en habitaciones.

Funciones Específicas.

- Limpieza de habitaciones
- Limpieza de plantas, escaleras, ascensor
- Lavado y planchado de ropa de clientes
- Bloqueo y desbloqueo de habitaciones
- Cambio de ropa de habitaciones
- Información de habitaciones averiadas.

Características de la clase:

- Responsabilidad de limpieza de habitaciones de los huéspedes

Requisitos mínimos:

- Título de bachiller
- Experiencia mínima 1 años
- Curso de Relaciones Humanas
- Habilidades físicas

CÓDIGO: 007

Dependencia o Unidad Administrativa: Administración Central

Nombre del Puesto: CHEFF

Depende de: Administrador

Supervisa a: Meseros

Naturaleza del Trabajo.

Responsabilizarse de la prestación adecuada de alimentos y de la satisfacción del cliente.

Funciones Específicas.

- Elaboración de platos a la carta.
- Preparación de buffet
- Elaboración de garnish para banquetes especiales
- Supervisión calificación de las materias primas utilizadas para la preparación de alimentos.

Características del Puesto.

Responsable de la preparación adecuada de alimentos y de la satisfacción del cliente.

Requisitos Mínimos.

- Título de Chef profesional
- Experiencia mínima 2 años.
- Responsabilidad
- Higiene Personal

CÓDIGO: 008**Dependencia o Unidad Administrativa: Administración Central****Nombre del Puesto: GUARDIAN****Depende de:** Administrador**Supervisa a:** Personal de apoyo de su sección**Naturaleza del Trabajo.**

Vigilar todos los días la entrada de la empresa, durante el horario de atención.

Funciones Específicas.

- Revisar que los clientes no pierdan sus pertenencias,
- Controlar el parqueadero
- Controlar que no se susciten desorden, ni escándalos

Características del Puesto.

- Su característica principal es ser muy tenaz, ágil e inteligente en resolver conflictos que se presenten.
- Es responsable por la tranquilidad de los huéspedes
- Mantiene la seguridad en el hotel.

Requisitos Mínimos.

- Permiso de portar armas actualizado
- Buena presencia.
- Mayor de 18 años.
- Experiencia mínima 1 año.

CÓDIGO: 009

Dependencia o Unidad Administrativa: Administración Central

Nombre del Puesto: MESEROS

Depende de: Administrador

Supervisa a: Personal de apoyo de su sección

Naturaleza del Trabajo.

Atiende los pedidos de los clientes que llegan al hotel.

Funciones Específicas.

- Despachar los pedidos de los huéspedes
- Mantener aseado el local.

Características del Puesto.

- Su Principal función es estar en contacto directo con los consumidores se encarga de llevarlos a la mesa, tomar los pedidos y servir las bebidas.
- Levantar las copas o vasos sucios, vajilla, etc. y limpiar rápidamente la mesa para brindar un servicio ágil y oportuno.

Requisitos Mínimos.

- Ser bachiller.
- Experiencia mínima 1 año.
- Buena presencia.

CÓDIGO: 010**Dependencia o Unidad Administrativa: Administración Central****Nombre del Puesto: BOTON****Depende de: Administrador****Supervisan: Camareros****Funciones Específicas.**

- Atención inmediata con el cliente en ayuda de maletas y equipajes.
- Guiar a su habitación al cliente y ponerse a las ordenes
- Informar al cliente sobre los servicios que ofrece el hotel.
- Llevar el equipaje hasta el parqueadero en la salida del huésped

Características del Puesto.

Es responsable de conservar en buenas condiciones el equipaje y buena imagen de los clientes que asistan.

Requisitos Mínimos.

- Título de Bachiller en cualquier especialidad.
- Experiencia mínima 1 año en cargos similares.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Se refiere a los desembolsos que se tienen que realizar en la fase preoperativa 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. En el presente caso, como se trata de un proyecto para la ampliación de la capacidad instalada del Hotel la Alborada, se tiene que tomar en consideración la inversión en activos fijos que tiene el Hotel.

INVERSION ACTUAL

Son todos aquellos bienes que tiene actualmente el Hotel y que nos servirán como base para proyectar a futuro lo que se quiere ampliar.

INVERSION REQUERIDA

Son aquellos desembolsos que se tienen que realizar en bienes tangibles que se van a utilizar en la ampliación del Hotel Alborada o son el complemento necesario para la operación normal del Hotel.

ACTIVOS FIJOS

Son todos aquellos bienes tangibles que son de propiedad del Hotel la Alborada y que permiten ofrecer un servicio de calidad a los clientes.

Construcciones

Dentro de este rubro se encuentran inmersas todos los gastos relacionados al desalojo de material que es de 550 m³, con un costo de \$.6,00, dando un total de \$.3.300,00; la construcción para la ampliación del edificio del Hotel Alborada es de 193.966,15, por lo tanto el monto de este rubro asciende a \$.197.266.15

Cuadro 22: Construcciones

Descripción	Valor Total
Desalojo de materiales	3.300,00
Construcción	193.966,15
TOTAL	197.266.15

Fuente: Arq. Diego Tapia

Elaboración: Los Autores

Maquinaria y Equipo

Dentro de este rubro se encuentran todos los bienes que nos permiten dar un buen servicio al cliente, a través del servicio de lavado y planchado y un fácil acceso a las habitaciones con el ascensor. El costo total asciende a \$ 197.264,37

Cuadro 23: Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Total
Ascensor	1	32.683,94
Lavadora-Secadora	1	875,00
TOTAL		33.558,94

Fuente: Inventario Hotel Alborada

Elaboración: Los Autores

Equipo de Oficina

Son aquellos bienes tangibles que permiten dar un servicio al cliente. El monto de este rubro asciende a \$.210.00

Cuadro 24: Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Total
Teléfonos	15	210,00
TOTAL		210,00

Fuente: Almacenes CELCOS

Elaboración: Los Autores

Muebles y Enseres

Lo constituyen todos aquellos bienes tangibles que permiten que las habitaciones se encuentren confortables y de esa forma el cliente se sienta satisfecho. El total del presente rubro asciende a \$.34.925.46.

Cuadro 25. Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Televisores para habitaciones	15	275,00	4.125,00
Veladores	30	228,00	6.840,00
Soportes para televisores	15	35,00	525,00
Bases para colchones	24	80,99	1.943,76
Camas de plaza y media	18	609,99	10.979,82
Camas de dos plazas	6	692,98	4.157,88
Colchones 105x190	18	225,00	4.050,00
Colchones 135 x 190	6	285,00	1.710,00
Protectores colchones 105x190	18	24,00	432,00
Protectores colchones 135x190	6	27,00	162,00
TOTAL			34.925,46

Fuente: Almacenes la Ganga

Elaboración: Los Autores

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.

Cuadro 26: Activos Diferidos

Descripción	Valor
Gastos Profesionales	23,522.19
Decoración y Adecuación de infraestructura actual y nueva	57,916.39
TOTAL	81,438.58

Fuente: Maquinaria Pesada

Elaboración: Los Autores

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 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.

Para determinar el monto requerido como capital de operación, no se tomará en consideración los valores correspondientes a las depreciaciones y amortizaciones, ya que estos valores se los consideran

y contabiliza para el ejercicio económico anual, por consiguiente los valores correspondientes a dichos rubros no significan desembolsos monetarios para la empresa.

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 de este rubro asciende a \$.13.982.52

Cuadro 36: Mano de Obra Directa

NO.	Descripción	Sueldo Unificado	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR
2	Camareros	540,00	45,00	22,00	65,61	672,61
1	Cheff	400,00	22,00	22,00	48,60	492,60
1	Limpieza y Aseo	264,00	22,00	22,00	32,08	340,08
1	Lavado y Planchado	264,00	22,00	22,00	32,08	340,08
	TOTAL MENSUAL					1.165,21
	TOTAL ANUAL					13.982,52

Fuente: Remuneraciones Salariales

Elaboración: Los Autores

Mano de Obra indirecta

Se considera al personal que se encargará del aseo, vigilancia, mantenimiento, supervisión del hotel, etc. El monto de este rubro asciende a \$. 4.601,40

Cuadro 37: Mano de Obra indirecta

NO.	Descripción	Sueldo Unificado	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR
1	Supervisor de mantenimiento y limpieza	300,00	25,00	22,00	36,45	383,45
	TOTAL MENSUAL					383,45
	TOTAL ANUAL					4.601,40

Fuente: Incremento de Sueldos y Salarios de Enero 2011

Elaboración: Los Autores

Energía Eléctrica

Es la energía eléctrica que se utiliza para el funcionamiento de las instalaciones eléctricas del Hotel. El monto de este rubro asciende a \$.6.00.00 anuales.

Cuadro 30: Energía Eléctrica

Descripción	Costo Anual	Costo Mensual
Energía Eléctrica	6.000,00	500,00
TOTAL	6.000,00	500,00

Fuente: Empresa Regional del Sur S.A.

Elaboración: Los Autores

Agua

Es aquel líquido vital para el desarrollo eficiente del Hotel. El monto de este rubro asciende a \$.2.400.00 anuales.

Cuadro 31: Agua Potable

Descripción	Costo Anual	Costo Mensual
Agua	2.400,00	200,00
TOTAL	2.400,00	200,00

Fuente: UMAPAL

Elaboración: Los Autores

Teléfono

Es aquel servicio que permite que los clientes se encuentren comunicados el momento que ellos estimen pertinente. El monto del presente rubro asciende a \$. 2.400,00

Cuadro 32: Teléfono

Descripción	Costo Anual	Costo Mensual
Consumo de Teléfono	2.400,00	200,00
TOTAL	2.400,00	200,00

Fuente: PACCIFITEL

Elaboración: Los Autores

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 \$. 2.400,00

Cuadro 33: TV. CABLE

Descripción	Costo Anual	Costo Mensual
Uso de TV. Cable	2.400,00	200,00
TOTAL	2.400,00	200,00

Fuente: Empresa de TV. Cable

Elaboración: Los Autores

Materiales Directos

Lo conforman todos los insumos necesarios para el mantenimiento y aseo de las habitaciones. El presente rubro asciende a \$.6.178.08.

Cuadro 34: Materiales Directos

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo Total mensual	Costo Anual
Jabón de olor	Unidades	1.000	0,10	100,0	1.200,00
Papel Higiénico	Pacas de 12 unid.	36	5,97	214,9	2.579,04
Desinfectantes	Galones	12	8,33	100,0	1.199,52
Detergentes	Fundas	12	8,33	100,0	1.199,52
TOTAL				514,84	6.178,08

Fuente: Distribuidoras

Elaboración: Los Autores

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Para determinar el porcentaje para el mantenimiento de maquinaria y equipo se ha considerado el 1% del costo total de estos activos. En este caso es de \$.33.558.94 anual ($33.558.94 \times 1\%$); mensual \$.27.97 y anual

Cuadro 35: Resumen de Capital de Trabajo

Descripción	Valor Total Mensual	Valor Anual
Energía	500.00	6,000.00
Agua Potable	200.00	2,400.00
Teléfono	200.00	2,400.00
TV. Cable	200.00	2,400.00
Materiales Directos	534.78	6,417.40
Mano de Obra Directa	1,165.21	13,982.52
Mano de Obra Indirecta	383.45	4,601.40
Insumos del Servicio	480.00	5,760.00
Mantenimiento de Maq. Equip.	27.97	335.59
TOTAL	3,691.41	44,296.91

Elaboración: Los Autores

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.

Sueldos 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 \$17.057.54.

Cuadro 36: Sueldos y Salarios

N O.	Descripción	Sueldo Unificado	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Aporte Patronal 12.15%	TOTAL A PAGAR
2	Administrador en la noche	730.00	60.83	22.00	88.70	901.53
1	Recepcionista-contadora	400.00	33.33	22.00	48.60	503.93
	TOTAL MENSUAL					1,405.46
	TOTAL ANUAL					16,865.54

Fuente: Remuneración Salarial

Elaboración: Los Autores

* La remuneración del administrador cubre para quienes cumplen los diferentes turnos.

Gastos por Impuesto

Son todos aquellos desembolsos que se tiene que realizar por pago de impuestos. Este rubro asciende a \$.2.400.00 anuales.

Cuadro 37: Pago de impuestos

Descripción	Costo Anual	Costo Mensual
Uso de TV. Cable	2.400,00	200,00
TOTAL	2.400,00	200,00

Fuente: Municipio de Loja

Elaboración: Los Autores

Cuadro 38: Resumen Gastos de Administración

Descripción	Valor Total Mensual	Valor Anual
Pago de Impuestos	200.00	2,400.00
Sueldos y Salarios	1,405.46	16,865.54
TOTAL	1,605.46	19,265.54

Elaboración: Los Autores

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.

Cuadro 39: Publicidad

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Publicidad Ecotel	500,00	6.000,00
TOTAL	500,00	6.000,00

Fuente: Proforma de Ecotel

Elaboración: Los Autores

Resumen Total de Inversiones

Una vez analizadas las diferentes inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo: Gastos de administración y venta, se determina cuánto va a ser la inversión total del proyecto.

Cuadro 40: MONTO TOTAL DE LA INVERSION

DESCRIPCION	PARCIAL	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS		
Construcciones	197.266,15	
Maquinaria y Equipo	33.558,94	
Equipo de Oficina	210,00	
Muebles y Enseres	34.925,46	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		265.960,55
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos Profesionales	23.522,19	
Decoración y Adecuación de infraestructura nueva	57.916,39	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		81.438,58
CAPITAL DE TRABAJO		
Costo del Servicio		
Energía	500,00	
Agua Potable	200,00	
Teléfono	200,00	
TV. Cable	200,00	
Materiales Directos	534,78	
Mano de Obra Directa	1.165,21	
Mano de Obra Indirecta	383,45	
Insumos del Servicio	480,00	
Mantenimiento de Maq. Equip.	27,97	
GASTOS DE ADMINISTRACION		3.691,41
Pago de Impuestos	200,00	
Sueldos y Salarios	1.421,46	
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		1.621,46
GASTOS DE VENTA		
Publicidad	979,41	
TOTAL GASTOS DE VENTA		979,41
TOTAL COSTO OPERATIVO		2.600,87
TOTAL INVERSION REQUERIDA		350.000,00

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Los Autores

Financiamiento

Una vez conocido el monto de las inversiones se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tomará en consideración dos fuentes:

Fuente Interna: Estará constituida por el capital social, o sea el aporte de los propietarios, en este caso la inversión actual que tienen.

Fuente Externa: Está constituida por el crédito que nos otorgará la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés del 9.78% anual a 10 años plazo.

Cuadro 41: Financiamiento

DESCRIPCION	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
Préstamo Corporación Financiera Nacional	350,000.00	100%
TOTAL	350,000.00	100%

Fuente: Cuadro de Inversiones

Elaboración: Los Autores

Análisis de Costos

Para realizar este tipo de análisis tenemos que basarnos en lo que es la contabilidad de costos ya que 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 servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se ofertará en el mercado la ampliación del servicio.

Costos del Servicio

Están dados por los valores que se incurren para la obtención de un servicio, se incorporan en el servicio y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se venda el servicio.

Mano de Obra Directa

El costo total de mano de obra directa es de \$.13.982.52

Mano de Obra indirecta

El monto de este rubro asciende a \$. 4.601.40

Energía Eléctrica

El monto de este rubro asciende a \$.6.00.00 anuales.

Agua

El monto de este rubro asciende a \$.2.400.00 anuales.

Teléfono

El monto del presente rubro asciende a \$.2.400.00

Servicio de TV. Cable

El total de este rubro asciende a \$. 2.400.00

Materiales Directos

El presente rubro asciende a \$.6.178.08

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

El valor total del presente rubro asciende a \$.335.69.

DEPRECIACIONES

Es la utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa hace que los mismos sufran desgaste y por lo mismo pierdan sus características de funcionalidad y operatividad; esto hace que debe preverse el reemplazo de los mismos, una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses de la empresa.

Cuadro 42: Depreciaciones inversión requerida

Activos	Costo	Depreciac	Vida útil	Depreciac anual
Reconstrucción del tramo	197.266,15	5%	20	9.863,31
Ascensor	32.683,94	5%	20	1.634,20
Lavadora-Secadora	875,00	10%	10	87,50
Teléfonos	210,00	10%	10	21,00
Televisores	4.125,07	10%	10	412,51
Veladores	6.840,00	10%	10	684,00
Colchones 105x190	4.050,00	10%	10	405,00
Colchones 135x190	1.710,00	10%	10	171,00
Protectores colchones 105x190	432,00	10%	10	43,20
Protectores colchones 135x190	162,00	10%	10	16,20
Soporte para televisores	525,00	10%	10	52,50
Bases para colchones	1.943,76	10%	10	194,38
Camas de plaza y media	10.979,82	10%	10	1.097,98
Camas de dos plazas	4.157,88	10%		415,79
TOTAL	265.960,62			15.098,56

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaboración: Los Autores

COSTOS OPERATIVOS**Gastos de Administración****Sueldos y Salarios**

El monto anual de los sueldos y salarios del sector administrativo ascienden a 16.865.54 dólares americanos.

Impuestos

El presente rubro asciende a \$.2.400.00

Gastos de Venta**Gastos de Publicidad**

El costo anual del presente rubro asciende a 11.752.92 dólares americanos.

Gastos Financieros

Se incluyen los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamo, comisiones bancarias, etc.

Cuadro 43: Amortización Crédito

Monto: 350.000,00

Interés: 9.78%

Años de Gracia: 1 año

Plazo: 10 años

Años	CAPITAL	INTERES	AMORTIZ.	DIVIDENDOS	CAPITAL AL FINAL DE LA DEUDA
0					350.000,00
1	350.000,00	34.230,00			350.000,00
2	350.000,00	34.230,00	38.888,89	73.118,89	311.111,11
3	311.111,11	30.426,67	38.888,89	69.315,56	272.222,22
4	272.222,22	26.623,33	38.888,89	65.512,22	233.333,33
5	233.333,33	22.820,00	38.888,89	61.708,89	194.444,44
6	194.444,44	19.016,67	38.888,89	57.905,56	155.555,56
7	155.555,56	15.213,33	38.888,89	54.102,22	116.666,67
8	116.666,67	11.410,00	38.888,89	50.298,89	77.777,78
9	77.777,78	7.606,67	38.888,89	46.495,56	38.888,89
10	38.888,89	3.803,33	38.888,89	42.692,22	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional**Elaboración:** Los Autores**Otros Gastos**

Dentro de este rubro 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.

Cuadro 44: Amortización de Activos Diferidos

DESCRIPCIÓN	COSTO	AMORTIZACION
Activos Diferidos	81,438.58	16,287.72
TOTAL AMORTIZACION		16,287.72

Fuente: Presupuesto de Activos Diferidos**Elaboración:** Los Autores

Costo Total del Servicio

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: costos del servicio, gastos administrativos, de ventas, financieros y otros gastos.

Cuadro 45: Costo Total del Servicio

	Costo Servicio	Gastos Administrac.	Gastos Venta	Gastos Financ.	Otros Gastos
CTS	57.386,19	19.265,54	11.752,92	34.230,00	16.287,72
CTS	138.922,37				

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Los Autores

Establecimiento de Precios

Para establecer el precio de venta se tomó en consideración el precio de competencia, considerando que en el mercado el costo por persona es en un promedio de \$.8.00, el hotel iniciará cobrando el mismo valor, e incrementando el valor en \$.2.00 cada año.

Cuadro 46: Establecimiento de precios

AÑOS	MESES	No. Personas	Costo por Persona (USD)	Costo mensual (USD)	Costo Anual	Total (USD)	% por Rebajas (pérdida en habitación (1.55%))	TOTAL INGRESOS (USD)
1	12	35	8,00	8.400,00	100.800,00	185.280,00	2871,84	182.408,16
	8	44	8,00	10.560,00	84.480,00			
2	12	35	10,00	10.500,00	126.000,00	231.600,00	3589,8	228.010,20
	8	44	10,00	13.200,00	105.600,00			
3	12	35	12,00	12.600,00	151.200,00	277.920,00	4307,76	273.612,24
	8	44	12,00	15.840,00	126.720,00			
4	12	35	14,00	14.700,00	176.400,00	324.240,00	5025,72	319.214,28
	8	44	14,00	18.480,00	147.840,00			
5	12	35	16,00	16.800,00	201.600,00	370.560,00	5743,68	364.816,32
	8	44	16,00	21.120,00	168.960,00			
6	12	35	18,00	18.900,00	226.800,00	416.880,00	6461,64	410.418,36
	8	44	18,00	23.760,00	190.080,00			
7	12	35	20,00	21.000,00	252.000,00	463.200,00	7179,6	456.020,40
	8	44	20,00	26.400,00	211.200,00			
8	12	35	22,00	23.100,00	277.200,00	509.520,00	7897,56	501.622,44
	8	44	22,00	29.040,00	232.320,00			
9	12	35	24,00	25.200,00	302.400,00	555.840,00	8615,52	547.224,48
	8	44	24,00	31.680,00	253.440,00			
10	12	35	26,00	27.300,00	327.600,00	602.160,00	9333,48	592.826,52
	8	44	26,00	34.320,00	274.560,00			

Elaboración: Los Autores

Presupuesto Proformado

Se estima los ingresos que se obtendría en el proyecto como también los costos en que incurre, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos.

Para proceder a la proyección de los diez años de vida útil del proyecto se tomó en consideración la tasa de inflación, considerando un determinado margen de holgura, en este caso el 4%, por la inestabilidad económica que atraviesa el país.

Z

Rubros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO DEL SERVICIO										
Energía	6.000,00	6.240,00	6.489,60	6.749,18	7.019,15	7.299,92	7.591,91	7.895,59	8.211,41	8.539,87
Agua Potable	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66	2.919,97	3.036,77	3.158,24	3.284,57	3.415,95
Teléfono	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66	2.919,97	3.036,77	3.158,24	3.284,57	3.415,95
TV. Cable	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66	2.919,97	3.036,77	3.158,24	3.284,57	3.415,95
Materiales Directos	6.417,40	6.674,10	6.941,06	7.218,70	7.507,45	7.807,75	8.120,06	8.444,86	8.782,66	9.133,96
Mano de Obra Directa	13.982,52	14.541,82	15.123,49	15.728,43	16.357,57	17.011,87	17.692,35	18.400,04	19.136,04	19.901,49
Mano de Obra Indirecta	4.601,40	4.785,46	4.976,87	5.175,95	5.382,99	5.598,31	5.822,24	6.055,13	6.297,33	6.549,23
Insumos del Servicio	5.760,00	5.990,40	6.230,02	6.479,22	6.738,39	7.007,92	7.288,24	7.579,77	7.882,96	8.198,28
Mantenimiento de Maq. Equip.	335,59	335,59	335,59	335,59	335,59	335,59	335,59	335,59	335,59	335,59
Depreciación Act. Fijos requeridos	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56
TOTAL COSTOS DEL SERVICIO	59.395,47	61.153,92	62.982,71	64.884,66	66.862,68	68.919,82	71.059,24	73.284,25	75.598,25	78.004,82
GASTOS DE OPERACIÓN										
Gastos de Administración										
Sueldos y Salarios	16.865,54	17.540,16	18.241,77	18.971,44	19.730,30	20.519,51	21.340,29	22.193,90	23.081,66	24.004,92
Impuestos	2.400,00	2.496,00	2.595,84	2.699,67	2.807,66	2.919,97	3.036,77	3.158,24	3.284,57	3.415,95
TOTAL GASTOS ADMINISTR.	19.265,54	20.036,16	20.837,61	21.671,11	22.537,96	23.439,48	24.377,05	25.352,14	26.366,22	27.420,87
Gastos de ventas										
Publicidad	11.752,92	12.223,04	12.711,96	13.220,44	13.749,25	14.299,22	14.871,19	15.466,04	16.084,68	16.728,07
TOTAL GASTOS DE VENTA	11.752,92	12.223,04	12.711,96	13.220,44	13.749,25	14.299,22	14.871,19	15.466,04	16.084,68	16.728,07
Gastos Financieros										
Intereses	34.230,00	34.230,00	30.426,67	26.623,33	22.820,00	19.016,67	15.213,33	11.410,00	7.606,67	3.803,33
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	34.230,00	34.230,00	30.426,67	26.623,33	22.820,00	19.016,67	15.213,33	11.410,00	7.606,67	3.803,33
Otros Gastos										
Amortización de Activos Diferidos	16.287,72	16.287,72	16.287,72	16.287,72	16.287,72					
TOTAL OTROS GASTOS	16.287,72	16.287,72	16.287,72	16.287,72	16.287,72					
TOT. COSTO DE OPERACIÓN	81.536,18	82.776,91	80.263,95	77.802,59	75.394,93	56.755,37	54.461,58	52.228,18	50.057,57	47.952,27
COSTO TOTAL DELSERVICIO	140.931,65	143.930,84	143.246,67	142.687,25	142.257,60	125.675,19	125.520,82	125.512,43	125.655,83	125.957,09

Fuente: Estudio financiero

Elaboración: Los Autores

Estado de Pérdidas y Ganancias

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

CUADRO 48 : Estado de Pérdidas y Ganancias

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	182.408,16	228.010,20	273.612,24	319.214,28	364.816,32	410.418,36	456.020,40	501.622,44	547.224,48	592.826,52
TOTAL DE INGRESOS	182.408,16	228.010,20	273.612,24	319.214,28	364.816,32	410.418,36	456.020,40	501.622,44	547.224,48	592.826,52
Costo del Servicio	59.395,47	61.153,92	62.982,71	64.884,66	66.862,68	68.919,82	71.059,24	73.284,25	75.598,25	78.004,82
UTILIDAD BRUTA	123.012,69	166.856,28	210.629,53	254.329,62	297.953,64	341.498,54	384.961,16	428.338,19	471.626,23	514.821,70
Costo de operación	81.536,18	82.776,91	80.263,95	77.802,59	75.394,93	56.755,37	54.461,58	52.228,18	50.057,57	47.952,27
UTILIDAD OPERATIVA	41.476,51	84.079,36	130.365,57	176.527,03	222.558,72	284.743,17	330.499,58	376.110,01	421.568,65	466.869,43
15% utilidad trabajadores	6.221,48	12.611,90	19.554,84	26.479,05	33.383,81	42.711,48	49.574,94	56.416,50	63.235,30	70.030,42
UTILIDAD ANT.IMPTO	35.255,04	71.467,46	110.810,74	150.047,97	189.174,91	242.031,70	280.924,64	319.693,51	358.333,36	396.839,02
25% impuesto a la renta	8.813,76	17.866,86	27.702,68	37.511,99	47.293,73	60.507,92	70.231,16	79.923,38	89.583,34	99.209,75
UTILIDAD ANT.RESERVA	26.441,28	53.600,59	83.108,05	112.535,98	141.881,18	181.523,77	210.693,48	239.770,13	268.750,02	297.629,26
10% Reserva Legal	2.644,13	5.360,06	8.310,81	11.253,60	14.188,12	18.152,38	21.069,35	23.977,01	26.875,00	29.762,93
UTILIDAD LIQUIDA	23.797,15	48.240,53	74.797,25	101.282,38	127.693,06	163.371,40	189.624,13	215.793,12	241.875,02	267.866,34

Elaboración: Los Autores

Clasificación de Costos

Consiste en determinar las relaciones entre costos fijos y variables y los beneficios, dependiendo del tamaño del hotel canales y estrategias de comercialización, publicidad, promoción, proceso del servicio, etc. Para efectos de estudio los costos se clasifican en costos fijos y costos variables.

- **Costo Fijo**

Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el sólo hecho de existir, independientemente de si existe o no el servicio.

Costo Variable

Son aquellos valores en que incurre el hotel, en función de su capacidad instalada, están en relación directa con los niveles del servicio que oferte el hotel.

- **Costo Unitario**

El costo es aquel que se obtiene por cada servicio ofertado, dividiendo el costo total del servicio para el número de personas que ocuparan el hotel.

- **Costo Total del Servicio**

El costo total es igual a la suma del costo fijo y el costo variable.

Clasificación de Costos

Consiste en determinar las relaciones entre costos fijos y variables y los beneficios, dependiendo del tamaño del hotel canales y estrategias de comercialización, publicidad, promoción, proceso del servicio, etc. Para efectos de estudio los costos se clasifican en costos fijos y costos variables.

- **Costo Fijo**

Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el sólo hecho de existir, independientemente de si existe o no el servicio.

Costo Variable

Son aquellos valores en que incurre el hotel, en función de su capacidad instalada, están en relación directa con los niveles del servicio que oferte el hotel.

- **Costo Unitario**

El costo es aquel que se obtiene por cada servicio ofertado, dividiendo el costo total del servicio para el número de personas que ocuparan el hotel.

- **Costo Total del Servicio**

El costo total es igual a la suma del costo fijo y el costo variable

Determinación del Punto de Equilibrio

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 pérdidas a diferentes niveles de producción, por lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones.

El punto de equilibrio es el punto 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:

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

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

2. 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

$$CVu = \frac{CVT}{No. Unid. Prod.}$$

4. Representación Gráfica

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

Cuadro 49. Determinación del Punto de Equilibrio						
PERIODO S	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	INGRESOS	P.E. FUNCION VENTAS	P.E. CAPACIDAD INSTALADA
1	110.170,32	30.761,32	140.931,64	182.408,16	132.518,20	72,65%
2	111.939,06	31.991,77	143.930,83	228.010,20	130.208,41	57,11%
3	109.975,22	33.271,44	143.246,66	273.612,24	125.199,58	45,76%
4	108.084,95	34.602,30	142.687,25	319.214,28	121.225,60	37,98%
5	106.271,21	35.986,39	142.257,60	364.816,32	117.901,28	32,32%
6	88.249,34	37.425,85	125.675,18	410.418,36	97.104,22	23,66%
7	86.597,94	38.922,88	125.520,82	456.020,40	94.679,12	20,76%
8	85.032,62	40.479,80	125.512,42	501.622,44	92.496,92	18,44%
9	83.556,83	42.098,99	125.655,82	547.224,48	90.520,76	16,54%
10	82.174,13	43.782,95	125.957,08	592.826,52	88.727,03	14,97%

Elaboración: Los Autores

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER

AÑO

1. En Función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{110.170.32}{182.408.16 - 30.761.32} \times 100$$

$$Pe = 72.65\%$$

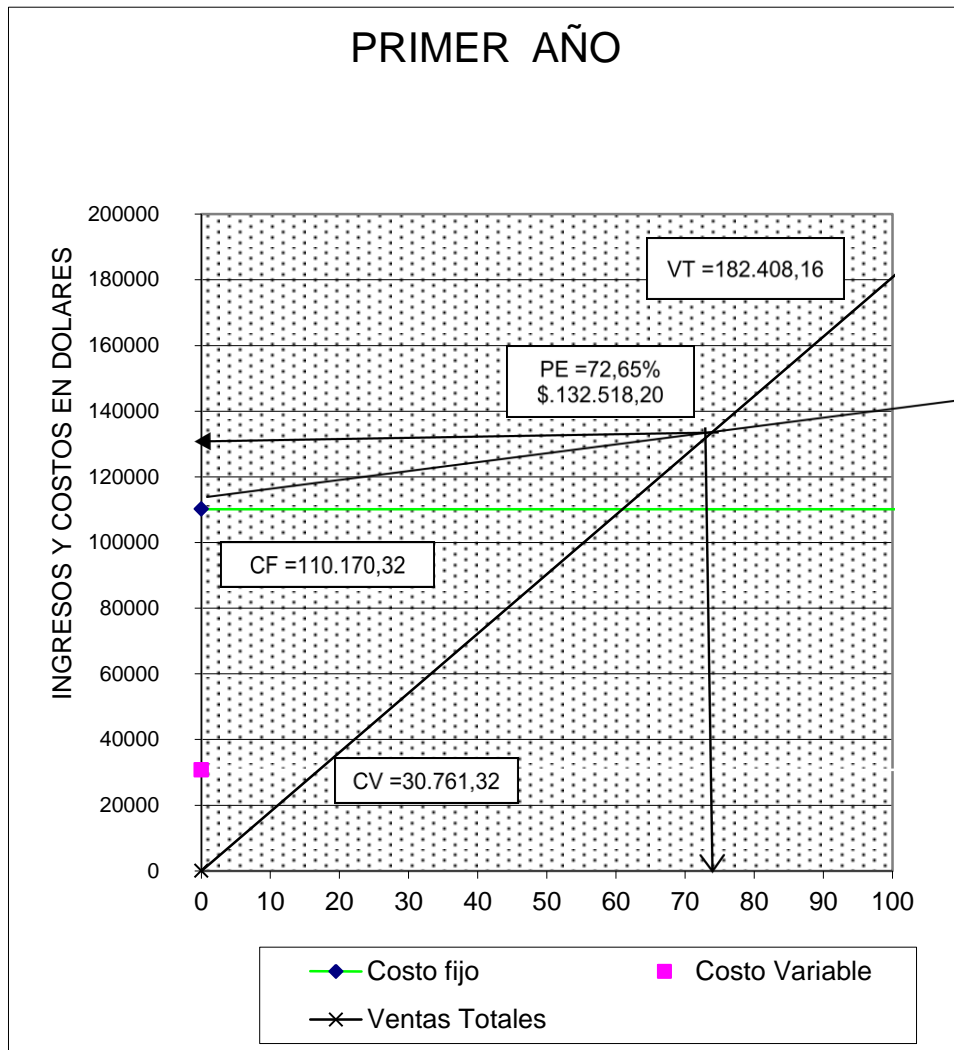
2. En Función de las Ventas o Ingresos

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

$$PE = \frac{128.565.52}{1 - \frac{30.761.32}{182.408.16}}$$

$$PE = \$132.518.20$$

**PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS
Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA**



DISCUSIÓN

g. DISCUSION

EVALUACION FINANCIERA

Desde el punto de un inversionista se busca determinar los ingresos y egresos asociados a la ejecución del proyecto y en función de ellos la rentabilidad que se generará. Tiene la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

- a. Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- b. Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- c. Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Esta evaluación consiste en decidir si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en los flujos de los ingresos y egresos, formulados con precios de mercado, sobre los que puede aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación, se fundamenta en los criterios más utilizados como son el VAN, LA TIR, ANALISIS DE SENSIBILIDAD, RELACION BENEFICIO/COSTO, etc.

Flujo de Caja

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto.

El flujo de Caja para un proyecto nuevo se compone de los siguientes elementos: Inversión inicial, ingresos, egresos de operación, reinversiones y valor residual o salvamento.

1. La inversión inicial representa los valores requeridos para poner en funcionamiento la empresa.
2. Los ingresos y egresos de operación representan los valores reales de entradas y salidas de efectivo, estos por su carácter de devengados o causados, normalmente ocurren en igual momento que los flujos reales.
3. Las reinversiones son valores que se consideran para reemplazar un activo en el período de evaluación, en este caso deberá

considerarse el ingreso por la venta del activo (valor residual) así como el egreso por la compra del nuevo.

4. El valor residual, representa los valores que se esperan obtener al final de la vida útil del proyecto, constituye un beneficio neto adicional al período de operación.

Cuadro 50: Flujo de Caja

INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas	182.408,16	228.010,20	273.612,24	319.214,28	364.816,32	410.418,36	456.020,40	501.622,44	547.224,48	592.826,52
Préstamo Corporación Financiera Nacional.										
Capital Propio										
TOTAL DE INGRESOS	182.408,16	228.010,20	273.612,24	319.214,28	364.816,32	410.418,36	456.020,40	501.622,44	547.224,48	592.826,52
EGRESOS										
Activo Fijo										
Activo Diferido										
Costo del Servicio	140.931,65	143.930,84	143.246,67	142.687,25	142.257,60	125.675,19	125.520,82	125.512,43	125.655,83	125.957,09
EGRESO TOTAL	140.931,65	143.930,84	143.246,67	142.687,25	142.257,60	125.675,19	125.520,82	125.512,43	125.655,83	125.957,09
UTILIDAD ANTES PART. TRAB.	41.476,51	84.079,36	130.365,57	176.527,03	222.558,72	284.743,17	330.499,58	376.110,01	421.568,65	466.869,43
15% Utilidad Trabajadores	6.221,48	12.611,90	19.554,84	26.479,05	33.383,81	42.711,48	49.574,94	56.416,50	63.235,30	70.030,42
UTILIDAD ANT. IMPTO.	35.255,04	71.467,46	110.810,74	150.047,97	189.174,91	242.031,70	280.924,64	319.693,51	358.333,36	396.839,02
25% Impto a la Renta	8.813,76	17.866,86	27.702,68	37.511,99	47.293,73	60.507,92	70.231,16	79.923,38	89.583,34	99.209,75
UTILIDAD GRAVABLE	26.441,28	53.600,59	83.108,05	112.535,98	141.881,18	181.523,77	210.693,48	239.770,13	268.750,02	297.629,26
Amortización de diferidos	16.287,72	16.287,72	16.287,72	16.287,72	16.287,72					
Depreciaciones	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56	15.098,56
UTILIDAD NETA	57.827,55	84.986,87	114.494,33	143.922,26	173.267,46	196.622,33	225.792,04	254.868,69	283.848,58	312.727,82
Amortización del crédito		38.888,89	38.888,89	38.888,89	38.888,89	38.888,89	38.888,89	38.888,89	38.888,89	38.888,89
FLUJO DE CAJA	57.827,55	46.097,98	75.605,44	105.033,37	134.378,57	157.733,44	186.903,15	215.979,81	244.959,69	273.838,93

Elaboración: Los Autores

Valor Actual Neto

Representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada 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.)

El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, lo que implica trasladar 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, de lo que se deriva el incremento de la empresa.; al contrario si este es negativo se rechaza la inversión ya que esta con el tiempo se perderá.

Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida productiva mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo

Cálculo del VAN

Este proceso se realiza de la siguiente manera:

1. Se toma el flujo de caja los valores correspondientes a los años de vida útil del proyecto.
2. Se multiplica por el factor de descuento correspondiente a cada año del proyecto
3. se suman los valores actuales obtenidos para la vida del proyecto
4. se resta la inversión inicial.

$$\text{VANP} = \sum \text{VA}(1 \text{ a } 10) - \text{INVERSIÓN}$$

Cuadro 51: Valor Actual Neto

AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	FLUJO NETO	FACTOR 9,78%	VALOR ACTUAL
	350.000,00		
1	57.827,55	0,9109	52.675,86
2	46.097,98	0,8298	38.250,35
3	75.605,44	0,7558	57.145,68
4	105.033,37	0,6885	72.316,00
5	134.378,57	0,6272	84.277,93
6	157.733,44	0,5713	90.112,37
7	186.903,15	0,5204	97.264,43
8	215.979,81	0,4740	102.382,88
9	244.959,69	0,4318	105.775,62
10	273.838,93	0,3933	107.711,71
			807.912,83
Inversión			350.000,00

$$\text{VANP} = 807,912.83 - 350,000,00$$

$$\text{VANP} = 457.912,83$$

Al tener un VAN positivo significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación.

Tasa Interna de Retorno

Se considera a la TIR a la tasa de interés, a la que descontamos los flujos de efectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión.

A la TIR se la utiliza como un criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto considerando:

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 propia del inversionista.

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

Para proceder al cálculo de esta utilizamos la siguiente formula

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

En donde:

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

Para poder aplicar esta fórmula es necesario encontrar entonces los valores actuales de las tasas menor y mayor, en este punto se debe tener muy claro que el VANTM siempre será negativo. Para proceder al cálculo

debemos tomar como referente la primera tasa para actualización, tasa a la que se le descontó al momento de calcular el Van del proyecto.

Cuadro 52. Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		27,00%		28,00%	
0	-350.000,00		-350.000,00		-350.000,00
1	57.827,55	0,787402	45.533,51	0,781250	45.177,78
2	46.097,98	0,620001	28.580,81	0,610352	28.135,97
3	75.605,44	0,488190	36.909,82	0,476837	36.051,48
4	105.033,37	0,384402	40.374,99	0,372529	39.127,98
5	134.378,57	0,302678	40.673,49	0,291038	39.109,31
6	157.733,44	0,238329	37.592,52	0,227374	35.864,43
7	186.903,15	0,187661	35.074,43	0,177636	33.200,67
8	215.979,81	0,147765	31.914,16	0,138778	29.973,22
9	244.959,69	0,116350	28.501,07	0,108420	26.558,58
10	273.838,93	0,091614	25.087,53	0,084703	23.195,06
			242,31		-13.605,51

$$TIR = 27 + 1 \left(\frac{242,31}{242,31 + 13.605,51} \right)$$

$$TIR = 27,02\%$$

De acuerdo al resultado de la TIR, podemos determinar que la misma es mayor que el costo de oportunidad, lo que significa que el proyecto puede llevarse a ejecución.

Análisis de Sensibilidad

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios 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:

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el proyecto no sufre ningún efecto.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno, no es sensible.

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

Cuadro 53. Análisis de Sensibilidad con el incremento del 66,5% en los Costos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 66,50%	INGRESO ORIGINAL	
1	140.931,65	234.651,20	182.408,16	
2	143.930,84	239.644,85	228.010,20	
3	143.246,67	238.505,71	273.612,24	
4	142.687,25	237.574,27	319.214,28	
5	142.257,60	236.858,90	364.816,32	
6	125.675,19	209.249,19	410.418,36	
7	125.520,82	208.992,17	456.020,40	
8	125.512,43	208.978,20	501.622,44	
9	125.655,83	209.216,96	547.224,48	
10	125.957,09	209.718,55	592.826,52	
ACTUALIZACIÓN				
FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
	21,00%		22,00%	
		-350.000,00		-350.000,00
-52.243,04	0,82645	-43.176,06	0,81967	-42.822,16
-11.634,65	0,68301	-7.946,62	0,67186	-7.816,88
35.106,53	0,56447	19.816,72	0,55071	19.333,41
81.640,01	0,46651	38.085,67	0,45140	36.852,23
127.957,42	0,38554	49.333,12	0,37000	47.344,15
201.169,17	0,31863	64.098,70	0,30328	61.010,20
247.028,23	0,26333	65.050,25	0,24859	61.408,40
292.644,24	0,21763	63.687,91	0,20376	59.629,52
338.007,52	0,17986	60.793,62	0,16702	56.453,11
383.107,97	0,14864	56.946,56	0,13690	52.447,27
		16.689,88		-6.160,76

1).NUEVA TIR

16.689,88

1.NTIR = 21+ 1,00(-----)

16.689,88 + 6160,76

NTIR = 21,73%

2) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **5,29%****3) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **19,57%****4) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9005452****Cuadro 54. Análisis de Sensibilidad con la disminución del 29% en los Ingresos**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	
			29,00%	
1	140.931,65	182.408,16	129.509,79	
2	143.930,84	228.010,20	161.887,24	
3	143.246,67	273.612,24	194.264,69	
4	142.687,25	319.214,28	226.642,14	
5	142.257,60	364.816,32	259.019,59	
6	125.675,19	410.418,36	291.397,04	
7	125.520,82	456.020,40	323.774,48	
8	125.512,43	501.622,44	356.151,93	
9	125.655,83	547.224,48	388.529,38	
10	125.957,09	592.826,52	420.906,83	
ACTUALIZACIÓN				
FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
	21,00%		22,00%	
		-350.000,00		-350.000,00
-11.421,86	0,8264	-9.439,55	0,8197	-9.362,18
17.956,40	0,6830	12.264,46	0,6719	12.064,23
51.018,02	0,5645	28.798,34	0,5507	28.095,98
83.954,89	0,4665	39.165,58	0,4514	37.897,16
116.761,99	0,3855	45.016,80	0,3700	43.201,85
165.721,85	0,3186	52.804,09	0,3033	50.259,80
198.253,66	0,2633	52.206,39	0,2486	49.283,60
230.639,50	0,2176	50.193,88	0,2038	46.995,37
262.873,55	0,1799	47.280,12	0,1670	43.904,44
294.949,74	0,1486	43.842,40	0,1369	40.378,46
		12.132,50		-7.281,30

1).NUEVA TIR

$$\text{NTIR} = 21 + 1,00 \left(\frac{12.132,50}{12.132,50 + 7.281,30} \right)$$

NTIR = 21,62%

2) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **5,39%**

3) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **19,96%**

4) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,9229849**

Relación Beneficio/Costo

Mide el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, con lo cual se determina la factibilidad del mismo en base a los siguientes criterios:

RB/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto.

RB/C igual que 1 es indiferente realizar el proyecto.

RB/C menor que 1 no se debe realizar el proyecto.

$$R/B - C = \frac{\text{Ingresos Actual.}}{\text{Egresos Actual.}} - 1$$

Cuadro 55. Relación Beneficio/Costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN			AÑOS	ACTUALIZACIÓN		
	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 9,78%	VALOR ACTUAL		COSTO ORIGINAL	FACTOR 9,78%	VALOR ACTUAL
1	182.408,16	0,9109	166.157,92	1	140.931,65	0,9109	128.376,43
2	228.010,20	0,8298	189.194,20	2	143.930,84	0,8298	119.428,34
3	273.612,24	0,7558	206.807,29	3	143.246,67	0,7558	108.271,68
4	319.214,28	0,6885	219.780,63	4	142.687,25	0,6885	98.240,88
5	364.816,32	0,6272	228.801,11	5	142.257,60	0,6272	89.219,41
6	410.418,36	0,5713	234.470,07	6	125.675,19	0,5713	71.797,64
7	456.020,40	0,5204	237.313,09	7	125.520,82	0,5204	65.321,05
8	501.622,44	0,4740	237.788,66	8	125.512,43	0,4740	59.497,80
9	547.224,48	0,4318	236.296,06	9	125.655,83	0,4318	54.259,23
10	592.826,52	0,3933	233.182,18	10	125.957,09	0,3933	49.543,92
			2.189.791,21				843.956,39

$$RB/C = \frac{2'189.791,21}{843.956,39} - 1$$

$$RB/C = 2.5946 - 1$$

$$RB/C = 1.59$$

Esto significa que por cada dólar invertido se obtendrá de rentabilidad 1 dólar con treinta y dos centavos de dólar.

Período de Recuperación de Capital

Permite determinar el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de la inversión. Los valores serán actualizados al 9.78% que es la tasa de interés con la cual el Banco nos otorga el crédito.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera inversión}}$$

Cuadro 56: Período de Recuperación del Capital

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACUM.
	-350.000,00	
1	57.827,55	57.827,55
2	46.097,98	103.925,53
3	75.605,44	179.530,98
4	105.033,37	284.564,34
5	134.378,57	418.942,91
6	157.733,44	
7	186.903,15	
8	215.979,81	
9	244.959,69	
10	273.838,93	

$$PRC = \text{Año } q' \text{ supera inversión} + ((\text{Inversión} - \sum \text{Prim.flujos}) / \text{Flujo año } q' \text{ Sup.inv.})$$

$$PRC = 5 + ((350,000,00 - 418,942,91) / 134.378,57$$

$$PRC = 5 - 0,51$$

$$\text{PRC} = 4,49$$

4 año

$$0,49 \times 12 = 5.88 \quad 5 \text{ meses}$$

$$0,88 \times 30 = 26.4 \quad 26 \text{ días}$$

Significa que la inversión se recupera en 4 años, 5 meses 26 días.

CONCLUSIONES

h. CONCLUSIONES

Al culminar el desarrollo del presente trabajo de investigación se llegó a determinar las siguientes conclusiones.

- La necesidad de ampliación de la capacidad instalada del hotel Alborada se la realizó en función de la demanda que tiene el Hotel, la misma que se la determinó en base a los registros de clientes que tiene el hotel, de acuerdo al análisis del presente estudio nos determina que la factibilidad del proyecto es viable.
- Con respecto a la competencia, tenemos que existen algunos hoteles que se encuentran en la misma categoría que el Hotel Alborada, por consiguiente al momento de hacer la ampliación de capacidad, se tendría que realizar una campaña de publicidad, para posicionar el mismo.
- El financiamiento del proyecto estará constituido por un préstamo de la Corporación Financiera Nacional al 9.78% a 10 años plazo.
- De acuerdo al análisis financiero los indicadores nos demuestran los siguientes resultados: EL Valor Actual Neto nos da un valor positivo de \$.457.912.83, lo que significa que el valor del Hotel aumentará durante su etapa de operación; La Tasa Interna de Retorno, nos da un resultado del 27.02%, lo que significa que es mayor al porcentaje que el banco otorga el crédito.; El análisis de sensibilidad de acuerdo a los resultados es menor que 1 lo que significa que estos valores no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos; La

Relación Beneficio/costo, nos arroja un resultado mayor que uno, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá un dólar y cincuenta y nueve centavos de dólar; La inversión se recuperará , cuatro años, cinco meses y veintiséis días.

RECOMENDACIONES

i. RECOMENDACIONES

Así mismo conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

- Que el Sr. Propietario del Hotel Alborada, ejecute el presente proyecto de ampliación de capacidad instalada, por razones de que los resultados de las diferentes etapas del mismo da resultados favorables obteniendo de esta forma excelente rentabilidad.
- Que se realice una buena campaña publicitaria, y hacer la promoción del mismo, con la finalidad de hacer conocer al Hotel, indicando los servicios que ofrece.
- Que se contrate personal que sea de la localidad, con la finalidad de contribuir a bajar el índice de desempleo existente en nuestra ciudad y de esa forma coadyuvar al nivel de desarrollo socio-económico de la ciudad, el cantón, provincia y por ende del país.
- Que las instituciones financieras den el apoyo necesario para las personas que quieren realizar inversiones en este tipo proyectos.
- Que la Universidad Nacional de Loja, siga impulsando este tipo de trabajos de investigación, para que los inversionistas opten por emprender en sus propias empresas.

BIBLIOGRAFÍA

j. Bibliografía

- Acta de Constitución del Hotel Alborada
- ACHIG, Lucas, 1989. **Metodología de la Investigación Social**, Edit. Don Bosco. Cuenca.
- AVELLANO, Rolando, 2004. **Marketing. Enfoque América Latina**. Mc. Graw Hill. México
- BACA URBINA, Gabriel, 2002. **Evaluación de Proyectos**. Tercera Edición.- Editorial Mc. Graw Hill. México.
- BALLESTERIOS, Enrique. 2002. **Técnico en Gestión**. Tomo I y II. Cultural S:A. Madrid-España.
- IVANCEVICH, Jhon M y otros.- 1996. **Gestión Calidad y Competitividad**. Tomo I y II. Editorial IRWIN, México.
- Inventario de Activos del Hotel Alborada
- PASACA MORA,. Manuel, 2004 **Formulación y Evaluación de Proyectos**. Loja. 2004.
- QUILODRAN, Federico. 1982. **Manual de preparación de proyectos de inversión**. Publicaciones UNL.
- SAPAG CHAIN,. Nassir y Reinaldo. 1996. **Preparación y evaluación de proyectos**. Santa Fe. Bogotá. Colombia.

- SAPAG CHAIN,. Nassir . 2007. **Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación.** Primera Edición. México.
- ZAPATA SANCHEZ, Pedro. 1998. **Contabilidad General.** Mc.Graw Hill.

ANEXOS

k. Anexos.**ANEXO 1: DISEÑO DE LAS ENCUESTAS****1.- Razones por las que visita nuestra ciudad.**

- Trabajo ()
- Vacaciones ()
- Turismo ()
- Negocios ()

2.- Por qué se hospeda en el Hotel Alborada

- Seguridad ()
- Ubicación ()
- Buena Atención ()
- Precio ()

3.- Qué tiempo permanece en el Hotel

- 1 a 3 días ()
- 7 a 9 días ()
- 4 a 6 días ()

4.- Qué tipo de habitación utiliza usted cuando se hospeda

- Matrimonial ()
- Cuádruples ()
- Triple ()
- Doble ()

5.- Encuentra siempre habitaciones disponibles

- SI ()
- NO ()

6.- En que temporadas no encuentra habitaciones

- Agosto ()
- Septiembre ()
- Fiestas ()
- Febrero ()
- Noviembre ()

7.- Cree usted que el hotel debe incrementar más habitaciones

- SI ()
- NO ()

8.- Qué tipo de habitaciones

- Matrimoniales ()
- Cuádruples ()

Triple ()
Doble ()

INDICE

I. Índice

INDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
CERTIFICACION	ii
AUTORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCION	6
d. REVISION DE LITERATURA	8
FILOSOFIA DE LA EMPRESA	11
PROYECTOS DE INVERSION	12
ESTUDIOS DE MERCADO	12
OBJETIVOS	12
ANALISIS DE LA DEMANDA	14
RECOPIACION DE INFORMACION	16
ESTUDIO TECNICO	23
INGENIERIA DEL PROYECTO	26
ESTUDIO FINANCIERO	28
PRESUPUESTOS	32
CLASIFICACION DE COSTOS	35

CLASIFICACION SEGÚN SU ASIGNACION	38
MARCO LEGAL ADMINISTRATIVO	39
e. MATERIALES Y METODOS	41
f. RESULTADOS	45
ESTUDIO DE MERCADO	45
ANALISIS DEL MERCADO	55
ANALISIS DE LA OFERTA.....	57
MEZCLA DE MARKETING.....	61
MISION.....	63
VISION	63
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	64
ESTUDIO TECNICO	65
MACROLOCALIZACION DE LA PLANTA.....	72
MICROLOCALIZACION	72
CROQUIS DE LA UBICACION DEL HOTEL.....	73
INGENIERIA DEL PROYECTO.....	74
COMPONENTE TECNOLÓGICO	75
INFRAESTRUCTURA FISICA.....	75
DISTRIBUCION INTERIOR DE LAS INSTALACIONES.....	76
FLUJOGRAMA DE PROCESOS.....	80
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	83
ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	84
MANUAL DE FUNCIONES.....	85

NIVEL EJECUTIVO	86
NIVEL ASESOR	89
NIVEL AUXILIAR.....	91
NIVEL OPERATIVO	94
ESTUDIO FINANCIERO.....	101
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	101
INVERSION ACTUAL.....	101
INVERSION REQUERIDA.....	102
ACTIVOS FIJOS.....	102
ACTIVOS DIFERIDOS	104
CAPITAL DE TRABAJO	105
COSTOS OPERATIVOS	110
GASTOS DE VENTA.....	112
DEPRECIACIONES	116
ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS.....	120
PRESUPUESTO PROFORMADO	121
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	124
CLASIFICACION DE COSTOS	128
DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	129
DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO.....	131
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA.....	133

g. DISCUSION	134
EVALUACION FINANCIERA.....	134
FLUJO DE CAJA.....	135
VALOR ACTUAL NETO	138
TASA INTERNA DE RETORNO.....	140
ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	143
RELACION BENEFICIO/COSTO	146
PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	147
h. CONCLUSIONES	147
i. RECOMENDACIONES	149
j. BIBLIOGRAFIA	150
INDICE DE CONTENIDOS	151