



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL INCREMENTO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO DE LA RESIDENCIAL EL SALTO UBICADO EN LA CIUDAD DE LATAACUNGA SECTOR EL SALTO EN EL PERIODO 2014”

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniera Comercial

POSTULANTE:

Unapanta Santo Johana Marcela

DIRECTOR:

Ing. Rosario Elizabeth Cifuentes Chaquina.

**Lataacunga-Ecuador
Enero- 2015**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

AUTORÍA

Los criterios en esta tesis de grado: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL INCREMENTO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO DE LA RESIDENCIAL EL SALTO UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA SECTOR EL SALTO EN EL PERIODO 2014”**, es de exclusiva responsabilidad de la autora.

Unapanta Santo Johana Marcela
C.C 050364672-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL

En calidad de Director del Trabajo Investigativo sobre el tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL INCREMENTO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO DE LA RESIDENCIAL EL SALTO UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA SECTOR EL SALTO EN EL PERIODO 2014”**, de Unapanta Santo Johana Marcela, postulante de la Carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación por parte del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y aprobación.

Latacunga, 29 Enero del 2015

Ing. Rosario Elizabeth Cifuentes Chaquinga
El Directora



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto la postulante: Unapanta Santo Johana Marcela con el título de tesis, **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL INCREMENTO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO DE LA RESIDENCIAL EL SALTO UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA SECTOR EL SALTO EN EL PERIODO 2014”**; ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometidos al acto de Defensa de Tesis.

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

Latacunga, 29 de Enero 2015

Para constancia firman:

PRESIDENTE
Ing. Walter Navas Olmedo

MIEMBRO
Dra. Cecilia Chancusig Martínez

OPOSITOR
Ing. Wilson Travéz Moreno

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a dios por permitirme cumplir mi meta. A mis padres por haber dado todo su esfuerzo y apoyo incondicional que jamás podré pagarles todo lo que han hecho para formar en mí una persona de bien, a mis hermanos Cristian y Rolando por siempre estar presentes para mí. Un reconocimiento especial a todos los docentes de a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

NENA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a toda mi familia por creer en mí y apoyarme en todo momento a mis hermanos por ser un ejemplo, a mi madre por el esfuerzo realizado durante toda su vida ,con mucho amor y eterna gratitud a mis padres Jorge y Alis.. A mis maestros quienes nunca desistieron al enseñarme, depositando su esperanza en mí incondicionalmente.

NENA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga –Ecuador

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA EL INCREMENTO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO DE LA RESIDENCIAL EL SALTO UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA SECTOR EL SALTO EN EL PERIODO 2014”.

Autor: Unapanta Santo Johana Marcela

RESUMEN

Latacunga siendo una ciudad de paso entre las grandes ciudades comerciales que son Quito y Ambato y siendo parte del sistema turístico de Ecuador genera una alta demanda de hospedaje y alojamiento. Esta realidad justifica el desarrollo del presente Plan de Negocios para incrementar y desarrollar a la Residencial el Salto. El cuerpo del trabajo lo constituyen tres etapas las cuales permiten justificar la viabilidad teórica, la viabilidad en función del comportamiento del mercado y la viabilidad técnica, económica y financiera. En la parte teórica se toma la referencia de autores sobre el análisis y la importancia del plan de negocios en las empresas.

En la parte que corresponde al estudio del mercado nos permite diagnosticar la factibilidad de la idea; la misma que expone escenarios sobre el posible comportamiento de la demanda y la oferta en el mercado, así como también la identificación de nuestro posible mercado objetivo a aprovechar. En la parte que corresponde al análisis técnico, económico y financiero nos permite diagnosticar los recursos organizacionales y estructurales disponible y aprovechable, así como también mejoras; que a la vez procederán a la identificación de requerimientos los cuales implican costos y gastos para su ejecución que deberán ser evaluados económicamente en el estudio financiero para establecer su posibilidad de la puesta en marcha.



UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga –Ecuador

TOPIC: “BUSINESS PLAN FOR INCREASING SERVICE RESIDENTIAL HOUSING LOCATED IN SECTOR SALTO LATACUNGA CITY DURING THE PERIOD 2014.

Author: Unapanta Santo Johana Marcela

ABSTRACT

Latacunga being a city of passage between the major trading cities that are Quito and Ambato and being part of the tourism system Ecuador generates a high demand for accommodation and lodging. This fact justifies the development of this Business Plan to increase and develop the Residencial el Salto.

The body of work consisted of three stages which justify the theoretical feasibility, feasibility in terms of market behavior and the technical, economic and financial viability. In the theoretical part is making reference authors on the analysis and the importance of the business plan in companies.

In the share market study allows us to diagnose the feasibility of the idea; it exposes scenarios on the possible behavior of demand and supply in the market, as well as identifying our target market advantage possible. In the part corresponding to the technical, economic and financial analysis allows us to diagnose organizational and structural resources available and usable, as well as improvements; that simultaneously proceed to the identification of requirements which involve costs and expenses for execution to be assessed economically in the financial study to establish the possibility of commissioning.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica De Cotopaxi, yo....., con cédula de ciudadanía No. 050..... **CERTIFICO** que he realizado la respectiva revisión del ABSTRACT; con el tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL INCREMENTO DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO DE LA RESIDENCIAL EL SALTO UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA SECTOR EL SALTO EN EL PERIODO 2014”**., cuya autora es: Unapanta Santo Johana Marcela y la directora de Tesis Ing. Rosario Elizabeth Cifuentes Chaquina.

Latacunga, 29 enero de 2015

Docente:

.....
Lic.
C.C. 050

ÍNDICE

PORTADA	i
AUTORÍA.....	ii
AVAL	iii
APROBACIÓN DE TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
AVAL DE TRADUCCION.....	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
CAPÍTULO I I	
FUNDAMENTACION TEÓRICA	
1.1 Definición Administración.....	1
1.2 Proceso Administrativo.....	2
1.2.1 Planeación.....	3
1.2.2 Organización.....	3
1.2.3 Dirección.....	4
1.2.4 Control.....	5
1.3 La organización.....	7
1.3.1 El Proceso Organizativo.....	8
1.3.2 La Estructura Organizacional.....	8
1.3.3 Organización Formal e Informal.....	8
1.3.3.1 Organización Formal.....	8
1.3.3.2 Organización Informa.....	9
1.3.4 Tipos de estructura.....	9
1.3.4.1 Estructura organizativa lineal.....	9
1.3.4.2 Estructura en línea y staff.....	10
1.3.4.3 Estructura en comité.....	10
1.4 Emprendimiento.....	10
1.4.1 El Emprendedor.....	11
1.4.2 Importancia del Emprendimiento.....	12
1.4.3 Características del Emprendedor.....	12
1.4.4 Tipos de Emprendedores.....	12
1.5 Plan de Negocio.....	14
1.5.1 Definición de plan de negocio.....	14
1.5.2 Etapas de un proyecto.....	15
1.5.3 Análisis de la organización y entorno.....	16
1.5.4 Estudio de mercado.....	17
1.5.4.1 Proceso de investigación de mercado.....	17

1.5.4.2 Definición del producto o servicio	17
1.5.4.3 Análisis de la demanda	17
1.5.4.4 Análisis de la oferta	18
1.5.4.5 Análisis de precios	18
1.5.4.6 Análisis de la comercialización	18
1.5.5 Estudio técnico	18
1.5.5.1 Determinación del tamaño del proyecto	19
1.5.5.2 Factores que determinan el tamaño	19
1.5.5.3 Localización del proyecto	19
1.5.5.4 Macrolocalización	19
1.5.5.5 Microlocalización	20
1.5.5.6 Ingeniería del proyecto	20
1.5.5.7 Obras civiles e infraestructura	20
1.5.5.8 Proceso de producción o servicio	20
1.5.6 Estudio administrativo.....	20
1.5.6.1 Requerimiento.....	21
1.5.7 Presupuesto consolidado.....	21
1.5.7.1 Inversión.....	21
1.5.7.2 Operación.....	21
1.5.7.3 Costos	21
1.5.7.4 Ingresos.....	22
1.5.7.5 Costos de producción	22
1.5.7.6 Costo ventas.....	22
1.5.7.7 Capital de trabajo.....	22
1.5.7.8 Inversión inicial.....	23
1.5.8 Estudio económico financiero.....	23
1.5.8.1 Estado de resultados.....	23
1.5.8.2 Balance general	23
1.5.8.3 Análisis financiero.....	23
1.5.8.4 Evaluación financiera	24
1.5.8.5 Pre inversión.....	24
1.5.8.6 El estudio en nivel de perfil.....	24
1.5.8.7 Los niveles de prefactibilidad y factibilidad.....	25
CAPITULO II	
DIAGNOSTICO SITUACIONAL	
2.1 Diagnostico situacional.....	27
2.2 Antecedente.....	28
2.3 Justificación.....	28
2.4 Objetivos.....	29
2.4.1 General.....	29
2.4.2 Específicos.....	29
2.5 Definición del Producto.....	30

2.5.1 Hospedaje.....	30
2.5.2 Sala exposición de artesanías.....	31
2.5.3 Cafetería.....	31
2.6 Recopilación y levantamiento de la información.....	32
2.6.1 Breves características del objeto de estudio.....	32
2.6.2 Metodología de la Investigación.....	33
2.6.2.1 Enfoque.....	33
2.6.3 Tipos de la investigación.....	34
2.6.3.1 Descriptiva.....	34
2.6.3.2 Explicativa.....	35
2.6.4 Nivel o tipo de investigación.....	35
2.6.4.1 Investigación de campo.....	35
2.6.4.2 Investigación bibliográfica-documental.....	35
2.6.5 Instrumento de Evaluación.....	36
2.6.6 Análisis de la población objeto de estudio.....	36
2.6.6.1 Segmentación del objeto de estudio.....	36
2.6.6.2 Población.....	37
2.6.6.3 Determinación tamaño de la muestra.....	38
2.6.7 Análisis e interpretación de resultados.....	39
2.6.8 Análisis de la oferta y Demanda.....	49
2.6.8.1 Análisis de la Demanda actual total y frecuencia.....	49
2.6.8.2 Análisis de la oferta actual total y frecuencia.....	49
2.6.8.3 Análisis de la demanda potencial insatisfecha real.....	54
2.6.8.4 Análisis de la competencia.....	58
2.6.8.5 Análisis de los precios.....	59
2.6.8.6 Comercialización del servicio.....	60
2.6.9 Conclusión recomendación del estudio de mercado.....	61
2.6.9.1 Conclusión.....	61
2.6.9.2 Recomendaciones.....	62
CAPÍTULO III	
PROPUESTA	
3.1 Objetivos.....	63
3.1.1 Objetivo General.....	63
3.1.2 Objetivo Específicos.....	63
3.2 Tamaño del proyecto.....	64
3.2.1 Determinaciones del tamaño en función del mercado.....	65
3.2.2 Determinación en función de la distribución de la capacidad instalada.....	65
3.2.3 Localización óptima del proyecto.....	66
3.2.3.1 Macrolocalización.....	66
3.2.3.2 Ponderación de factores de localización.....	66
3.2.3.3 Micro localización.....	67
3.2.4 Diseño y distribución de oficinas.....	67

3.2.4.1	Área de administración y salón de artes	68
3.2.4.2	Área de servicio de cafetería	69
3.2.4.3	Parqueadero	69
3.3	Análisis de la producción	69
3.3.1	Ciclo de producción del servicio	70
3.4	Requerimientos e insumos del servicio	75
3.4.1	Determinación de horarios	80
3.4.2	Programa de producción	81
3.5	Aspecto Administrativo y organizacional	82
3.5.1	Base filosófica de la empresa	82
3.5.1.1	Datos Informativos	82
3.5.1.2	Nombre o Razón social	82
3.5.1.3	Logotipo	83
3.5.1.4	Visión	83
3.5.1.5	Misión	83
3.5.1.6	Valores	84
3.6	Estructura organizacional	85
3.6.1	Organigrama	85
3.6.2	Funciones	88
3.7	Estudio económico	91
3.7.1	objetivos	91
3.7.1.1	Objetivo General	92
3.7.1.2	Objetivos específicos	92
3.7.2	Inversión inicial	92
3.7.2.1	Inversión de activos fijos	92
3.7.2.2	Inversión diferida	92
3.7.2.3	Capital de trabajo	93
3.7.3	Depreciaciones y amortización	94
3.7.4	Financiamiento	95
3.7.4.1	Financiamiento con capital propio	95
3.7.4.2	Financiamiento por medio de créditos financiero	95
3.7.5	Determinación de costo y gastos	96
3.7.5.1	Gastos financieros	96
3.7.5.2	Gastos administrativos	97
3.7.5.3	Gastos ventas	97
3.7.5.4	Costos de producción	98
3.7.5.5	Determinación de la utilidad en relación al costo	99
3.7.5.6	Punto de equilibrio	99
3.7.6	Planeación financiera	100
3.7.6.1	Determinación de ingresos	101
3.7.6.2	Estados financieros	102
3.7.7	Evaluación financiera del proyecto	104

3.7.7.1 Tasa mínima de rendimiento TMAR	104
3.7.7.2 Valor actual Neto VAN.....	105
3.7.7.3Tasa interna de retorno TIR.....	106
3.7.7.4Relación costo beneficio.....	106
3.7.7.5Periodo de recuperación de la inversión.....	107
3.7.7.6 Índice de iliquidez.....	107
3.7.7.7Análisis de sensibilidad.....	108
3.7.7.8Sensibilidad relación costo beneficio.....	108
3.7.7.9 Índice de solvencia.....	109
3.7.7.10Apalancamiento Financiero.....	109
Bibliografía	110
Anexos	112

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1.1 Proceso administrativo en los niveles empresariales.....	2
Gráfico N° 1.2 Etapas de un proyecto.....	15
Gráfico N°2.1 Cuarto Simple.....	30
GráficoN°2.2 Cuarto doble.....	31
Gráfico N° 2.3 Cafeterita.....	32
Grafico N°2.4 Existencia de residencias en latacunga.....	39
Grafico N°2.5 Frecuencia de consumo.....	40
Grafico N°2.6 Servicios que utilizaría al hospedarse.....	41
Grafico N°2.7 Cuánto estaría dispuesto gastar en hospedaje.....	42
Grafico N° 2.8 Motivos de hospedaje.....	43
Grafico N° 2.9 Con qué frecuencia usted utilizaría la residencial.....	45
Grafico N°2.10 Tiempo de estadía.....	46
Grafico N°2.11 Residencia u hotel de su preferencia.....	47
Grafico N°2.12 Lugar de procedencia.....	46
Grafico N°2.13 Medio de comunicación y cobertura.....	48
Grafico N°2.14 Análisis de la demanda Potencial Residencial-Hospedaje.....	55
Grafico N°2.15 Análisis de la demanda Potencial sala de artesanías.....	56
Grafico N°2.16 Análisis de la demanda Potencial guía turística.....	56
Grafico N°2.17 Análisis de la demanda Potencial cafetería.....	57
Grafico N°2.18 Análisis canal de distribución	60
Grafico N°3.1 Proceso grafico general de producción del servicio.....	71
Gráfico 3.2 Logotipo de la empresa.....	83
Gráfico N°3.3 Estructura organizacional actual.....	85
Gráfico N°3.4 Estructura organizacional propuesta	86
Gráfico N°3.5 Estructura organizacional posicional propuesta.....	87
Imagen N°3.1 Localización de macro localización.....	67

Imagen N°3.2 Localización de macro localización.....	68
--	----

INDICE DE TABLAS

Tabla N°2.1 Variables de segmentación de mercados.....	37
Tabla N°2.2 Número de turistas que ingresan a la ciudad de Latacunga.....	38
Tabla N°2.3 Identificación de la población muestra	38
Tabla N°2.4 Existencia de residencias en Latacunga.....	39
Tabla N°2.5 Frecuencia de consumo	40
Tabla N° 2.6 Servicios que utilizaría al hospedarse.....	41
Tabla N° 2.7 Cuánto estaría dispuesto gastar en hospedaje.....	42
Tabla N°2.8 Motivos de hospedaje.....	43
Tabla N°2.9 Con qué frecuencia usted utilizaría la residencial	44
Tabla N°2.10 Tiempo de estadía.....	45
Tabla N°2.11 Residencia u hotel de su preferencia.....	46
Tabla N°2.12 Lugar de procedencia.....	47
Tabla N° 2.13 Medio de comunicación y cobertura.....	48
Tabla N° 2.14 Detalle del análisis comportamiento oferta y demanda.....	49
Tabla N° 2.15 Identificación de los factores para el estudio de la demanda y oferta....	50
Tabla N° 2.16 Proyección demanda	50
Tabla N° 2.17 Distribución demanda servicio.....	50
Tabla N° 2.18 Frecuencia por servicio Residencia- Hospedaje –Demanda.....	51
Tabla N° 2.19 Frecuencia por servicio sala de artesanías.....	51
Tabla N°2.20 Frecuencia por servicio de Guía turística.....	51
Tabla N° 2.21 Frecuencia de la demanda por servicio de cafetería	52
Tabla N° 2.22 Proyección oferta.....	52
Tabla N°2.23 Distribución oferta por servicio.....	53
Tabla N°2.24 Frecuencia de oferta por servicio.....	53
Tabla N° 2.25 Frecuencia de oferta por servicio.....	53
Tabla N° 2.26 Frecuencia de oferta por servicio.....	54
Tabla N° 2.27 Frecuencia de oferta por servicio.....	55
Tabla N°2.28 Análisis de la demanda Potencial Residencial-Hospedaje.....	55
Tabla N° 2.29 Análisis de la demanda Potencial sala de artesanías	56
Tabla N° 2.30 Análisis de la demanda Potencial Guía turística.....	56
Tabla N°2.31 Análisis de la demanda Potencial cafetería.....	57
Tabla N° 2.32 Análisis de la competencia.....	58
Tabla N° 2.33 Análisis precios	59
Tabla N° 2.34 Proyección precios.....	60
Tabla N°3.1 Determinaciones del tamaño en función del mercado	64
Tabla N° 3.2 Estimación del tamaño en función de la distribución de la capacidad instalada	65

Tabla 3.3 Evaluación de las variables.....	67
Tabla N°3.4 Proceso de adquisición de materias e insumos	72
Tabla N°3.5 Proceso transformación de materias e insumos.....	73
Tabla N°3.6 Proceso de adquisición de materias e insumos	74
Tabla N° 3.7Materia prima	75
Tabla N° 3.8 Muebles y enceres.....	75
Tabla N°3.9 Materiales directos.....	76
Tabla N° 3.10 Materiales indirectos.....	76
Tabla N° 3.11 Maquinaria y equipo.....	76
Tabla N°3.12 Vehículo.....	77
Tabla N°3.13 Insumos.....	77
Tabla 3.14 Servicios básicos.....	78
Tabla N°3.15 Mano de obra indirecta.....	79
Tabla N°3.16 Ventas.....	79
Tabla N°3. 17 Mano de obra directa	79
Tabla N° 3.18 Gastos diferidos.....	80
Tabla N° 3.19 Determinación de horarios.....	80
Tabla N°3.20 Pronóstico y comportamiento de la producción por capacidad instalada	81
Tabla N°3.21 Estructura funcional.....	88
Tabla N° 3.22 Inversión fija.....	91
Tabla N°3.23 Inversión diferida.....	92
Tabla N°3.24 Inversión del capital de trabajo.....	93
Tabla N°3.25 Inversión inicial.....	93
Tabla N° 3.26 Depreciación.....	94
Tabla N° 3.27 Amortización.....	94
Tabla N° 3.28Financiamiento.....	95
Tabla N°3.29 Condiciones Financieras del Préstamo.....	96
Tabla N° 3.30 Gastos financieros.....	96
Tabla N°3.31 Gastos administrativos.....	97
Tabla N°3.32 Gastos venta.....	97
Tabla N°3.33 Costos de producción.....	98
Tabla N°3.34 Determinación de la utilidad por el servicio en relación costo y precio de venta.....	99
Tabla N°3.35 Costos fijos y costos variables.....	99
Tabla N°3.36 Punto de equilibrio del servicio.....	100
Tabla N°3.37 Demanda potencial insatisfecha real total unificada en el servicio.....	101
Tabla N°3.38 Ingresos proyectados anuales	101
Tabla N°3.39 Estado de resultados.....	102
Tabla N° 3.40 Flujo de efectivo.....	103
Tabla N°3.41 Evaluación.....	104
Tabla N°3.42 Tasa mínima de rendimiento TMAR	104
Tabla N° 3.43 Valor actual neto.....	105
Tabla N°3.44 TIR	105

Tabla N° 3.45 RBC.....	105
Tabla N°3.46 PRI.....	105

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACION TEORICA

Según el autor **Jenes G. (2011)** “La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando alcancen con eficiencia metas seleccionadas.” (Pág. 12)

"Es el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás, con base en un profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana".

El autor **Bateman y Snell (2009)** “La administración es el proceso de trabajar con personas y con los recursos para cumplir con los objetivos organizacionales, la administración es llevar acabo todas las funciones de manera eficiente y eficaz” (Pág. 19)

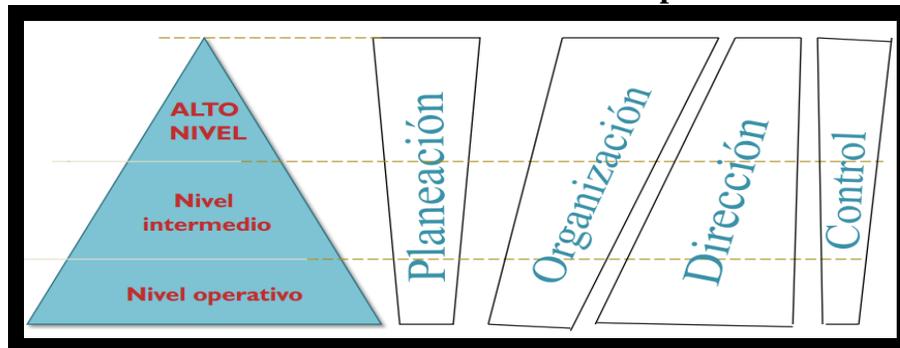
Según el autor **George J.(2010)** “La administración es la planeación organización, dirección y control de los recursos humanos y de otras clase, para alcanzar con eficiencia y eficacia las metas de la organización.”(Pág. 5).

Tomando como referencia de los autores antes mencionados a cerca de la administración se puede aludir que La administración es el proceso de dirigir y asesorar el logro de objetivos establecidos por cada organización, para poder realizar todas las actividades plasmadas eficientemente que nos ayuda al desarrollo de nuevas ideas y saber cómo aplicarlos y en qué momento con la ayuda de Gerentes, administradores, directivos y a la vez saber así el funcionamiento de toda la organización para poder tomar una correcta decisión.

1.2 Proceso Administrativo

Según el autor **Avendaño (2009)** “La Administración es un proceso a través del cual se logran determinados objetivos previamente establecidos, mediante la utilización racional de recursos humanos, materiales, técnicos y financieros, el proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración misma que se interrelacionan y forman un proceso integral” (Pág. 15).

Gráfico N° 1.1
Proceso administrativo en los niveles empresariales



Fuente: Avendaño, y otros, (2009)
Elaborado Por: La Investigadora

1.2.1 Planeación

Según el autor **Avendaño, y otros, (2009)** “Esta primera etapa del proceso administrativo consiste en determinar las acciones que se realizarán por medio de objetivos, políticas y procedimientos. Con esta etapa se resuelven las interrogantes ¿qué quiere hacerse?, ¿qué se va a hacer?”. Las actividades más importantes dentro de la planeación son: **(Pág. 17)**.

- Aclarar, amplificar y determinar los objetivos.
- Pronosticar.
- Establecer las condiciones y suposiciones bajo las cuales se hará el trabajo
- Seleccionar y declarar las tareas para lograr los objetivos.
- Establecer un plan general de logros, enfatizando la creatividad para encontrar medios nuevos y mejores para desempeñar el trabajo.
- Establecer políticas, procedimientos y procesos de desempeño.
- Modificar los planes de los resultados del control.

La planificación es el inicio del procesos administrativo que permite reorganizar mejor todas las actividades planeadas por la organización en donde se efectúa todos los objetivos, misiones y metas definitivas que se van realizar en la organización mediante diferentes procesos obteniendo así resultados deseados para un futuro y así poder tomar decisiones a los desafíos que pueda la organización presentar durante su proceso y así plantear alternativas que pueda ser acertadas y pretendan ser alcanzadas para la organización.

1.2.2 Organización

En esta segunda etapa se distribuyen las actividades entre los miembros del grupo de tal forma que se logre un mínimo de gastos y una máxima satisfacción de empleados y de todos los trabajadores en general.

Según el autor **Avendaño, y otros, (2009)** “Con ella se resuelve la interrogante ¿cómo se va hacer? Se considera el punto de enlace entre los aspectos teóricos que también se conoce como mecánica administrativa y los aspectos prácticos que se denominan dinámica administrativa, entre “lo que debe ser “y “lo que es”(Pág. 18).

Las actividades más importantes dentro de la organización son:

- Subdividir el trabajo en unidades operativas.
- Agrupar las obligaciones operativas en puestos operativos.
- Reunir los puestos operativos en unidades manejables y relacionadas.
- Aclarar los requisitos del puesto.
- Seleccionar y colocar a los individuos en el puesto adecuado.
- Utilizar y acordar la autoridad adecuada para cada miembro de la organización.
- Proporcionar facilidades personales y otros recursos.
- Ajustar la organización a la luz de los resultados del control.

En la organización se crea la agrupación de un grupo de personas quien debe realizar determinadas tareas y quienes son los responsables de los resultados obtenidos que se encuentran dentro de la empresa comprometidas para realizar todas las actividades necesarias que puedan ser desempeñadas proporcionando la facilidad de lo que se debe hacer a cada uno de las unidades operativas con cargos, reglas ya establecidos a cada uno en el puestos adecuados buscando el gusto para un buen ambiente y así tener buenos resultados de control.

1.2.3 Dirección

Según el autor **Avendaño (2009)** “Esta etapa tiene una participación importante dentro del proceso administrativo, dado que en ella se encuentra el cómo poder llegar físicamente al logro de los objetivos a través de inducir, motivar y conducir al

personal. De esta parte depende el éxito o fracaso en la Administración de los recursos humanos a su cargo.”(Pág. 20).

Las actividades más importantes de la dirección son:

- Poner en práctica la filosofía de participación por todos los afectados por la decisión o acto.
- Conducir y retar a otros para que hagan su mejor esfuerzo.
- Motivar a los miembros
- Comunicar con efectividad.
- Desarrollar a los miembros para que realicen todo su potencial.
- Recompensar con reconocimientos y buena paga por un trabajo bien hecho.
- Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo.
- Revisar los esfuerzos de la dirección a la luz del control.

La dirección implica a conducir todo lo trazado es decir a supervisar cada uno de los planes, metas, objetivos establecidos que se cumplan para obtener ciertos resultados a través que se establece la comunicación necesaria con el personal que aliente el desarrollo y efectividad con la guía para que todas las actividades que se realicen para el buen progreso de la organización.

1.2.4 Control

Según **Avendaño, y otros, (2009)** “Ésta es la última etapa del proceso administrativo, y es primordial en la Administración, pues aunque la empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización si no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. Para mejor

referencia de lo anterior a continuación te presentamos algunas de las actividades más importantes del control:”(Pág. 22).

- Comparar los resultados con los planes en general.
- Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño.
- Sugerir las acciones correctivas, cuando sean necesarias.
- Informar a los miembros responsables de las interpretaciones.
- Ajustar el control a la luz de los resultados del mismo control.

Por otra parte, la planeación y el control están relacionados a tal grado, que en muchas ocasiones difícilmente pueden delimitarse.

El control es el que vigila todas las actividades que se están cumpliendo por la organización correspondientemente a todas las desviaciones que se presenten en el transcurso del seguimiento de todos los objetivos que en un principio la organización se trazó para asegurar el trabajo que están realizando a futuro y solucionando los obstáculos inesperados que se afronten y prevenirlas con un buen asesoramiento y que con lleve a una buena supervisión.

1.3 La organización

Según el autor **Correa Julio (2008)** “La organización es una unidad social coordinada, consciente, compuesta por dos personas o más, que funciona con relativa constancia a efecto de alcanzar una meta o una serie de metas comunes. Esta definición, las empresas productoras y de servicios son organizaciones, como también lo son escuelas, hospitales, iglesias, unidades, militares, tiendas minoristas, departamentos de policía y los organismos de los gobiernos locales, estatales y federal. Las personas que supervisan las actividades de otras, que son responsables de que las organizaciones alcancen estas metas, con sus administradores (aunque en

ocasiones se les llama gerentes, en particular en organizaciones no lucrativas)”. (Pág. 5)

Para el autor **Hitt, y otros, (2009)** “La organización es una de las funciones componentes del proceso administrativo que consiste en asignar las funciones y tareas a los miembros componentes de la empresa con el objetivo de que los recursos con los que cuenta la organización sean coordinados y enfocados hacia el cumplimiento de la misión y objetivos previamente establecidos.”(Pág. 10)

Según la enciclopedia de la economía **SP Economía (2014)** “La Organización es la combinación de los medios técnicos, humanos y financieros que componen la empresa: edificios, máquinas, materiales, personas, en función de la consecución de un fin, según las distintas interrelaciones y dependencias de los elementos que lo constituyen.”(Pág. 38)

La buena organización realiza específicamente para la empresa lo siguiente:

- Facilita la administración.
- Puede facilitar el crecimiento y la diversificación.
- Contribuye al óptimo aprovechamiento de la tecnología.
- Alienta el desarrollo y efectividad del trabajador.
- Estimula el esfuerzo creador.

La organización es un grupo social formada por personas, que brindan su trabajo de manera eficientemente dentro de ella para poder cumplir con los objetivos organizacionales que consiste en la división de tareas y la asignación de responsabilidades a todo el personal que busca el mismo fin y así para poder cumplir con todas necesidades en el tiempo determinado que sea perfectamente claro para todos con el propósito de lograr las oportunidades para la organización.

1.3.1 El Proceso Organizativo

Según la enciclopedia de la economía **SP Economía (2014)** “La función de organizar implica un proceso racional que comprende cuatro etapas fundamentales”(Pág. 40)

- Identificación y clasificación de las actividades requeridas.
- Agrupamiento de estas actividades según los objetivos que se pretenden lograr.
- Definición de los niveles organizacionales y las relaciones de autoridad y responsabilidad.
- Determinación de los flujos de coordinación horizontal y vertical

1.3.2 La Estructura Organizacional

Es la forma en que las actividades de una organización se dividen, organizan y coordinan. Es decir, que la estructura de la organización es un esqueleto en el que se puede visualizar las unidades orgánicas y sus relaciones de interdependencia. La estructura formal de la organización o estructura de organización es el resultado de normas y prescripciones sobre la manera en que se interrelacionan las unidades orgánicas y la manera en que se desarrollan las actividades.

1.3.3 Organización Formal e Informal

1.3.3.1 Organización Formal

Sistema de esfuerzo cooperativo intencionalmente establecido y coordinado para que cada uno de los miembros que integran la empresa conozca las funciones que van a cumplir y asuman las responsabilidades correspondientes. Una organización formal permite que el esfuerzo individual en una situación de grupo conlleve al logro de los objetivos/metast del grupo o de la organización.

1.3.3.2 Organización Informal

Relación grupal que se establece dentro de la empresa, que a pesar de generar un esfuerzo de conjunto no implica que los miembros que lo integran sean conscientes de un propósito común o de los resultados que se puedan lograr en forma conjunta. Surgen a consecuencia de las relaciones personales y sociales, a medida en que la gente se asocia a los grupos.

No son reconocidos dentro de la estructura orgánica formal y, generalmente, sus objetivos y metas no se fijan según los resultados que la empresa pretende lograr. Estos grupos informales deben tenerse en cuenta en el proceso de gestión empresarial, ya que pueden ser excelentes agentes para lograr una eficaz dirección de personal.

1.3.4 Tipos de estructura

Las organizaciones pueden clasificarse según la naturaleza de las relaciones de autoridad que existen en ellas. Hay cuatro tipos de estructura organizativas:

1.3.4.1 Estructura organizativa lineal

Es el tipo de estructura más sencillo y antiguo que existe. La cadena de mando es muy clara y es difícil que alguien se la salte. Las decisiones se pueden tomar rápidamente, dado que solo tienen que consultarse con el inmediato superior.

Tiene inconvenientes importantes, como que las comunicaciones son muy lentas. Además, cada directivo tiene toda la responsabilidad de una amplia variedad de actividades y, obviamente, no puede ser experto en todas ellas.

1.3.4.2 Estructura en línea y staff

Se combinan las relaciones de autoridad directa, propias de la estructura lineal, con relaciones de consulta y asesoramiento que se mantienen con los departamentos denominados staff.

Esta estructura combina la rapidez en la toma de decisiones que es propia de la estructura lineal, y la rapidez de comunicación directa con los conocimientos expertos de los especialistas de los departamentos staff que son necesarios para dirigir numerosas actividades de muy diversa índole.

1.3.4.3 Estructura en comité

La autoridad y la responsabilidad son compartidas conjuntamente por un grupo de personas en lugar de asumirlas una sola. Para tomar una decisión, el grupo se reúne, se intercambian opiniones, se discute y se llega a la elección final. Normalmente se utiliza conjuntamente con la estructura en línea y staff, y solo para la toma de algunas decisiones en concreto.

1.4 Emprendimiento

Según **Morlas C.,(2014)** “La palabra emprendimiento proviene del francés Entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo inicial y continuo por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto. Este término también es aplicado a empresarios que fueron y son innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.”.(Pág. 121).

Según **Hitt, y otros, (2009)**, en su libro “Administración Estratégica” El emprendimiento es un proceso mediante el cual las personas o los grupos identifican e implementan las oportunidades emprendedoras sin ser de inmediato limitadas por los recursos que en ese momento tienen bajo su control.(**Pág. 407**).

Según **Spina Mario (2012)** “Emprendimiento es llevar a cabo un sueño basado en investigación el conocimiento y la planificación de esta manera crecer como personas para surgir en la sociedad” (**Pág. 51**).

A criterio persona se alude que, el emprendimiento es el motor que estimula a alcanzar a la meta encaminada a emprender nuevos retos convertidos una idea en un proyecto trazado para alcanzar un fin y hacer sobrevivir al sacrificio que requiere la organización y corriendo riesgos para alcanzar nuevos resultados al alto grado de creatividad que tiene la posibilidad de crear riqueza en una forma sostenible dando así una oportunidad emprendedora.

1.4.1 El Emprendedor

Para **Hitt, y otros, (2009)** “Los emprendedores son personas que, de forma independiente o como parte de una organización, cuando identifican una oportunidad emprendedora toman los riesgos de desarrollar una innovación con el fin de implementarla.” (**Pág. 409**).

Para **Rodríguez Alcaraz Rafael; (2000)** “El emprendedor éxito detalla que Harper identifica al emprendedor como una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance” (**Pág.11**)

1.4.2 Importancia del Emprendimiento

Según **Morlas C., (2010)**; “el emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir”(Pág. 125).

1.4.3 Características del Emprendedor

Los emprendedores tienen una serie de características que los distinguen del resto de las personas.

De acuerdo con **John Kao, (2008, pág. 17)** el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia
- Capacidad para alcanzar metas
- Orientación a las metas y oportunidades
- Iniciativa y responsabilidad
- Persistencia en la solución de problemas
- Realismo
- Autoconfianza

- Altos niveles de energía
- Busca de retroalimentación
- Control interno alto
- Toma de riesgos calculados
- Baja necesidad de estatus y poder
- Integridad y confiabilidad
- Tolerancia al cambio

Es aún más complicado definir el termino emprender, ya que no se trata solo de una serie de atributos, sino también de la forma de utilizarlos para sacarles el máximo provecho posible.

1.4.4 Tipos de Emprendedores

Para los autores Scholl hammer (1980; pág. 5), “los emprendedores se pueden dividir en cinco tipos de personalidades:

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

- e- **El emprendedor imitador.** Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.”

1.5 Plan de Negocio

1.5.1 Definición de plan de negocio

Para los autores Según Weinberger, (2009)“El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos” **(pág. 6)**.

A criterio personal se puede aludir que; la planificación lo que busca es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable” contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado.

Según el autor **SENA (2013)** “El plan de Negocios es hoy un instrumento esencial en el mundo para la presentación de los emprendedores y sus proyectos de empresa, y para la dirección de la misma empresa en términos de operatividad total.”.**(pág. 19)**.

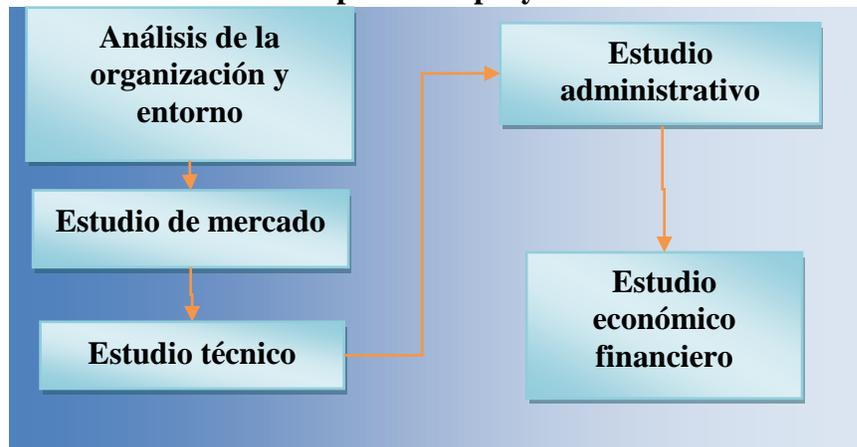
Según el autor **Blank, Steve (2014)** “Un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de la empresa y complementariamente, es útil para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores (ej. los business angels o las empresas de capital riesgo), para que aporten financiación al negocio” **(pág. 19)**.

A criterio personal él es importante recalcar que el plan de negocios es una herramienta que nos permite plantear objetivos, metas, y proyectar a futuro posibilidades y saber cómo está la empresa tomando decisiones correctas y sus desviaciones para poder cumplir con los objetivos establecidos y así poder saber si va ser exitosa y rentable para la fuente valiosa de información para realización de presupuestos e informes de una manera inteligente, ágil y correcta puesta en marcha.

1.5.2 Etapas de un proyecto

Hay muchas formas de clasificar las etapas de un proyecto de inversión. Una de las más comunes, y que se empleará en este texto, identifica cuatro etapas básicas: la generación de la idea, los estudios de pre inversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha y operación.

Gráfico N° 1.2
Etapas de un proyecto



Fuente: (Sapag chain, 2010)
Elaborado por: La investigadora

1.5.3 Análisis de la organización y entorno

1.5.3.1 Resumen ejecutivo

Para el autor **Álvarez José (2008)**, el resumen ejecutivo es la parte en donde debe exponer el proyecto de forma sencilla y detallada el mismo que debe contener calidad, estilo, tamaño y finalidad, **(pág. 14)**.

1.5.3.2 Antecedentes

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “Son las acciones circunstancias o estudios realizados con anterioridad que comprende la parte que detalla sobre la base de las experiencias de expertos basados en los resultados **(pág. 15)**.”

1.5.3.3 Descripción del problema

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “Es el propósito de dar a conocer el problema específico que se requiere solucionar esto puede ser en base a las necesidades del entorno u otras elementos que afecten o que traigan consecuencias para la población u organización, **(pag.159)**.”

1.5.3.4 Objetivos

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “Permite saber para que se hace o se planifica y que se espera obtener al culminar el desarrollo del mismo” **(pág. 15)**.

1.3.5.5 Justificación e importancia

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “Tienen el propósito de indicar o describir el porqué del proyecto y la importancia del problema que se busca resolver se trata de probar si es viable con argumentos técnicos y científicos, **(pág. 16)**.”

1.5.4 Estudio de mercado

Para el autor **GABRIEL Baca Urbina; 2006**, “Estudio de mercado que es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (pág. 7)

1.5.4.1 Proceso de investigación de mercado

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “Consiste en abordar de manera teórica y aplicada la sistemática de una investigación de mercado a través de las distintas fases” (pág. 18).

1.5.4.2 Definición del producto o servicio

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “consiste en describir el producto o servicio que se pretende brindar en todas sus características” (pág. 26).

1.5.4.3 Análisis de la demanda

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicio considerando un precio y en un determinado tiempo”, (pág. 27).

Para el autor **GABRIEL Baca Urbina; 2006**, “Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (pág. 17)

1.5.4.4 Análisis de la oferta

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (vendedores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (**pág. 50**).

Para el autor **GABRIEL Baca Urbina; 2006**, “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (**pág. 48**)

1.5.4.5 Análisis de precios

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “Es la cantidad monetaria a que los productores o empresarios están dispuestos a vender y los consumidores a comprar, un bien o servicios, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (**pág. 53**).

1.5.4.6 Análisis de la comercialización

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “Es la actividad que permite al productor o empresario hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (**pág. 54**).

1.5.5 Estudio técnico

Para el autor **NASSIR Sapag Chain; 2000**, el estudio técnico en el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. (**pág.25**)

1.5.5.1 Determinación del tamaño del proyecto

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un determinado tiempo” (pág.57).

1.5.5.2 Factores que determinan el tamaño

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “Los factores que involucran al tamaño del proyecto se interrelacionan con la demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan comercial” (pág.58).

1.5.5.3 Localización del proyecto

Para el autor **Álvarez José (2008)**; “La localización adecuada obedece no solo a criterios económicos sino también a criterios estratégicos e institucionales que busque que maximice la rentabilidad” (pág.63).

1.5.5.4 Macrolocalización

Para el autor **Álvarez José (2008, pág.63)**; “Las alternativas de instalación deben compararse en función de las fuerzas ocasionales basada en:

- Localización del mercado
- Fuente de materias primas
- Disponibilidad de mano de obra
- Facilidad de transporte
- Fuente de suministros
- Disponibilidad de energía
- Disposiciones legales
- Servicios públicos

1.5.5.5 Microlocalizacion

Para el autor **Álvarez José 2008**; “Corresponde a la localización específica de la ubicación dependiendo de la disponibilidad de recursos según las necesidades”. (pág.63).

1.5.5.6 Ingeniería del proyecto

Para el autor **GABRIEL Baca Urbina; 2006**, “Consiste en resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (pág. 110)

1.5.5.7 Obras civiles e infraestructura

Para el autor **Álvarez José 2008**; “Constituye la valoración edificios en función del costo así como los factores que involucran a cuantificar las inversión según las necesidades” (pág. 76)

1.5.5.8 Proceso de producción o servicio

Para el autor **Álvarez José 2008**; “Se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos o servicios mediante la participación de la tecnología, los materiales y la fuerza de trabajo” (pág. 76).

1.5.6 Estudio administrativo

Para el autor **Álvarez José 2008** “Es el aspecto administrativo se debe tomar las decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos”. (pág. 85).

1.5.6.1 Requerimientos

“Es la condición o capacidad que debe tener un sistema, producto, servicio o componente para satisfacer un contrato, estándar, especificación, u otros documentos formalmente establecido” **Ibáñez Joaquín**. “**requerimiento del proyecto**”, [en línea]. [17-09-2014]. [Disponible].

Web: http://www.liderdeproyecto.com/manual/los_requerimientos.html.

1.5.7 Presupuesto consolidado

Son todas las inversiones que se requieren para estimar los costos requeridos por la adquisición de elementos necesarios para el inicio del proyecto este es el punto de partida muy importante en el cual se toma en cuenta los mas mínimos detalles para asegurar una correcta planificación.

1.5.7.1 Inversión

Corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

1.5.7.2 Operación

Es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución, por ejemplo, con el uso de una nueva máquina que reemplazó a otra anterior, con la compra a terceros de servicios antes provistos internamente o con el mayor nivel de producción observado como resultado de una inversión en la ampliación de la planta.

1.5.7.3 Costos

Para el autor **Álvarez José 2008** “El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro” (**pág. 83**).

A criterio personal se designa un costo al valor por la adquisición de un bien necesario para la producción a este se designa un desembolso en efectivo monetario que se realiza entre proveedores y empresa y a la costos internos producidos por el mismo proceso de producción.

1.5.7.4 Ingresos

Según el autor **Rodrigo S. 2000**” Son los valores adquiridos por la venta de un bien o servicio esto se ve reflejado en las unidades vendidas durante un periodo contable” **(Pág. 257)**.

1.5.7.5 Costos de producción

Según el autor **Rodrigo S. (2000)**, “son los valores que incurren en el proceso de producción estos valores estima el valor de cada producto o servicio al ser transformado hacia un producto final” **(Pág. 225)**.

1.5.7.6. Costo ventas

Según el autor **Rodrigo S. (2000)**, “son valores o cargos estimados por el proceso de distribución de los productos dentro de los respectivas líneas de entrega y o en los diferentes puntos de venta” **(Pág. 225)**.

1.5.7.7 Capital de trabajo

GABRIEL Baca Urbina; 2006, desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico está representado por el capital adicional con el que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos. **(pág. 176)**

1.5.7.8 Inversión inicial

GABRIEL Baca Urbina; 2006, la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (pág. 173)

1.5.8 Estudio económico financiero

1.5.8.1 Estado de resultados

GABRIEL Baca Urbina; 2006, “La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar” (pág. 181)

1.5.8.2 Balance general

GABRIEL Baca Urbina; 2006, El Balance General “Es todo lo que tiene de valor la empresa (activos fijos, diferidos y capital de trabajo) le permite, saber lo que debe a alguien, estos pueden de crédito), y lo que no debe, entonces, es propiedad de los dueños o accionistas.”(pág. 189)

1.5.8.3 Análisis financiero

Para el autor **GABRIEL Baca Urbina; 2006**, la parte de análisis económico comprende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (pág. 168)

1.5.8.4 Evaluación financiera

Para el autor **Álvarez José (2008, pág.83)**; “Consiste en medir el valor económico financiero o social a través de ciertas técnicas e indicadores de evaluación con los cuales se determinan la alternativa viable y optima de inversión previo a la toma de decisiones respecto a la ejecución o no ejecución del proyecto” (**pág. 120**)

1.5.8.5 Pre inversión

Según el autor **Sapag chain, (2010)** “Corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos, la que se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y calidad de la información considerada en la evaluación: perfil, pre factibilidad y factibilidad”.(**pág. 120**)

Mientras menor cantidad y calidad tenga la información, más se acerca el estudio al nivel de perfil, y mientras más y mejor sea ésta, más se acerca al nivel de factibilidad. Es decir, la profundización de los estudios de viabilidad económica posibilita reducir la incertidumbre sobre algunas variables que condicionan el resultado en la medición de la rentabilidad de un proyecto, a costa de una mayor inversión en estudios.

1.5.8.6 Él estudio en nivel de perfil

Según **Sapag chain, (2010)** “Es el más preliminar de todos. Su análisis es, en forma frecuente, estática y se basa principalmente en información secundaria, generalmente de tipo cualitativo, en opiniones de expertos o en cifras estimativas. Su objetivo fundamental es, por una parte, determinar si existen antecedentes que justifiquen abandonar el proyecto sin efectuar mayores gastos futuros en estudios que proporcionen mayor y mejor información y, por otra, reducir las opciones de

solución, seleccionando aquellas que en un primer análisis pudieran aparecer como las más convenientes”. (pág. 12)

1.5.8.7 Los niveles de prefactibilidad y factibilidad

Según el autor **Sapag chain, (2010)** “Son esencialmente dinámicos; es decir, proyectan los costos y beneficios a lo largo del tiempo y los expresan mediante un flujo de caja estructurado en función de criterios convencionales previamente establecidos. En nivel de pre factibilidad se proyectan los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria. En factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, recurriendo principalmente a información de tipo primario. La información primaria es la que genera la fuente misma de la información. Por ejemplo, mientras el costo promedio del metro cuadrado de construcción se usa en nivel de pre factibilidad por ser un promedio o estándar, en factibilidad debe realizarse un estudio detallado de cada uno de los ítems, para determinar la cuantía de los costos específicos de esa construcción en particular” (pág. 12)

“Otros estándares comunes usados en nivel de prefactibilidad son el costo de combustible por unidad producida, la inversión por kilowatt de capacidad, el costo del transporte por tonelada/kilómetro movilizadas, el costo de mantenimiento por unidad de producción, el porcentaje de pérdidas por manipulación de insumos, los kilómetros recorridos por litro de gasolina, etcétera.”

Según el autor **Sapag chain, (2010)** Dependiendo de lo completo del estudio y lo convincente de los resultados obtenidos en nivel de perfil, se decidirá si pasar a la etapa de prefactibilidad o ir directamente a la de factibilidad. En la casi totalidad de los casos el nivel de perfil proporciona informaciones tan generales que se hace imprescindible realizar la prefactibilidad del proyecto. Contrariamente a lo sostenido por varios autores, lo que parece más conveniente para la empresa no es llevar todo

un estudio de viabilidad en nivel de factibilidad, sino hacerlo sólo con aquellas variables respecto de las cuales se tenga mayor incertidumbre. Así, por ejemplo, se podrían calcular ciertos costos de producción en nivel de prefactibilidad cuando los estándares son conocidos y altamente confiables y, en el mismo estudio, estimar la demanda en nivel de factibilidad cuando hay dudas razonables de la magnitud de ella calculada con la información aproximada, como la de tipo secundario”(pág. 57)

CAPITULO II

2.1 DIAGNOSTICO SITUACIONAL

Reseña Histórica

La residencial inició en el sector salto con un pequeño capital con un edificio propio su propietario el señor ex Militar Manuel Ocaña inicio su actividad en 1995 alcanzo su proceso gracias al esfuerzo constante de sus propietarios que iban realizando una serie de mejoras para atender de forma satisfactoria a los clientes y lo importante es que todos los miembros de la familia se dedicaron a esta actividad y en forma constante y esforzada.

En la actualidad la residencial el salto se mantiene en un lugar estratégico que le permite gozar de oportunidades y beneficios urbanísticos; sin embargo es importante realizar cambios urgentes de forma interna y externa ya que debido a la presencia de la competencia en el entorno se requiere canalizar estrategias que le permita direccionar el rumbo hacia la diferenciación del servicio

En el aspecto interno de la organización se requiere realizar renovaciones y adquisiciones de las materias y enceres así como también nuevos requerimientos del personal

2.2 Antecedente

El estudio de mercado para la “Residencial el Salto” ubicado en la ciudad de Latacunga sector el Salto, permitirá mediante la utilización de varios instrumentos determinar la demanda existente para la residencia por hospedaje, residencia y cafetería, la investigación a realizar nos proveerá de información acerca del perfil de los posibles clientes, así como también el mercado en el cual se desenvolverá la presente empresa.

El estudio de mercado constituye el punto de partida para la determinación de viabilidad del proyecto, por medio de recolección de información que nos permita enfocarnos con claridad y determinar la cantidad de clientes estarían dispuestos a adquirir el servicio.

El Estudio de Mercado es de vital importancia para cualquier empresa ya que es la primera fuente de información que permite conocer si en el mercado existente demanda insatisfecha la misma que se pretende cubrir mediante la creación de nuevos servicios que satisfagan los requerimientos del cliente.

2.3 Justificación

La finalidad del estudio de mercado es recopilar, procesar y analizar información que permita examinar a la demanda y oferta; permite también estudiar a la sociedad que vaya creciendo, las necesidades y la diversidad de gustos también van cambiando, por lo que conlleva al surgimiento de ideas renovadoras en el servicio de alojamiento. Que aseguren por ello la Residencial el Salto ha decidido realizar un estudio de mercado y sugerente a las exigencias de la población.

Un buen servicio es fundamental para atraer a los consumidores, por tal motivo se reestructurará la residencial el Salto llenando las expectativas del consumidor y así

vaya su crecimiento y desarrollando con los servicios de hospedaje, residencial y cafetería que la Residencial El salto brinda para así poder captar a nuevos clientes y conservarlos cumpliendo con cada una de sus perspectivas.

2.4 Objetivos

2.4.1 General

Ejecutar un estudio de mercado orientado a conocer la demanda insatisfecha de la ciudadanía de Latacunga y así cubrir los requerimientos de los habitantes con respecto al servicio de residencia a través de la investigación de campo en el año 2014.

2.4.2 Específicos

- Determinar la oferta y la demanda proyectada para conocer la demanda insatisfecha del servicio que se va a ofrecer a los habitantes y turistas de la ciudad de Latacunga
- Implementar una adecuada segmentación del mercado y recolectar información verídica de la ciudadanía por medio de las encuestas a los turistas de la Ciudad de Latacunga.
- Identificar la demanda potencial para el servicio que oferta de la residencial “ El salto”

2.5 Definición del Producto

La residencial el salto pone al servicio de sus clientes el servicio de alojamiento a la vez según las necesidades de la demanda se pretende mejorar e implementar los servicios de:

2.5.1 Hospedaje

La residencial el salto presta un servicio de alquiler de hospedaje para aquellas personas que desean descansar unos momentos de la rutina y el estrés, este servicio es para personas jóvenes o adultas que deseen un momento del día para su descanso.

Gráfico N°2.1
Cuarto Simple



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Unapanta Santo Johana Marcela

Este servicio que ofrece la residencial el salto es para aquellas personas o turistas que están por la ciudad de Latacunga y necesitan hospedarse por un día o dos, este servicio es pensado en las personas de paso ya que la ciudad de Latacunga es una ciudad de paso para ir a la ciudad de Quito o viajar al norte del país o viajar hacia el

sur a las ciudades de Ambato Riobamba o baños entre otras, para esta clase de servicio ofrece sus habitaciones tanto simple dobles.

GráficoN°2.2

Cuarto doble



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Unapanta Santo Johana Marcela

2.5.2 Sala exposición de artesanías

En este espacio se pretende exponer artesanías o elementos culturales tradicionales con la finalidad de que el cliente lo adquiriera mientras esta de paso a la vez de que se va posicionando a la residencial en la parte afectiva del cliente.

Grafico N° 2.3



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Unapanta Santo Johana Marcela

2.5.3 Cafetería

Este servicio es creado para aquellas personas que están hospedadas en la Residencial El Salto por un tiempo determinado esto puede ser de una a varias semanas, estas personas puedan hacer usos de todos los servicios que le ofrezcan la cafetería, para ello este servicio fue pensado en estas personas. Para este servicio se encuentra a su disposición.

Gráfico N° 2.3

Cafeterita



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Unapanta Santo Johana Marcela

2.6 Recopilación y levantamiento de la información

2.6.1 Breves características del objeto de estudio

La investigación se realizó utilizando como medio principal la encuesta dirigida a los clientes de la Residencial El Salto en el cantón Latacunga provincia de Cotopaxi con una muestra obtenida en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).

Cuyo objetivo principal es saber r los requerimientos satisfactorios de los clientes que en este caso son los huéspedes de la Residencial.

Es necesario realizar este proceso que se realizara dentro y fuera de las instalaciones de la Residencial para ver la posibilidad de brindar un mejor servicio de alojamiento que el ofrecen en los servicios que hace que los huéspedes deseen regresar porque fueron atendidos acorde a lo que necesitaban y a su vez hagan extensivo el prestigio de la Residencial

2.6.2 Metodología de la Investigación

2.6.2.1 Enfoque

a. *Cuantitativo*

Según **Pita Fernández, S, Pértegas Díaz, S (2002)** “La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La investigación cualitativa evita la cuantificación.” (Monje Alvarez, 2011) “La metodología cuantitativa usualmente parte de cuerpos teóricos aceptados por las comunidades científicas con base en los cuales formula hipótesis sobre la relación esperada entre las variables que hacen parte del problema de estudio”. Los conceptos presentados sustentan la metodología cuantitativa de la investigación, misma que responde al análisis de datos descriptivos de la encuesta; en donde el investigador es parte del fenómeno a investigar” **(Pág. 117)**.

b. *Cualitativo*

Según **Bello, (2012)** “La investigación cualitativa “Denominada como método emergente, ofrece técnicas especializadas para obtener respuesta acerca de lo que las personas piensan y sienten: de índole interpretativa holística” .Según Monje Alvarez, 2011 “La investigación cualitativa se interesa por captar la realidad social es decir a traes de percepción que tiene el sujeto de su propio contexto” **(Pág. 164)**.

En el presente estudio, los constructos cualitativos a ser utilizados (observación, análisis documental entrevista) que aportan a la comprobación de las preguntas directrices que se han enunciado en el trabajo de investigación, en donde los datos reflejan la realidad del fenómeno de estudio, pero se involucra la parte emotiva de los participantes.

Mixto

Según **Bello, (2012)** “Es la integración de los enfoques cuantitativos y cualitativos dentro de un solo estudio, con esto el investigador se enriquece de información y logra completar el estudio entre la teoría, el estado del arte, los datos estadísticos, la sociedad y los fenómenos a investigar.” (**Pág. 165**).

Finalmente la triangulación entre los métodos cuantitativos y cualitativos, sustentaran el presente trabajo en donde se expresas principios sistémicos, de la información.

En el presente trabajo de investigación se notara el predominio de análisis cualitativo sobre lo cuantitativo, bajo la premisa del investigador de que lo esencial son los resultados críticos cualitativos de la investigación como base para la toma de decisiones.

2.6.3 Tipos de la investigación

2.6.3.1 Descriptiva

Según el autor **Mejia Mejia,(2005)** “Las investigaciones descriptivas son las que pretenden decir cómo es la realidad. La descripción científica es muy importante porque constituye la primera aproximación sistemática al conocimiento de la realidad” además (Achaerandio, 2010) menciona que la investigación “describir los fenómenos como "aparecen" y como "son" (también en sus causas e interrelación de factores determinantes del fenómeno); pero sin que haya manipulación de variables por parte del investigador.”(**pág. 14**)

2.6.3.2 Explicativa

La investigación explicativa busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causales de los fenómenos investigados, del objeto de investigación, la investigación explicativa expone los fenómenos que suceden en el tiempo.

El tipo de investigación predominante para el presente trabajo es la descriptiva porque permitirá relatar el fenómeno investigado mediante la encuesta y los descriptivos de las preguntas de la investigación.

2.6.4 Nivel o tipo de investigación

2.6.4.1 Investigación de campo

Según **Sabino, C (2005)** “El investigador que es el estudiante extrae los datos de la realidad mediante técnicas de recolección de datos cuestionarios, entrevistas, observación científica a fin de alcanzar los objetivos planteados en su investigación.”(pág. 22)

En el trabajo de investigación se basó en la investigación de campo ya que se obtendrá datos e información directa es decir de las personas y turistas que se encuentran en el cantón Latacunga.

2.6.4.2 Investigación bibliográfica-documental

Según, **Sabino (2012)** “Indica que Diseño Bibliográfico (usan datos secundarios) El principal beneficio que el investigador obtiene, es que puede incluir una amplia gama de fenómenos, ya que no sólo tiene que basarse en hechos a los cuales él tiene acceso

de modo directo sino que puede extenderse para abarcar una experiencia mayor.”(Pág. 56)

El presente trabajo de investigación está basado en la investigación bibliográfica-documental porque se obtuvo acceso a fuente secundaria.

2.6.5 Instrumento de Evaluación

Para el presente trabajo de investigación se toma como instrumento de evaluación a la encuesta a los trabajadores y la población económicamente activa de la ciudad de Latacunga, considerando que la población de la Residencial El Salto no es numerosa ya que cuenta con 10 trabajadores, y un gerente es decir se cuenta con una población finita para lo cual no es necesario calcular la “Muestra” y se encuestará a turistas que visitan.

2.6.6 Análisis de la población objeto de estudio

2.6.6.1 Segmentación del objeto de estudio

Para la identificación de la población universo de estudio se toma en cuenta las siguientes variables de segmentación, las cuales permitirán identificar el segmento al cual va direccionado el estudio.

Tabla N°2.1

Variables de segmentación de mercados

GEOGRAFICAS	Región	Sierra
	Provincia	Cotopaxi
	Cantón	Latacunga
	Sector	El salto
	Zona	Urbana
DEMOGRAFICOS	Edad	18 Años en adelante
	Genero	Masculino- Femenino
	Ciclo de vida	Jóvenes-Adultos
	Clase social	Media y Alta
	Escolaridad	Primario-Secundario-Superior-Profesional
	Ocupación	Estudiantes-Comerciantes-Empresarios
	Origen étnico	Todos
	Personalidad	Todas
CONDUCTUALES	Beneficios deseados	Calidad- Precio-Servicio
	Tasa de uso	Frecuente

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Unapanta Santo Johana Marcela

2.6.6.2 Población

El mercado de las residencias y hoteles está orientado tanto a personas que residen en la ciudad de Latacunga y turistas o personas que llegan a Latacunga por lo mismo se toma en cuenta a los turistas y personas que llegan a la Ciudad de Latacunga es de 17495, estos dato que se toma de las proyecciones realizadas con información obtenida en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), a partir del censo de población y vivienda realizado en el año 2010.

TablaN°2.2

Número de turistas que ingresan a la ciudad de Latacunga

Detalle	Total	%
Turistas	17495	100%
Total	17495	100%

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaborado por: Unapanta Santo Johana Marcela

2.6.6.3 Determinación tamaño de la muestra

Según el autor **Marroqui. R., (2012)** “Es una parte o fragmento representativo de la población. Se caracteriza por ser objetiva y reflejo fiel del universo población, de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población.” (pág. 17)

Se llama muestra al grupo de sujetos que se utilizarán como objeto de estudio en una investigación, la misma que es extraída de la población o universo.

Previo al cálculo del tamaño de la muestra es necesaria la aplicación de la fórmula de la muestra

Tabla N°2.3
Identificación de la población muestra

n= Muestra	$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ} =$
N= Población	17495
Z= Acierto	1.96
E=Erro	0.05
p=Probabilidad positiva	0.5
q= Probabilidad Negativa	0.5
Muestra	n= 376

Fuente: INEC. Censo 2010

Elaborado por: Unapanta Santo Johana Marcela

La encuesta se realizara a los turistas que visiten la Residencial El Salto ubicada en el Sector el Salto perteneciente al cantón Latacunga provincia de Cotopaxi el número total de la muestra a aplicarse es de 376 personas

2.6.7 Análisis e interpretación de resultados

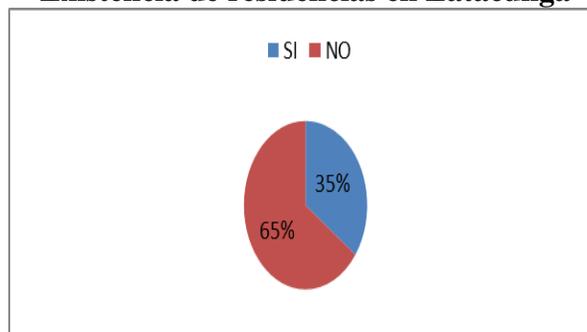
1. ¿Conoce usted la existencia de alguna residencia u hotel en la ciudad de Latacunga?

Tabla N°2.4
Existencia de residencias en Latacunga

Respuesta	Frecuencia	%
Si	223	35%
No	153	65%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.4
Existencia de residencias en Latacunga



Fuente: Tabla N°2.4
Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde al 35% de personas han manifestado que si conocen la existencia de alguna residencial u hotel en la ciudad de Latacunga que brindan sus servicios, mientras que el 65% restante de personas menciona que no conocen la existencia de alguna residencial u hotel en dicha ciudad.

Interpretación

Se puede concluir que en base a los datos obtenidos en la pregunta planteada existe un porcentaje de personas que no han cumplido sus necesidades de hospedaje eso quiere decir que un gran número de personas encuestadas estarían dispuesta a adquirir el servicio en la residencial.

2. ¿Usted ha utilizado los Servicios de Hospedaje en una Residencial u Hotel?

Tabla N°2.5
Frecuencia de consumo

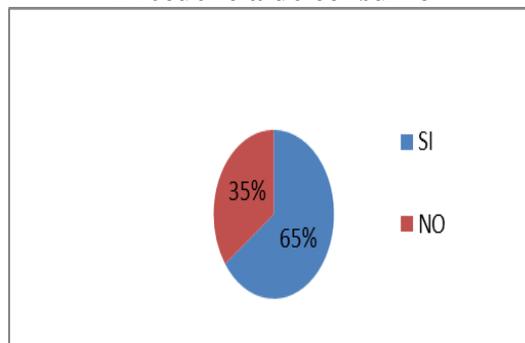
Respuesta	Frecuencia	%
Si	244	65%
No	132	35%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.5

Frecuencia de consumo



Fuente: Tabla N°2.5

Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde a un 65% han manifestado que si han utilizado los servicios de hospedaje en una residencial, mientras que el 35% menciona que no han utilizado estos servicios.

Interpretación

Con aquellos datos se puede interpretar que existe un porcentaje de personas que en el futuro pueden ser clientes de la Residencial, esto porque existe demanda de hospedaje dentro de la ciudad.

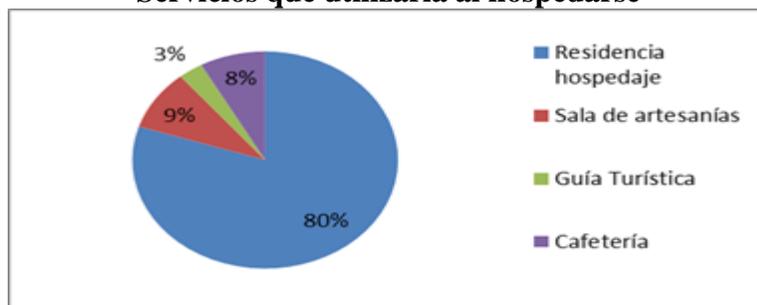
- 3 ¿Cuándo usted se ha hospedado que tipo de servicio prefiere o consideraría que le oferten al momento de reservar?

Tabla N° 2.6
Servicios que utilizaría al hospedarse

Respuesta	Frecuencia	%
Residencia hospedaje	300.8	80%
Sala de artesanías	33.84	9%
Guía turística	11.28	3%
Cafetería	30.08	8%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.6
Servicios que utilizaría al hospedarse



Fuente: Tabla N°2.6
Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados el 80% que mencionan que el servicio más utilizado en este residencial fuera el hospedaje, mientras que el 9% encuestados menciona que utilizarían los servicios de residencia, además el 8% de los encuestados comenta que complementaria estos servicios con cafetería y el 3% de los encuestados dice que complementaria con guías turísticas.

Interpretación

Con estos datos se puede crear servicios complementarios a la residencia y hospedajes que se brindara en la residencial, esto puede ser por un costo adicional al servicio.

- 4 ¿Si fuera el caso cuando ha utilizado una habitación de residencia cual es el valor que ha tenido que cancelar por el servicio de alquiler?

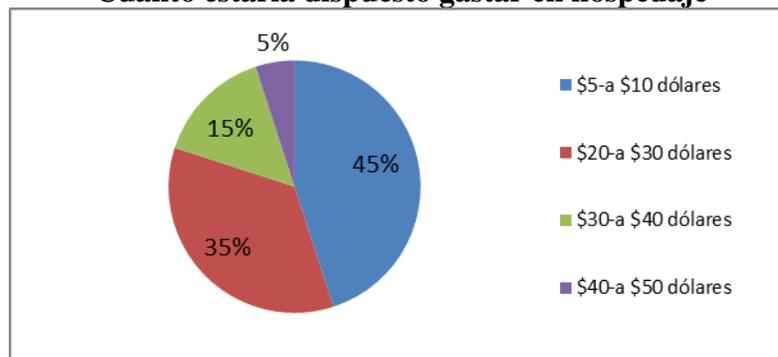
Tabla N° 2.7
Cuánto estaría dispuesto gastar en hospedaje

Respuesta	Frecuencia	%
\$5-a \$10 dólares	169.2	45%
\$20-a \$30 dólares	131.6	35%
\$30-a \$40 dólares	56.4	15%
\$40-a \$50 dólares	18.8	5%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.7
Cuánto estaría dispuesto gastar en hospedaje



Fuente: Tabla N°2.7

Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde al 45% que corresponde mencionan que pagarían por hospedarse de 5 a 10 dólares, mientras que el 35% pagarían por hospedarse de 20 a 30 dólares, además el 15% de los encuestados pagarían por hospedarse de 30 a 40 dólares y el 5% de los encuestados que corresponde a 19 personas pagarían por hospedarse de 40 a 50 dólares.

Interpretación

Con estos datos se podría concluir que existe un mercado con diferenciación, en base a los servicios ofertados por cada uno de las residenciales u hoteles en la ciudad.

5 ¿Cuál es el motivo por el que usted adquiere el de hospedaje?

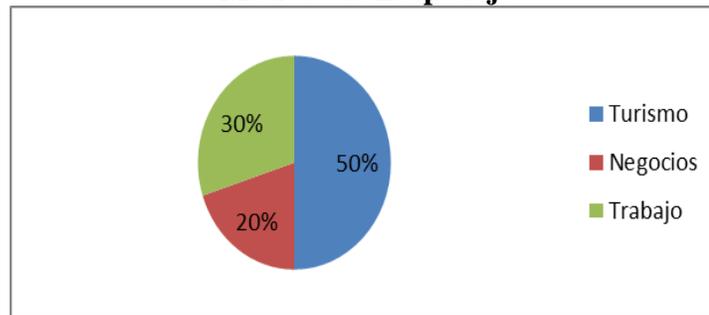
Tabla N°2.8
Motivos de hospedaje

Respuesta	Frecuencia	%
Turismo	188	50%
Negocios	75	20%
Trabajo	113	30%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: La investigadora

Grafico N° 2.8
Motivos de hospedaje



Fuente: Tabla N°2.8

Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde al 50% citan que ocupan el servicio de hospedaje por turismo, mientras que el 20% ocupan el servicio de hospedaje por negocios y el 30% de los encuestados restantes menciona que ocupan el servicio de hospedaje por trabajo.

Interpretación

Se puede concluir que la mayoría de las personas visitan o se hospedan en la ciudad de Latacunga por turismo, esto ayuda directamente a la dinámica económica de la ciudad ya que existe mayor flujo de dinero.

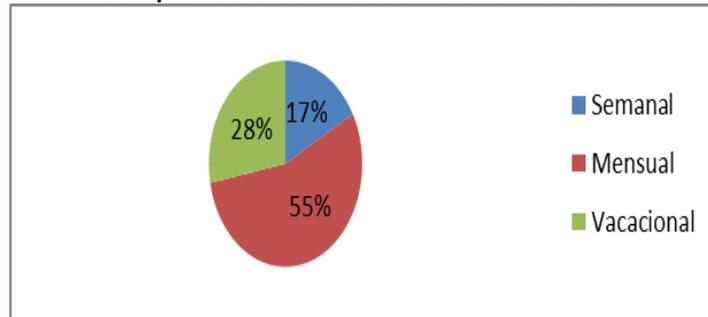
6¿Con que frecuencia usted utilizaría la residencial?

Tabla N°2.9
Con que frecuencia usted utilizaría la residencial

Respuesta	Frecuencia	%
Semanal	64	17%
Mensual	207	55%
Vacacional	105	28%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado: La investigadora

Grafico N° 2.9
Con qué frecuencia usted utilizaría la residencial



Fuente: Tabla N°2.9
Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde al 55% mencionan que ocupan el servicio de hospedaje semanalmente, mientras que el 28% encuestados ocupan el servicio de hospedaje vacacionalmente y el 17% de los encuestados restantes personas menciona que ocupan el servicio de hospedaje semanalmente.

Interpretación

En base a estos datos se puede crear una estrategia de servicio a las personas que ocupan las residencias y hoteles con más frecuencia, estos sería mensual y vacacional, esta estrategia sería de segmentación de mercado.

7 ¿Qué tiempo de estadía usted ha utilizado una residencial o un hotel?

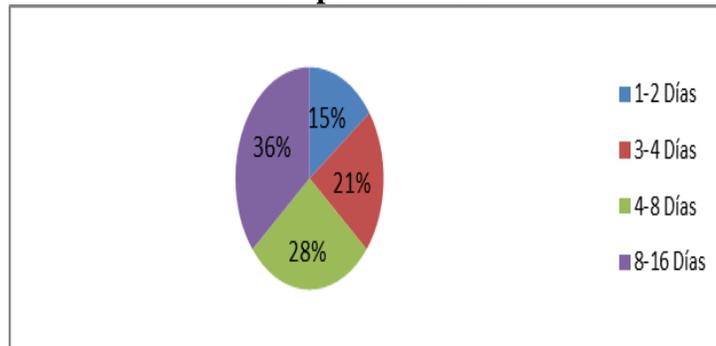
Tabla N°2.10
Tiempo de estadía

Respuesta	Frecuencia	%
1-2 Días	56	15%
3-4 Días	79	21%
4-8 Días	105	28%
8-16 Días	135	36%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.10
Tiempo de estadía



Fuente: Tabla N°2.10

Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde al 36% mencionan que se hospedaría de 8 a 16 días en, mientras que el 28% mencionan que se hospedaría de 3 a 4 días, además el 21% de los encuestados comentan que se hospedaría de 3 a 4 días y el 15% de los encuestados se hospedaría de 1 a 2 días.

Interpretación

Con respecto a la presente pregunta se puede concluir que va existir un mayor número de personas que van a hospedarse por más tiempo, esto puede ayudar a la creación de servicios complementarios como restaurantes, cafeterías y otros.

8 ¿Tiene usted una residencia u hotel de su preferencia en la ciudad de Latacunga?

Tabla N°2.11
Residencia u hotel de su preferencia

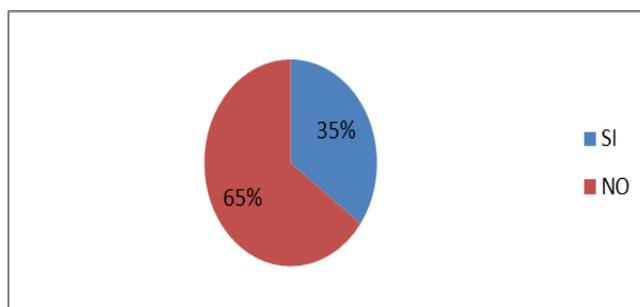
Respuesta	Frecuencia	%
Si	132	35%
No	244	65%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.11

Residencia u hotel de su preferencia



Fuente: Tabla N°2.11

Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde el 65% han manifestado que si tiene usted una residencia u hotel de su preferencia en la ciudad de Latacunga, mientras que el 35% restante menciona que no tiene usted una residencia u hotel de su preferencia en la ciudad de Latacunga.

Interpretación

Analizando la pregunta antes mencionada se puede concluir que la mayoría de las personas que ocupan los servicios de alojamiento no tienen un residencial y hotel de preferencia esto puede a crear sentido de pertenencia a los clientes con respecto a la residencial.

9 ¿Cuál es su lugar de procedencia?

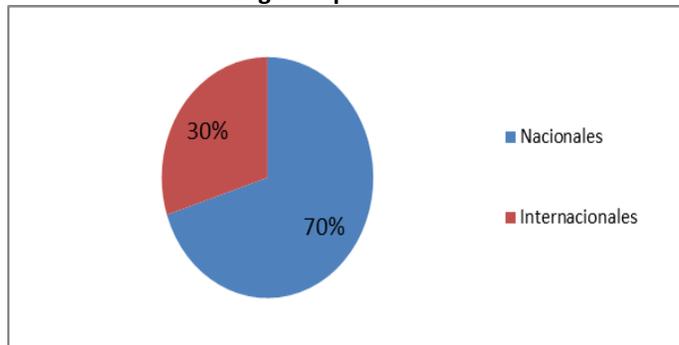
Tabla N°2.12
Lugar de procedencia

Respuesta	Frecuencia	%
Nacionales	263	70%
Internacionales	113	30%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.12
Lugar de procedencia



Fuente: Tabla 2.12

Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde el 70% que corresponde han manifestado que su lugar de procedencia es nacional, mientras que el 30% restante menciona que su lugar de procedencia es a nivel internacional.

Interpretación

Con estos datos se puede concluir que la mayoría de las personas que ocupan hoteles y residenciales en Latacunga son personas a nivel nacional de la zona centro del país, esto corresponde las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, existen pocas personas que ocupan hoteles y residenciales que son a nivel internacional.

10 ¿Qué medio de comunicación considera usted como el de mayor cobertura?

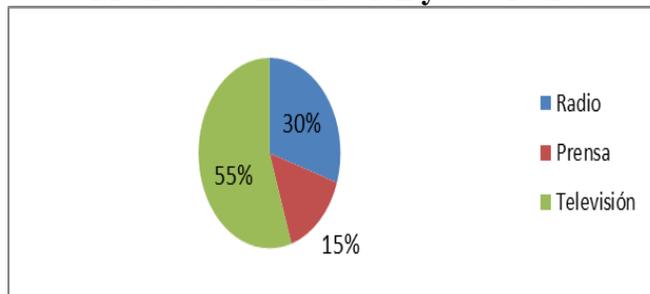
Tabla N° 2.13
Medio de comunicación y cobertura

Respuesta	Frecuencia	%
Radio	113	30%
Prensa	56	15%
Televisión	207	55%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.13
Medio de comunicación y cobertura



Fuente: Tabla N°2.13

Elaborado: La investigadora

Análisis

Del 100% de encuestados que corresponde a un 55% mencionan que el medio de comunicación con mayor cobertura es la televisión, mientras que el 30% encuestados mencionan que el medio de comunicación con mayor cobertura es la radio y el 15% de los encuestados restantes menciona el medio de comunicación con mayor cobertura es la prensa.

Interpretación

Estos datos pueden ayudar a crear campañas publicitarias con mayor cobertura y pueda ser escuchada, vista, y leída por los futuros clientes de la residencial, esto ayudara a aumentar las ventas y mejorar los ingresos.

2.6.8 Análisis de la oferta y Demanda

2.6.8.1 Análisis de la Demanda actual total y frecuencia

Para el análisis de la demanda se toma como referencia la Pregunta 2 con la que mediremos el comportamiento de la demanda en relación al servicio y la pregunta 1 para medir la oferta en relación al servicio.; para realizar el análisis se detallan los datos. (Véase tabla 2.14)

Tabla N° 2.14

Detalle del análisis comportamiento oferta y demanda

Pregunta 2	Pregunta 1	Población Total Objeto de estudio
Demanda	Oferta	
65%	35%	100%
11372	6123	17495

Fuente: Encuesta

Elaborado: La investigadora

Una vez aplicada la encuesta se pudo identificar que existe un comportamiento de aceptación de un 65% con relación a la demanda mientras que el comportamiento en relación a la oferta se identifica con un 35% para determinar la población oferta y demanda se toma en cuenta la población total objeto de estudio y se estima los valores correspondientes lo cual permitirá distribuir a la población identificándose en oferta y demanda.

Tomando en cuenta a la población económicamente activa en la ciudad de Latacunga según datos del Instituto de Estadística y Censo (INEC) 2010; se detalla la siguiente información. (Véase tabla 2.15)

Tabla N° 2.15**Identificación de los factores para el estudio de la demanda y oferta**

PEA Latacunga	40822	70%
Turistas	17495	30%
Total	58317	100%
Turistas	17495	100%
% de captación de mercado	6998	40%

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

El porcentaje a captar del total de la demanda se estima en un 40% y se procede a proyectar a la demanda para los respectivos años y a la vez la distribución por cada servicio.

Tabla N° 2.16**Proyección demanda**

Año	Población	Factor
2014	11372	11474
2015	22846	23052
2016	45898	46311
2017	92208	93038
2018	185246	186914

Fuente: : investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N° 2.17**Distribución demanda servicio**

AÑO	Población proyectada	Residencia-hospedaje	Sala de Artesanías	Guía turística	Cafetería
2014	11372	9097	1023	341	910
2015	22846	18277	2056	685	1828
2016	45898	36718	4131	1377	3672
2017	92208	73767	8299	2766	7377
2018	185246	148197	16672	5557	14820

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N° 2.18

Frecuencia por servicio Residencia- Hospedaje –Demanda

AÑO	Residencia- Hospedaje	Demanda	Semanal	Mensual	Por vacaciones 1 vez x año	Total Demanda
2014	9097	5913	1069	3459	1761	6289
2015	18277	11880	2084	6741	3432	12256
2016	36718	23867	4121	13334	6788	24243
2017	73767	47948	8215	26578	13531	48324
2018	148197	96328	16440	53187	27077	96704

Fuente: : investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N° 2.19

Frecuencia por servicio sala de artesanías

AÑO	Sala de Artesanías	Demanda	Semanal	Mensual	Por vacaciones 1 vez x año	Total Demanda
2014	1023	665	177	573	292	1041
2015	2056	1336	291	942	479	1712
2016	4131	2685	520	1684	857	3061
2017	8299	5394	981	3174	1616	5770
2018	16672	10837	1906	6167	3140	11213

Fuente: : investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N°2.20

Frecuencia por servicio de Guía turística

AÑO	Guía turística	Demanda	Semanal	Mensual	Por vacaciones 1 vez x año	Total Demanda
2014	341	222	102	329	167	598
2015	685	445	140	452	230	821
2016	1377	895	216	699	356	1271
2017	2766	1798	370	1196	609	2174
2018	5557	3612	678	2194	1117	3988

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N° 2.21

Frecuencia de la demanda por servicio de cafetería

AÑO	Cafetería	Demanda	Semanal	Mensual	Por vacaciones 1 vez x año	Total Demanda
2014	910	591	164	532	271	967
2015	1828	1188	266	860	438	1564
2016	3672	2387	470	1519	774	2763
2017	7377	4795	879	2844	1448	5171
2018	14820	9633	1701	5505	2802	10009

Fuente: : investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

2.6.8.2 Análisis de la oferta actual total y frecuencia

Una vez identificado la demanda por cada servicio se procede a identificar la oferta en el mercado, según la investigación realizada a la muestra cuyos datos representa en un 35%.

Tabla N° 2.22

Proyección oferta

Año	Oferta proyecta	Factor
2014	6123	6178
2015	12302	12412
2016	24714	24937
2017	49651	50097
2018	99748	100646

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Se procedió a la distribución de la oferta en el mercado por cada servicio que se pretende ofertar en la residencial “El Salto”. (Véase Tabla 2.23)

Tabla N°2.23

Distribución oferta por servicio

AÑO	Población proyectada	Residencia-hospedaje	Sala de Artesanías	Guía turística	Cafetería
2014	6123	4899	551	184	490
2015	12302	9841	1107	369	984
2016	24714	19771	2224	741	1977
2017	49651	39720	4469	1490	3972
2018	99748	79798	8977	2992	7980

Fuente: : investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N°2.24

Frecuencia de oferta por servicio

AÑO	Residencia-Hospedaje	oferta	Semanal	Mensual	Por vacaciones 1 vez x año	Total Oferta
2014	9097	1715	355	1150	585	2091
2015	18277	3444	649	2101	1070	3820
2016	36718	6920	1240	4013	2043	7296
2017	73767	13902	2427	7853	3998	14278
2018	148197	27929	4812	15568	7926	28305

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N° 2.25

Frecuencia de oferta por servicio

AÑO	Sala de Artesanías	oferta	Semanal	Mensual	Por vacaciones 1 vez x año	Total oferta
2014	1023	193	97	313	159	569
2015	2056	388	130	420	214	764
2016	4131	778	196	635	323	1154
2017	8299	1564	330	1067	543	1940
2018	16672	3142	598	1935	985	3518

Fuente: : investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N° 2.26

Frecuencia de oferta por servicio

AÑO	Guía turística	oferta	Semanal	Mensual	Por vacaciones 1 vez x año	Total Oferta
2014	341	64	75	242	123	440
2015	685	129	86	278	141	505
2016	1377	259	108	350	178	635
2017	2766	521	153	494	251	897
2018	5557	1047	242	783	399	1423

Fuente: : investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Tabla N° 2.27

Frecuencia de oferta por servicio

AÑO	Cafetería	Oferta	Semanal	Mensual	Por vacaciones 1 vez x año	Total Oferta
2014	910	171	93	301	153	547
2015	1828	344	122	396	202	720
2016	3672	692	182	587	299	1068
2017	7377	1390	300	971	495	1766
2018	14820	2793	539	1743	887	3169

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

2.6.8.3 Análisis de la demanda potencial

Prosiguiendo con la investigación se procede al análisis de la demanda potencial que existe en el mercado, con este análisis nos permitirá identificar el tamaño de mercado demandante con el que se puede contar para la oferta de los servicios que se pretende implementar en la residencial “El Salto” . (Véase tabla 2.28)

Tabla N°2.28

Análisis de la demanda Potencial Residencial-Hospedaje

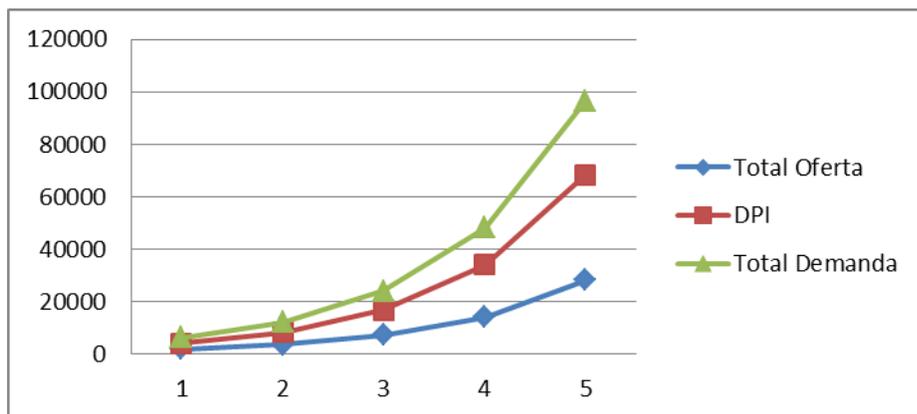
AÑO	Demanda	Oferta	DPI	DPIR
2014	6289	2091	4199	1680
2015	12256	3820	8435	3374
2016	24243	7296	16947	6779
2017	48324	14278	34046	13618
2018	96704	28305	68399	27359

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.14

Análisis de la demanda Potencial Residencial-Hospedaje



Fuente: Tabla 2.28

Elaborado: La investigadora

Tabla N° 2.29

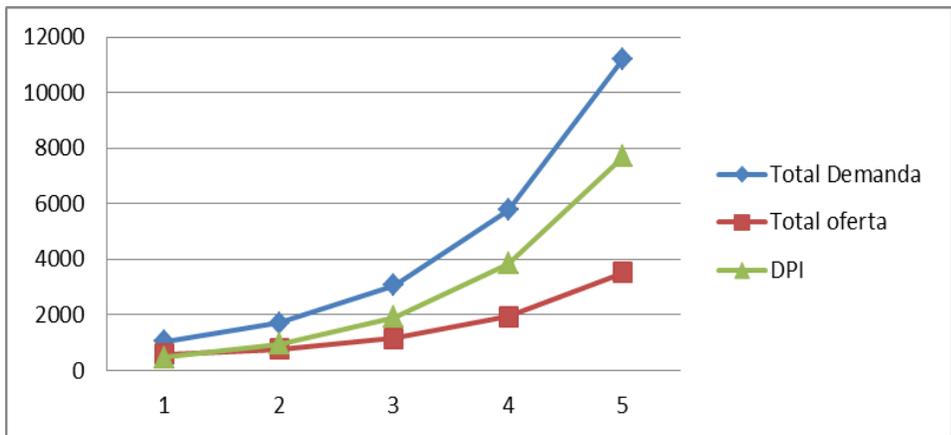
Análisis de la demanda Potencial sala de artesanías

AÑO	Demanda	oferta	DPI	DPIR
2014	1041	569	472	189
2015	1712	764	949	380
2016	3061	1154	1907	763
2017	5770	1940	3830	1532
2018	11213	3518	7695	3078

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.15
Análisis de la demanda Potencial sala de artesanías



Fuente: Tabla 2.29

Elaborado: La investigadora

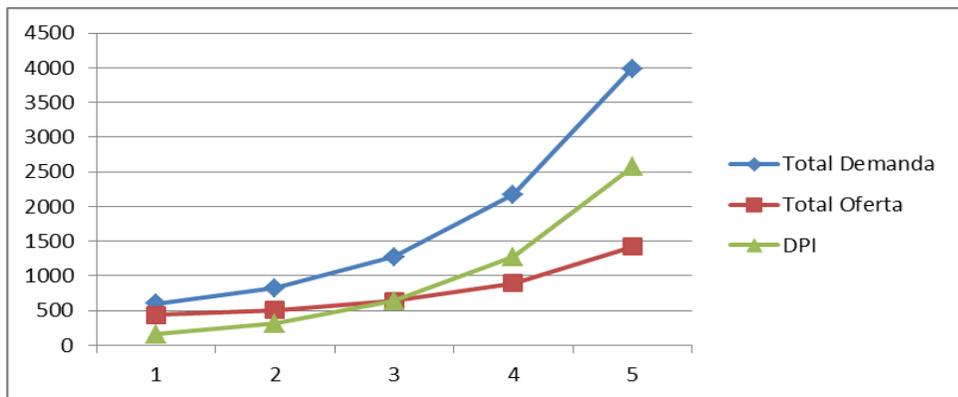
Tabla N° 2.30
Análisis de la demanda Potencial Guía turística

AÑO	I Demanda	Oferta	DPI	DPIR
2014	598	440	157	63
2015	821	505	316	127
2016	1271	635	636	254
2017	2174	897	1277	511
2018	3988	1423	2565	1026

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.16
Análisis de la demanda Potencial guía turística



Fuente: Tabla 2.30

Elaborado: La investigadora

Tabla N°2.31

Análisis de la demanda Potencial cafetería

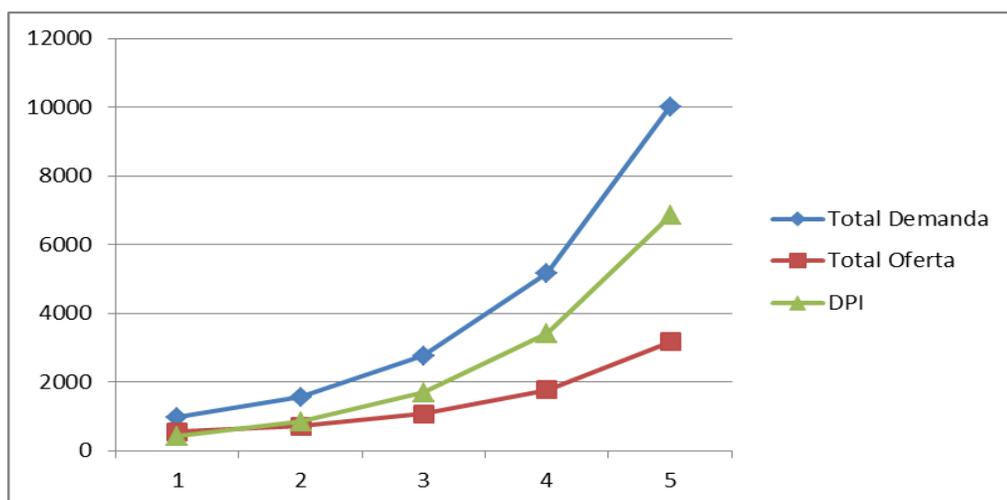
AÑO	Total Demanda	Total Oferta	DPI	DPIR
2014	967	547	420	168
2015	1564	720	844	337
2016	2763	1068	1695	678
2017	5171	1766	3405	1362
2018	10009	3169	6840	2736

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Grafico N°2.17

Análisis de la demanda Potencial cafetería



Fuente: Tabla 2.31

Elaborado: La investigadora

2.6.8.4 Análisis de la competencia

Tabla N° 2.32

Análisis de la competencia

Nombre	Producto	Dirección	Precio
Residencial amazonas	Residencia Baño privado Tv cable Lavandería	Dirección: Félix Valencia y Amazonas.	Hospedaje por el momento \$ 6 Hospedaje el día \$ 14 Hospedaje dobles \$ 12 por persona
Hotel plaza	Residencia Baño privado Tv cable Agua Caliente en todas las habitaciones Garaje	Dirección: Antonia vela y Félix Valencia	Hospedaje por el momento \$ 10 Hospedaje el día \$ 15 Hospedaje dobles \$ 15 por persona
Residencial Antonia vela	Residencia Baño privado Lavandería Garaje	Dirección: Antonia vela y Calixto pino	Hospedaje por el momento \$ 6 Hospedaje el día \$ 12 Hospedaje dobles \$ 12 por persona
Rosser plata	Residencia Baño privado Agua Caliente Tv cable	Dirección: Antonia vela y Calixto pino	Hospedaje por el momento \$ 10 Hospedaje el día \$ 15
Residencial turista	Residencia Baño privado Agua Caliente Tv	Dirección: Antonia vela	Hospedaje por el momento simple \$ 6 Hospedaje el día \$ 15
Hotel nacional	Residencia Baño privado Agua Caliente Tv Cable Internet Jacuzzi		Hospedaje por el momento \$ 16 Hospedaje el día \$ 16 Hospedaje \$ 25 Extra desayuno \$ 2,50

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

2.6.8.5 Análisis de los precios

Continuando con la investigación se procede a identificar los precios; para lo cual se procede a analizar los datos levantados en la encuesta.

Tabla N° 2.33
Análisis precios

RESP	#MUESTRA	%	ALTO	
\$5-a \$10 dólares	169	45%	10	ALTO
\$20-a \$30 dólares	132	35%	20	BAJO
\$30-a \$40 dólares	56	15%	30	SUMA
\$40-a \$50 dólares	19	5%	15	PROMEDIO
PRECIOSCOMPETENCIA				
Precio promedio por competencia	6		20-30	Precio mercado
Precio establecido para la empresa			22	precio por el servicio

Fuente: investigación mercado

Elaborado: La investigadora

Se toma como referencia las valoraciones más altas recabadas en el levantamiento de información para hospedaje y se calcula el promedio entre el valor en el precio promedio y el precio mercado; este precio estima el ingreso a cafetería y 2 servicios extras ya sea adquisición de artesanías o guía por la ciudad.; se determina un precio por el servicio por un total de 22 usd.

Tabla N° 2.34
Proyección precios

Precio promedio	22
AÑO	Precio proyectado
2014	22
2015	23.59
2016	24.43
2017	25.29
2018	26.19

Fuente: tabla 2.33

Elaborado: La investigadora

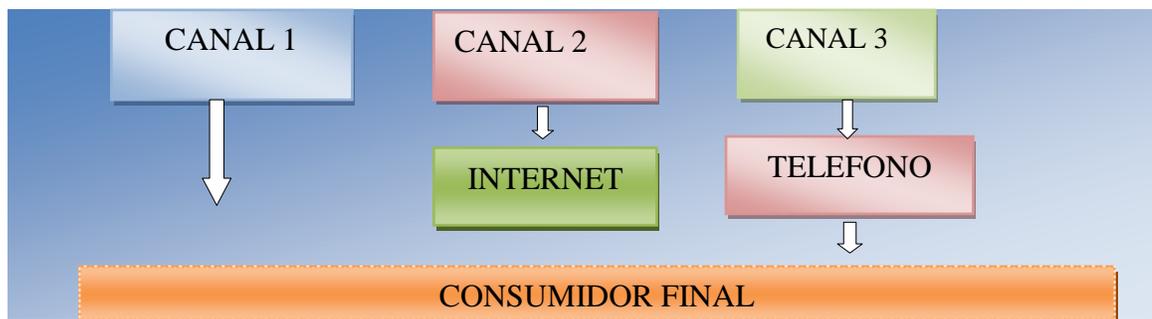
Para el análisis de los precios se tomó en cuenta la competencia actual en el mercado, el precio mercado actual, la oferta y demanda, perfil de los clientes, las necesidades y se proyectaron para los años según el promedio de la variación al consumidor.

2.6.8.6 Comercialización del servicio

La comercialización del servicio se realizará de venta directa cliente ofertante los mismos que se realizaran en la residencial, también se pretende utilizar otros medios como el internet y atreves de reservaciones telefónicas.

Los canales de distribución del servicio que se pueden identificar son tres directo y 2 intermedio por medio del teléfono e internet. (Grafico N°2.15)

Grafico N°2.18
Análisis canal de distribución



Fuente: investigación de mercado
Elaborado: La investigadora

2.6.9 Conclusión del estudio de mercado

2.6.9.1 Conclusión

En el presente trabajo de investigación se puede concluir que:

Concorre una tendencia a crecimiento con respecto al comportamiento de la demanda en relación al servicio de hospedaje; esto puede deberse a que existe un gran consumo de este servicio por temporadas festivas, por la construcción de nuevos centros gubernamentales y privados, a la vez justifica al cuestionamiento con respecto a que el 65% menciona que algún momento ha requerido los servicios de alguna residencial o hotel en el cantón antes mencionado.

El mayor servicio adquirido es el hospedaje con un 80 % además, la mayoría de las personas que ocupan este servicio utilizan residenciales u hoteles en un promedio de 8 días y cuya demanda son turista nacionales que se encuentran de paso por la ciudad. Con respecto al valor por el servicio se estima un promedio de 10 a 20 dólares americanos; se identifica este valor debido las condiciones analizadas en el estudio del mercado estas cumplen en función del precio mercado, perspectiva económica del cliente, comportamiento de la demanda y oferta, costos y competencia.

Por medio del plan de negocios se identificó una promesa de compra de nuestros clientes en un 17% por semana, el 28% por temporada vacacional y el 55% por cada mes estos porcentajes responden a que muchos de los clientes que se hospedan en la residencial son personas que tienen un empleo en la ciudad, visitantes que vienen por asuntos de negocios, estudiantes, visitantes familiares que vienen a la ciudad por eventos festivos.

2.6.9.2 Recomendaciones

Para el presente trabajo es importante recomendar:

El análisis de las necesidades con relación a la demanda existente y potencial, con la finalidad de captar un nuevo segmento y que este a la vez sea cubierto con un servicio ofertado el cual permitiría identificar un nicho que cree un valor distintivo entre la competencia.

Es recomendable establecer estrategias que permitan captar el mercado en temporadas altas y a la vez realizar actividades de coordinación para establecer procedimientos de organización interna los cuales permitan la distribución adecuada para los clientes en función del tiempo de estadía y de esta manera evitar que se dificulte las reservaciones para los nuevos clientes.

Es recomendable desarrollar un plan de acción que permita llevar y guiar el desenvolvimiento de las actividades por temporadas altas a la vez analizar actividades de innovación en función de la calidad en el servicio, con la finalidad de llegar a fidelizar al cliente.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA

Con el análisis del estudio técnico nos permitirá identificar el proceso a determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra; a la vez identificar a los proveedores de materias primas y herramientas.

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo General

Identificar la factibilidad técnica de producción económica y viabilidad financiera del plan de negocios para la Residencial “El Salto”

3.1.2 Objetivo Específicos

- Analizar la disponibilidad de recursos así como de requerimientos para el proceso de producción.
- Definir alternativas de distribución apropiada para la estructura de la empresa.
- Evaluar la inversión requerida para la implementación del proyecto.

3.2 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real que tiene la Residencial “El Salto” para atender a sus clientes, con las empresas ya tienen sus instalaciones construidas y se les necesita repotenciar el presente trabajo solo se guiara para su repotenciación.

3.2.1 Determinaciones del tamaño en función del mercado

Tabla N°3.1
Determinaciones del tamaño en función del mercado

Hospedaje	Sala	Guía	Cafetería	Total
DPIR	DPIR	DPIR	DPIR	
1680	189	63	168	2099
3374	380	127	337	4218
6779	763	254	678	8473
13618	1532	511	1362	17023
27359	3078	1026	2736	34199

Fuente: tabla 2.33

Elaborado: La investigadora

Como se puede apreciar existe una demanda potencial insatisfecha real en crecimiento por cada servicio y que a la vez se verá reflejada en los volúmenes de ventas que más adelante se detallara y será realizado en función del número de habitaciones que actualmente posee la residencial

3.2.2 Determinación en función de la distribución de la capacidad instalada

Tabla N° 3.2

Estimación del tamaño en función de la distribución de la capacidad instalada

AÑO	número de habitaciones	frecuencia por mes	frecuencia por semana	frecuencia por día
2014	10	140	35	5
2015	10	281	70	9
2016	10	565	141	19
2017	10	1135	284	37
2018	10	2280	570	75

Artesanía

AÑO	número de habitaciones	frecuencia por mes	frecuencia por semana	frecuencia por día
2014	10	16	4	1
2015	10	32	8	1
2016	10	64	16	2
2017	10	128	32	4
2018	10	256	64	9

Guía

AÑO	número de habitaciones	frecuencia por mes	frecuencia por semana	frecuencia por día
2014	10	5	1	0
2015	10	11	3	0
2016	10	21	5	1
2017	10	43	11	2
2018	10	85	21	3

Cafetería

AÑO	número de habitaciones	frecuencia por mes	frecuencia por semana	frecuencia por día
2014	10	14	3	0
2015	10	28	7	1
2016	10	56	14	2
2017	10	113	28	4
2018	10	228	57	8

Fuente: investigación de mercado

Elaborado: La investigadora

Como se puede apreciar la frecuencia de compra en relación a la capacidad instalada se determina un promedio 5 habitaciones por día y se prevee para los próximos años incremento en la demanda lo cual es importante analizar estrategias de distribución del servicio y ventas para canalizar distribución de horarios

3.2.3 Localización óptima del proyecto

3.2.3.1 Macrolocalización

- a. Disponibilidad de Servicios Básicos.-** El sector donde se ubica la Residencial “El Salto” cuenta con servicios básicos lo cual permite que la organización pueda funcionar y desenvolverse para la producción.
- b. Vías de Acceso y transporte.-** Las vías de acceso y condiciones del lugar son idóneos ya que se ubica en la parte central de la ciudad de Latacunga a la vez se determina como punto estratégico para captar clientes.
- c. Factibilidad de recursos.-** Dentro de la empresa se ha desarrollado un proceso de inducción al personal que ingresa a laborar en la empresa en todas las áreas lo que permite y facilita las contrataciones de Jóvenes Bachilleres, Profesionales.

3.2.3.2 Ponderación de factores de localización.

Para identificar las ventajas de la localización de la empresa se ha procedido a evaluar mediante un cruce de factores; lo que nos permitirá identificar y relacionar cada factor y su respectivo aporte al funcionamiento de la empresa así como también aprovechar las ventajas que este le proporciona a su distribución y permanencia.

De acuerdo a la evaluación de la matriz de factores de localización se puede determinar que:

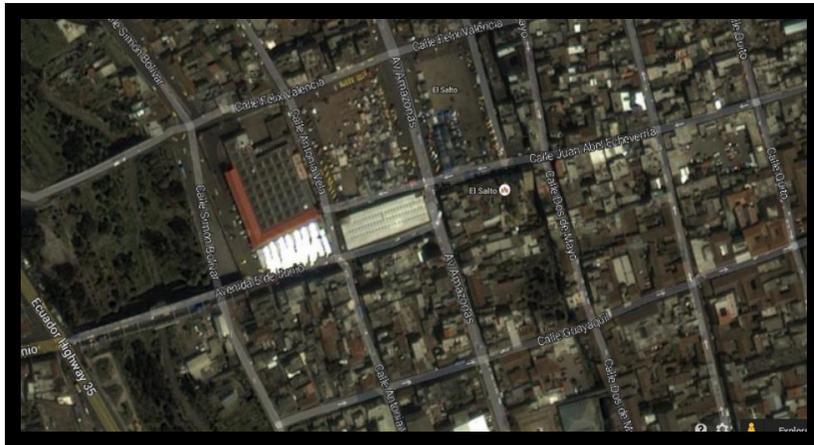
Tabla 3.3
Evaluación de las variables

N°	VARIABLES	Ponderación Total	Calificación	Ponderación	Servicios Básicos		Ubicación		Factibilidad de recursos		TOTAL
					C	P	C	P	C	P	
1	Servicios Básicos	25%	5	2.50	3	0.75	3	0.75	3	0.75	2.25
2	Ubicación	25%	5	2.50	3	0.75	2	0.50	3	0.75	2
4	Factibilidad de recursos	50%	5	2.50	2	1	2	1	2	1	3
	TOTAL	100%				2.50		2.25		2.50	7.25

Fuente: investigación de mercado
Elaborado: La investigadora

La organización cuenta con un sistema de servicios básicos óptimo; a la vez tienen muy buena ubicación en relación a la ciudad; ya que está localizada en un área céntrica, este se convierte uno de las oportunidades primordiales para sus canales de distribución.

Imagen N°3.1
Localización de macro localización

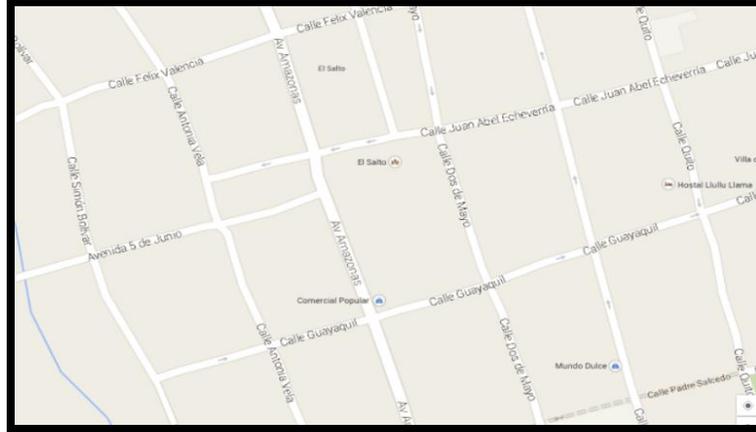


Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

3.2.3.3 Micro localización.

Para la micro localización es el sector del salto en el centro de la ciudad esto se debe a que las instalaciones ya están construidas y se trata de una repotenciación de las mismas.

Imagen N°3.2
Localización de micro localización



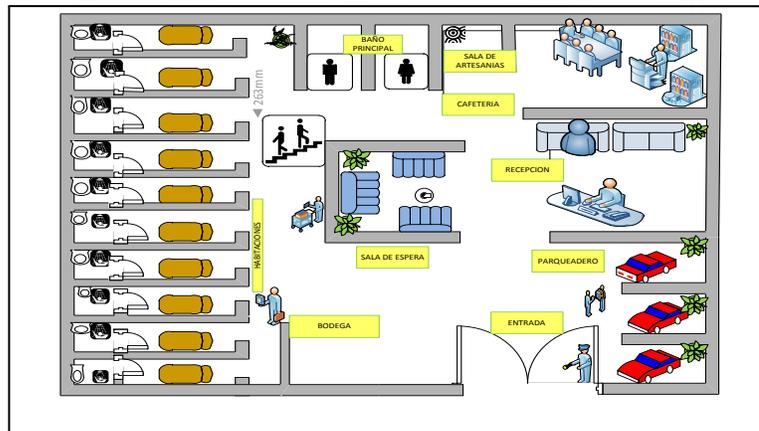
Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

3.2.4 Diseño y distribución de oficinas

La distribución de planta implica ordena todas las áreas específicas de una planta sin importar el giro del negocio que tenga, lo primordial es reconocer que la distribución de planta orienta a los recursos, esfuerzos y tiempo.

Una buena distribución permite proporcionar condiciones favorables para el desarrollo de la empresa, dando como resultado operaciones más económicas, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Imagen N°3.2
Localización de micro localización



3.2.4.1 Área de administración y salón de artes

Área de construcción: 20 m²

El área donde se ubicará la parte administrativa, la misma que consta de dos oficinas de 10m², que corresponde para:

- Recepción
- Gerencia

A más de lo detallado se contará con un pasadizo de 15 m², dos baños de 5 m² y una sala de artes y espera para clientes con un área de 8 m².

3.2.3.5 Área de dormitorios

Área de construcción: 10 m²

Esta área comprende las habitaciones tanto las habitaciones simples y dobles 15 m².

3.2.4.2 Área de servicio de cafetería

Área de construcción: 20 m²

Esta área se compone de lugar de recepción de la residencial “El Salto.

3.2.4.3 Parqueadero

Área: 20 m²

Cabe aclarar que las áreas verdes comprende un jardín, el mismo que estará ubicado en la entrada de la empresa, en un área de 5m² conjuntamente con un espacio para parqueadero.

3.3 Análisis de la producción

Mediante el análisis de la producción realizamos la identificación del proceso de transformación de la materia requeridas en el servicio final ofertado.

3.3.1 Ciclo de producción del servicio

El ciclo de producción para la Residencial “El Salto” se detalla con los siguientes parámetros:

- Diagrama de flujo de producción del servicio
- Tiempo estimado del proceso
- Personal involucrado en el proceso.
- Normas de elaboración

Según las normas ASME para la elaboración de diagramas de flujo detalla las siguientes simbologías:



Operación. Significa que se efectúa un cambio o transformación de algún componente del producto.



Transporte. Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación.



Demora. Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.



Almacenamiento. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.

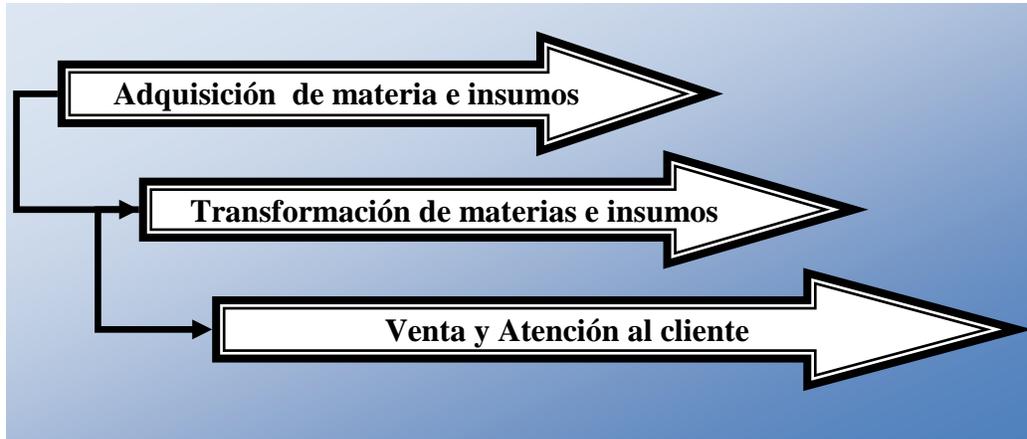


Inspección. Es la acción de controlar que se efectuó correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.



Operación combinada. Ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Grafico N°3.1
Proceso grafico general de producción del servicio



Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

El macroproceso de producción del servicio para la residencial “El salto” se encuentra determinado en tres etapas que son:

- a. Enfocada a la adquisición de la materia prima e insumos de producción
- b. Enfocado al proceso del servicio
- c. Enfocado a la venta del servicio

Tabla N°3.4
Proceso de adquisición de materias e insumos

Nombre de la organización: Residencial El Salto		Proceso: N° 1						
Fecha:		Proceso de adquisición de materias para el servicio						
Lugar: Latacunga		Tiempo estimado: 3 horas						
Detalle	Actividad						Responsable	Observación
	○	⇒	D	V	□	◻		
Coordinar con cocina mantenimiento de habitaciones y Recepción							Administrador de cocina Personal de compras	
Controlar el movimientos de materias e insumos							Administrador cocina personal compras Mantenimiento	
Planificar la compra de materias e insumos							Personal de compras	
Realizar pedido a proveedores							Personal de compras	
Verificar calidad de materias							Personal de compras	En coordinación con áreas según los requerimientos de cada una.
Ingresar a bodega con documento detalle							Personal de compras	

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Tabla N°3.5
Proceso transformación de materias e insumos

Nombre de la organización: Residencial El Salto		Proceso: N° 2						
Fecha:		Proceso transformación de materias e insumos						
Lugar: Latacunga		Tiempo estimado: 4 horas						
Detalle	Actividad						Responsable	Observación
	○	⇒	D	V	□	◉		
Identificar los requerimientos por área							Responsable del área y bodega.	
Entrega o Distribución de requerimientos para cada área							Responsable bodega y responsable de cada área	
Firma de entrega de insumos							Responsables de cada área	
Verificar el uso adecuado de materias e insumos en cada área								
Presentar informe del día del proceso de transformación de materias							Responsable de bodega	En coordinación con responsables de cada área

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Tabla N°3.6
Proceso de adquisición de materias e insumos

Nombre de la organización: Residencial El Salto		Proceso: N° 2					
Fecha:		Proceso de venta y atención al cliente					
Lugar: Latacunga		Tiempo estimado: 4 horas					
Detalle	Actividad					Responsable	Observación
	○	⇒	D	▽	□	⊙	
Receptar llamadas	■					Recepcionista	
Informar al cliente sobre los servicios	■						
Concretar recepciones						■	
Tomar datos de la reservación del cliente						■	
Identificar forma de pago						■	
Recibir al cliente	■						
Guiar al cliente hasta el lugar de hospedaje		■				Personal de apoyo	
Entrega de sus llaves	■					Recepcionista	
Verificar tiempo de estadía						■	
Receptar entrega de llaves			■				
Verificar habitación de hospedaje						■	Personal e apoyo

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

3.4 Requerimientos e insumos del servicio

Tabla N° 3.7
Materia prima

Detalle	Cantidad x habitación	Cantidad total	Precio unitario	Precio total
Sabanas	1	10	9	90
Cobijas	2	20	15	300
Edredones	1	10	13	130
Colchón	1	10	125	1250
Toallas	2	20	2	40
Almohadas	3	30	5	150
Total				1960

Fuente: Investigación primaria residencial el salto
Elaborado por: La Investigadora

La materia prima requerida se estima para 10 habitaciones con las que cuenta la Residencial “El Salto”

Tabla N° 3.8
Muebles y enseres

Detalle	Cantidad x habitación	Cantidad total	Precio unitario	Precio total
Modular	1	10	100	1000
Archivadores	1	10	80	800
Camas	1	10	200	2000
Sillas	3	30	70	2100
Armarios	1	10	250	2500
Total				8400

Fuente: Investigación primaria residencial el salto
Elaborado por: La Investigadora

Tabla N°3.9
Materiales directos

Detalle	Cantidad	Cantidad total x consumo al mes	Precio unitario	Precio total	anual
Escobas	3	3	3	9	108
Trapeadores	4	4	3	12	144
Fresklin	1	4	3	12	144
Cloro	1	4	3	12	144
Ambiental	1	4	1.50	6	72
Total	10	19	13.5	51	612

Fuente: Investigación primaria residencial el salto
Elaborado por: La Investigadora

Los materiales directos que se requiere se encuentran estipulados para cada mes

Tabla N° 3.10
Materiales indirectos

Detalle	Cantidad x habitación	Cantidad total x consumo al mes	Precio unitario	Precio total	Anual
Papel higiénico	1	30	0.6	18	216
Jabón	1	30	0.3	9	108
Shampo	1	30	0.3	9	108
Total	3	90	1.2	36	432

Fuente: Investigación primaria residencial el salto
Elaborado por: La Investigadora

Los materiales indirectos que intervienen en el servicio se estipulan según el número de habitaciones por el periodo mensual esto por motivos que son elementos de consumo personal del cliente.

Tabla N° 3.11
Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Cantidad total	Precio unitario	Precio total
Equipos de computo	1	2	600	1200
Impresora	1	1	150	150
Teléfonos	1	4	60	240
Televisión	1	5	300	1500
Lavadora	1	1	560	560
plancha	1	1	60	60
Total				3710

Fuente: Investigación primaria residencial el salto
Elaborado por: La Investigadora

Para maquinaria y equipos requeridos se detallan; en cuestión de televisores se encuentra distribuido por número de habitaciones más el de recepción y sala de espera en este caso se requiere 5 unidades, los equipos de cómputo se estima por número de oficinas de administración, los teléfonos se estima 2 líneas una administrativa y de recepción y 2 internos para los pasillos para el uso del cliente.

Tabla N°3.12
Vehículo

Detalle	Cantidad	Valor
Camioneta	1	20000

Fuente: Investigación primaria residencial el salto
Elaborado por: La Investigadora

Tabla N°3.13
Insumos

Detalle	Cantidad x mes	Precio unitario	Precio Total
Esferos	2	0.85	1.7
corrector	1	1.5	1.5
Borrador	1	0.8	0.8
lápices	1	0.75	0.75
marcador	1	1.1	1.1
resaltador	1	2	2
cuaderno	1	1.5	1.5
sacapuntas	1	0.75	0.75
estilete	1	0.9	0.9
Papel bon	1	3.5	3.5
Total	11	13.65	14.5

Fuente: Investigación primaria residencial el salto
Elaborado por: La Investigadora

Los insumos mensuales requeridos por la recepción oficina administrativa.

Tabla 3.14
Servicios básicos

Distribución de servicios básicos					
Detalle	Porcentaje	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Costos de Servicio					
Plan de Internet	70%	Ilimitado	18.9	18.9	226.8
Energía eléctrica (KW)	50%	750	0.08	60	720
Agua Potable (m ³)	50%	500	0.3	150	1800
Total				228.9	2746.8
Gastos Administrativos					
Plan de Internet	15%	Ilimitado	4.05	4.05	48.6
Energía eléctrica (KW)	10%	150	0.08	12	144
Teléfono (min)	50%	250	0.08	20	240
Agua Potable (m ³)	5%	50	0.3	15	180
Total				51.05	612.6
Gastos de Ventas					
Plan de Internet	15%	Ilimitado	4.05	4.05	48.6
Energía eléctrica (KW)	10%	150	0.08	12	144
Agua Potable (m ³)	5%	50	0.3	15	180
Teléfono (min)	50%	250	0.08	20	240
Total				51.05	612.6

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Tabla N°3.15
Mano de obra indirecta

Detalle	Cantidad	Valor unitario por mes	Valor anual
Gastos Administrativos			
Administrador	1	450	5400
Asesor Contable	1	200	2400
Total		1040	7800

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Tabla N°3.16

Ventas

Detalle	Cantidad	Valor unitario mensual	Valor anual
Recepcionista	1	350	4200

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Tabla N°3. 17

Mano de obra directa

Detalle	Cantidad	Valor unitario mensual	Valor anual
Camareras	1	350	4200
Limpieza	1	350	4200
Mesera	1	350	4200
Cocina	1	350	4200
Mantenimiento y guardianía	1	350	4200
Total	5	1750	21000

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Tabla N° 3.18
Gastos diferidos

Detalle	Cantidad
Estudio del proyecto	1000
Publicidad	500
Gastos de instalación y montaje	1000
Total	2500

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

3.4.1 Determinación de horarios

Tabla N° 3.19

Determinación de horarios

Horarios de atención al cliente	Área	Documento
De 7am- 14pm	Recepción y atención al cliente	Nomina ingreso y salida
De 17pmm- 22pm		
Sábados de 8am – 13pm		
Horarios personal de apoyo y demás áreas	Área	Documento
De 7am- 22pm	Cocina	Nómina de ingreso y salida
De 7am- 14pm Disponibilidad en caso de requerirlo en otro horario extra o emergencia	Mantenimiento	Nómina de ingreso y salida
De 7am- 13pm turno 1 De 13pmm- 19pm turno 2	Limpieza	Nómina de ingreso y salida
De 7am-17pm	Administración	Nómina de ingreso y salida

Fuente: Investigación primaria residencial el salto
Elaborado por: La Investigadora

3.4.2 Programa de producción

Tabla N°3.20

Pronóstico y comportamiento de la producción por capacidad instalada

AÑO	número de habitaciones	Hospedaje DPIR	frecuencia por mes	frecuencia por semana	frecuencia por día
2014	10	1680	140	35	5
2015	10	3374	281	70	9
2016	10	6779	565	141	19
2017	10	13618	1135	284	37
2018	10	27359	2280	570	75

AÑO	número de habitaciones	artesanías DPIR	frecuencia por mes	frecuencia por semana	frecuencia por día
2014	10	189	16	4	1
2015	10	380	32	8	1
2016	10	763	64	16	2
2017	10	1532	128	32	4
2018	10	3078	256	64	9

AÑO	número de habitaciones	Guía DPIR	frecuencia por mes	frecuencia por semana	frecuencia por día
2014	10	63	5	1	0
2015	10	127	11	3	0
2016	10	254	21	5	1
2017	10	511	43	11	2
2018	10	1026	85	21	3

AÑO	número de habitaciones	Cafetería DPIR	frecuencia por mes	frecuencia por semana	frecuencia por día
2014	10	168	14	3	0
2015	10	337	28	7	1
2016	10	678	56	14	2
2017	10	1362	113	28	4
2018	10	2736	228	57	8

Fuente: Investigación primaria residencial el salto

Elaborado por: La Investigadora

Se estima un promedio en ventas para el primer año tomando en cuenta las 10 habitaciones para cada año a la vez se prevé un promedio de error de que no se vendan 5 habitaciones por Día y cuyo porcentaje representa el 5% de las ventas totales por año.

3.5 Aspecto Administrativo y organizacional

Para la parte orgánica se pretende dar un enfoque a la base organizacional de la empresa, partiendo desde su parte estructural, imagen corporativa, exigencias jurídicas legales del país actual; mediante la propuesta administrativa organizacional se busca distribuir adecuadamente los recursos y alcanzar su optimización y aprovechamiento a fin de cumplir objetivos.

3.5.1 Base filosófica de la empresa

3.5.1.1 Datos Informativos

Institución:	RESIDENCIAL “EL SALTO”
Provincia:	Cotopaxi
Cantón:	Latacunga
Ubicación:	Barrio la Matriz
Teléfono:	032245008
Gerente:	Blanca Santo

3.5.1.2 Nombre o Razón social

La razón social que tendrá la empresa es “**Residencial - El Salto**”, puesto que su funcionamiento tiene más de diez años en el servicio de hospedaje, así los clientes lo puedan identificar claramente por tanto la empresa mantendrá el nombre.

3.5.1.3 Logotipo

Gráfico 3.2
Logotipo de la empresa



Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

El logotipo está representado por la característica principal de la ciudad de Latacunga estas son las representativas arquitecturas de sus iglesias que en conjunto con su cultura determinan valor turístico de la ciudad.

Los colores determinan la tranquilidad el descanso que se ve reflejada en las noches de la ciudad.

3.5.1.4 Visión

Ser una organización dedicada a ofertar servicios de calidad y con personal altamente competente dentro del área de hotelería.

3.5.1.5 Misión

Es una empresa reconocida en la provincia de Cotopaxi por el servicio de hospedaje, cuya oferta se enfoca en el cumplimiento y exigencias de una excelente asistencia para una sociedad que avanza.

3.5.1.6 Valores

a. Espíritu en equipo

Contar con un equipo exitoso tanto en colaboradores como en la búsqueda de un mejor rendimiento de equipo.

b. Responsabilidad

Cumplir con todos los, exigencias de hospedaje que brinde La Residencial El Salto en la calidad de los servicios.

c. Honestidad

Dar cumplimiento a los aspectos legales para con el estado y para con los clientes internos y externos.

d. Excelencia

Ofrecer servicios de alta calidad para garantizar el bienestar de cada uno de nuestros clientes manteniendo un mejoramiento continuo del servicio.

e. Respeto

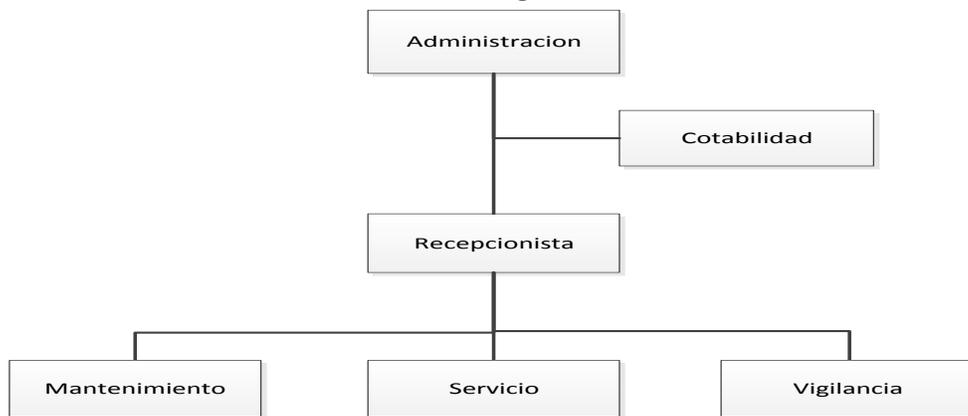
Proporcionar el respeto en las relaciones interpersonales internas y para con el cliente externo y con el medio ambiente.

3.6 Estructura organizacional

El organigrama que se estructura para la Residencial “El Salto” está compuesto de la siguiente manera; actualmente no existe un organigrama funcional ni tampoco el posicional.

3.6.1 Organigrama

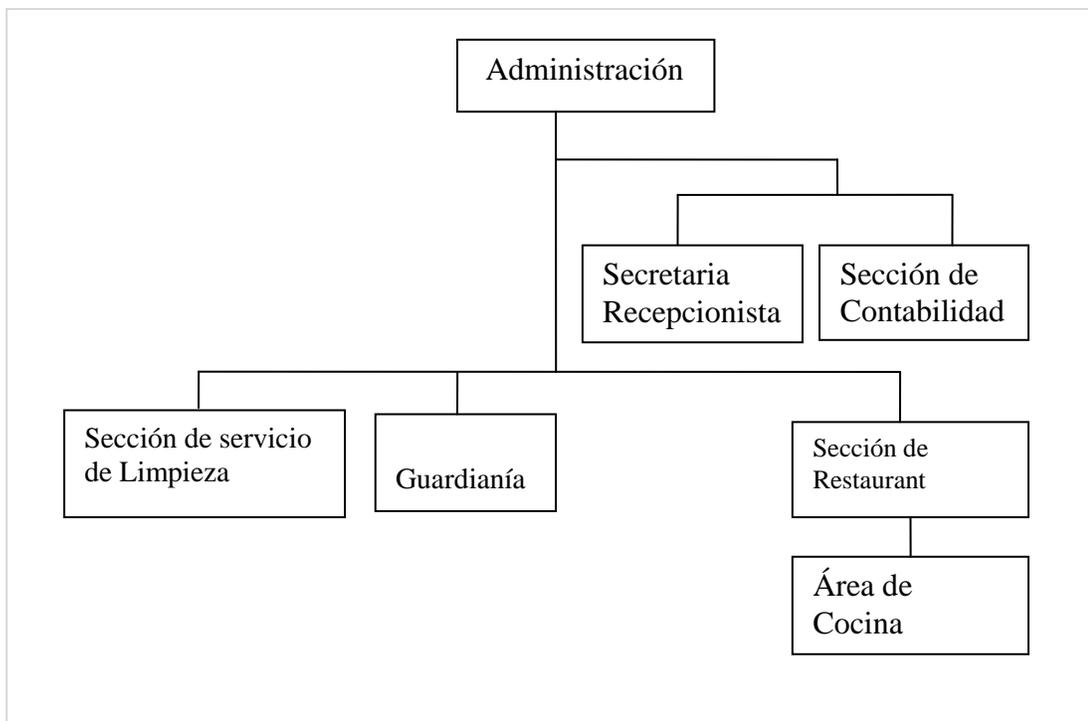
Gráfico N°3.3
Estructura organizacional actual



Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

USO DE LEYENDAS	
	Unidades Administrativas
	Canal de mando
	Apoyo o auxiliar
	Autoridad
	Subordinación
Elaborado por: La investigadora	

Gráfico N°3.4
Estructura organizacional propuesta



Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

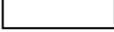
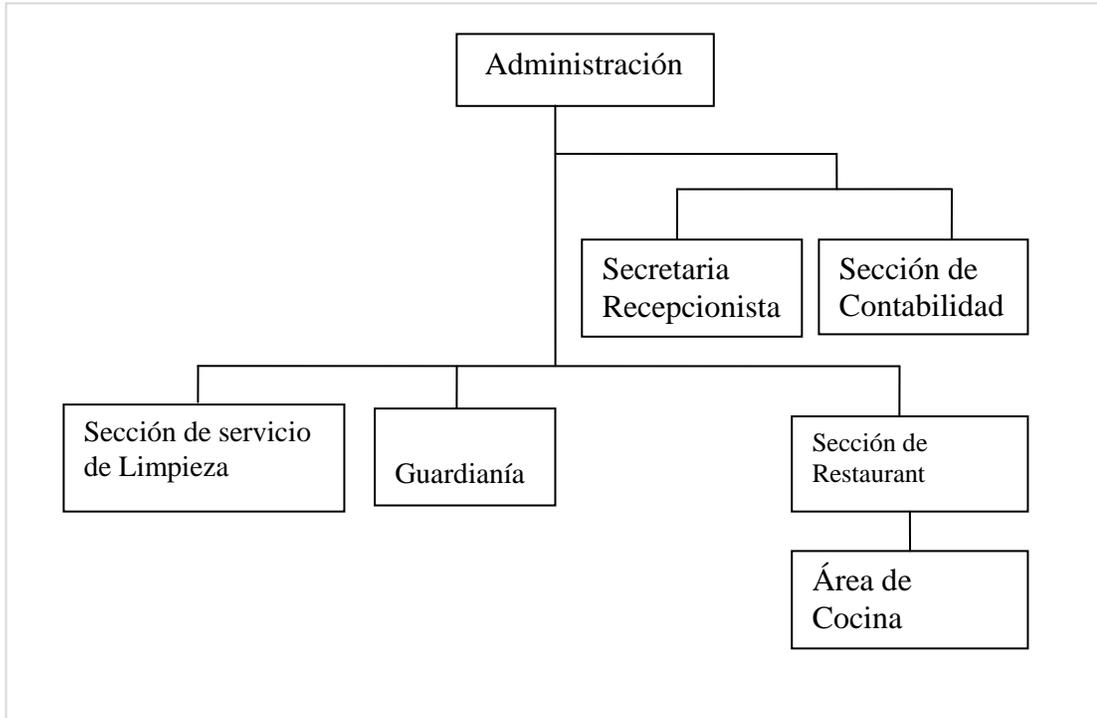
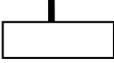
USO DE LEYENDAS	
	Unidades Administrativas
	Canal de mando
	Apoyo o auxiliar
	Autoridad
	Subordinación
Elaborado por: La investigadora	

Gráfico N°3.5

Estructura organizacional posicional propuesta



Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

USO DE LEYENDAS	
	Unidades Administrativas
	Canal de mando
	Apoyo o auxiliar
	Autoridad
	Subordinación
Elaborado por: La investigadora	

3.6.2 Funciones

Tabla N°3.21
Estructura funcional

#	Cargo	Funciones	Perfil del cargo	Salario
1	Administración	Dirección General de la empresa. Toma de decisiones. Contratación del personal. Compras. Pago de proveedores. Pago a empleados. Investigación de mercados. Publicidad y Promoción.	Título: Tercer nivel Área: Hotelería y Turismo Conocimiento: Gestión Administrativa Planificación Contabilidad Tributación Manejo recurso Humano	500- 600 usd
1	Recepción	Registrar a los clientes. Llevar un listado de clientes. Cobro del servicio. Formalizar las entradas y salidas de clientes Gestionar eficazmente las reservas Generar una atención de calidad Registrar, controlar y cobrar los servicios consumidos por los clientes. Facturar Presentar informe de ventas	Título: Técnica en contabilidad Conocimiento: Atención al cliente Tributación Facturación	350 usd
1	Mantenimiento guardianía	Dar mantenimiento en caso de requerirlo Llevar control de bodega Aspecto Vigilancia Efectuar controles de identidad en el acceso Efectuar la protección del almacenamiento	Título: Bachiller Conocimientos Apoyo operativo Seguridad	350 usd

#	Cargo	Funciones	Perfil del cargo	Salario
		Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles	Control de inventarios Atención al cliente	
1	Camarera	Limpiar las habitaciones siguiendo las instrucciones Custodiar las llaves maestras que se le entregan para acceder a las habitaciones y devolverlas al final del turno Cuidar el material y el equipamiento de limpieza Comunicar las averías para su posterior reparación Retirar y entregar los objetos olvidados en las habitaciones de salida para su registro. Colaborar en los cambios de habitación del cliente	Conocimientos : Técnica de mantenimiento hotelero. Principios químicos de los productos de limpieza. Técnicas de limpieza Habilidad para las relaciones humanas. Honestidad, integridad, pulcritud, sinceridad y orden Título: Técnico en hotelería	350 usd
1	Limpieza	Limpieza de todas las habitaciones de la Residencial. Pulido de pisos. Limpieza de muebles. Limpieza de Baños, espejos, duchas. Cambio de colchones (si fuera necesario) Lavado de sábanas, cobijas Cambio de toallas sucias Sueldo \$ 340	Título Bachiller Conocimiento: Principios químicos de los productos de limpieza. Técnicas de limpieza Habilidad para las relaciones humanas. Honestidad, integridad, pulcritud, sinceridad y orden	350usd

#	Cargo	Funciones	Perfil del cargo	Salario
1	Chef /cocinero	<p>Dirige la cocina y se responsabiliza ante la dirección de la empresa del buen funcionamiento del servicio</p> <p>Cuida de que los platos que se sirvan cumplan las condiciones exigidas por el recetario nacional o internacional</p> <p>Distribución del trabajo en la cocina</p> <p>Supervisión de la higiene, instalación, y grado de rendimiento del conjunto</p> <p>Confección del menú, carta de especialidades y plato del día</p> <p>Enseñar a guiar a los jefes de partida y a los ayudantes</p> <p>Otorgar el ritmo que la cocina requiera</p> <p>A veces realiza el relevé y en ocasiones canta la comanda</p> <p>Otras responsabilidades</p>	<p>Título: Profesional en gastronomía.</p> <p>Conocimiento: Buenas prácticas en alimentos Administración de cocina Administración de personal de cocina</p> <p>Experiencia: Mínima 1 año</p>	500usd

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

3.7 Estudio económico

El aspecto financiero valora el contexto económico del proyecto y fija el costo que se llevara a cabo, representa en forma sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en el Estudio Administrativo.

3.7.1 objetivos

3.7.1.1 Objetivo General

Identificar la factibilidad económica financiera del plan para la residencial El Salto”

3.7.1.2 Objetivos específicos

- Identificar la inversión inicial como punto de partida para el plan de negocios
- Diagnosticar los valores en recursos económico requeridos.
- Determinar la factibilidad económica mediante los ratios financieros.

3.7.2 Inversión inicial

Es el valor monetario con el que cuenta para iniciar el proyecto cuyo valor se destina a la compra de activos tangibles e intangibles y capital de trabajo.

3.7.2.1 Inversión de activos fijos

Tabla N° 3.22
Inversión fija

Activo fijo / tangible	Valor	%
Muebles y enseres	8400	0.26
Maquinaria y equipos	3710	0.12
Vehículo	20000	0.62
Total	32110	100%

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Los activos fijos son todos los bienes que tienen presencia física para la empresa y que con el paso del tiempo pierden el valor debido al proceso de desgaste propio del proceso de proceso

3.7.2.2 Inversión diferida

Tabla N°3.23
Inversión diferida

Activos intangibles	valor	
Estudio del proyecto	1000	0.40
Publicidad	500	0.20
Gastos de instalación y montaje	1000	0.40
Total	2500	100%

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

La inversión diferida son bienes o servicios que no representan físicamente en la empresa pero presentan valor monetario que son necesarios para dar inicio al proyecto; que a la vez se liquidan durante el tiempo de la ejecución del proyecto

3.7.2.3 Capital de trabajo

Tabla N°3.24
Inversión del capital de trabajo

Activo circulante	
Materia prima	1960.00
Periodo operación	12
Inventario	163.33
Bancos	2000
Cuentas por cobrar	1796
Efectivo en caja chica	500
Total	4296.1636
Total activo circulante	4459.50
Pasivo circulante	
Cuentas por pagar	2000
CAPITAL DE TRABAJO	2459.50

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

El capital de trabajo es el valor monetario, unidades, clientes así como también las cuentas por cobrar (activo circulante) y (pasivo circulante) cuentas pagar con las que cuenta la empresa para su periodo laboral.

Tabla N°3.25
Inversión inicial

Activo fijo / tangible	Valor
Muebles y enceres	8400
Maquinaria y equipos	3710
Vehículo	20000
Total	32110
Activos intangibles	valor
Estudio del proyecto	1000
Publicidad	500
Gastos de instalación y montaje	1000
Total	2500
Activo circulante	4459.50
Pasivo circulante	2000
Capital de trabajo	2459.50
Total inversión inicial	37069.50

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

Por medio de la inversión inicial podemos determinar que el valor requerido para la puesta en marcha es de 37069.50 dólares americanos; por consiguiente se provee acudir a préstamos bancarios o la posibilidad de inversión por medio de socios interesados en participar en el negocio.

3.7.3 Depreciaciones y amortización

Para su cálculo se procede a utilizar la siguiente formula:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Vida Util}}$$

Tabla N° 3.26
Depreciación

Detalle	vida útil	porcentaje	Depreciación
Muebles y encerados	10	10%	84.00
Maquinaria y equipos	10	10%	37.10
Vehículo	5	5%	200
Total			321.10

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

La depreciación estimada para cada año es de 321.10 usd, mientras que la amortización de los cargos diferidos se estima en 500 usd para cada año; estos gastos totales de amortización y depreciación incurren en un valor total de 821.10 usd como cargos monetarios.

Tabla N° 3.27
Amortización

Amortización	Año	1	2	3	4	5
	Valor					
Estudio del proyecto	1000	200	200	200	200	200
Publicidad	500	100	100	100	100	100
Gastos de instalación y montaje	1000	200	200	200	200	200
Total	2500	500	500	500	500	500
Total gastos depreciación y amortización		821.10	821.10	821.10	821.10	821.10

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

3.7.4 Financiamiento

El financiamiento requerido para el proyecto de la residencial “E l salto” está distribuido entre el capital propio del propietario y el capital financiado

Tabla N° 3.28
Financiamiento

Financiamiento	Porcentaje	Valor
Capital propio	10%	3706.95
Crédito bancario	90%	33362.55
Total	100%	37069.50

Fuente: Investigación primaria5
Elaborado por: La Investigadora

3.7.4.1 Financiamiento con capital propio

El capital propio proviene de la fuente de la empresa y propietaria cuyo valor representa el 10% del valor requerido en el plan de negocios.

3.7.4.2 Financiamiento por medio de créditos financiero

Para cubrir la inversión y remodelación del servicio de hospedaje de la Residencial el Salto, buscar un financiamiento en una entidad financiera, por lo que los gestos con acuerdan realizar un préstamo en la Cooperativa Cacpeco por ser un ente con un alto prestigio, que apoya al emprendimiento, ofreciendo condiciones aceptables de crédito el valor que representa al crédito en el proyecto es el 90%

Tabla N°3.29

Condiciones Financieras del Préstamo

Monto 33362.55
Plazo 5
Tasa efectiva anual: 17%

Periodos	Cuota	Interés	Amortización fija	Saldo
0				33362.55
1	9341.51	2669.00	6672.51	26690.04
2	8807.71	2135.20	6672.51	20017.53
3	8273.91	1601.40	6672.51	13345.02
4	7740.11	1067.60	6672.51	6672.51
5	7206.31	533.80	6672.51	0.00

Fuente: Investigación primaria
 Elaborado por: La Investigadora

3.7.5 Determinación de costo y gastos

3.7.5.1 Gastos financieros

Tabla N° 3.30

Gastos financieros

Años	1	2	3	4	5
Gastos financieros	2669.00	2135.20	1601.40	1067.60	533.80

Fuente: Investigación primaria
 Elaborado por: La Investigadora

3.7.5.2 Gastos administrativos

Tabla N°3.31
Gastos administrativos

Detalle	1	2	3	4	5
Total sueldos administrativos	7800	8076.90	8363.63	8660.54	8967.99
Pago servicios básicos	612.6	634.35	656.87	680.19	704.33
Total insumos de oficina	14.5	15.01	15.55	16.10	16.67
Total gastos administrativos	8427.1	8726.26	9036.04	9356.82	9688.99

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Los gastos administrativos y demás gastos se proyectan para 5 años que tienen duración el plan de inversión.

3.7.5.3 Gastos ventas

Tabla N°3.32
Gastos venta

Detalle	1	2	3	4	5
Pago servicios básicos	612.6	634.35	656.87	680.19	704.33
Sueldo ventas	4200	4349.10	4503.49	4663.37	4828.92
Total gastos ventas	4812.6	4983.45	5160.36	5343.55	5533.25

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Los gastos en servicios básicos se encuentran distribuidos para para la áreas con las que cuenta la empresa en este caso son ventas operación y administrativos. (Véase tabla N° requerimientos servicios básicos)

3.7.5.4 Costos de producción

Tabla N°3.33
Costos de producción

DETALLE	1	2	3	4	5
Materia prima	1960.00	2029.58	2101.63	2176.24	2253.49
materiales directos	612.00	633.73	656.22	679.52	703.64
materiales directos	432.00	447.34	463.22	479.66	496.69
Mano de obra	21000	21745.50	22517.47	23316.84	24144.58
pago servicios básicos x producción	2746.8	2844.31	2945.28	3049.84	3158.11
Cargos de depreciación y amortización	821.10	821.10	821.10	821.10	821.10
Mantenimiento de equipos y enceres +vehículo	350.00	362.43	375.29	388.61	402.41
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	27921.90	28883.98	29880.21	30911.81	31980.03

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Con la identificación de los costos de producción para los 5 años se estima la posible utilidad la cual se obtiene con la aplicación de la siguiente formula.

$$P.U=C.U-P.V.U$$

Nomenclatura:

P.U = Posible Utilidad por ventas

C.U= Costo Unitario de Producto

P.V.U = Precio de Venta Unitario

3.7.5.5 Determinación de la utilidad en relación al costo

Tabla N°3.34

Determinación de la utilidad por el servicio en relación costo y precio de venta

Años	1	2	3	4	5
Costo producción	43830.60	44728.89	45678.02	46679.79	47736.07
producción del servicio	2099	4217.72	8473.40	17023.05	34199.32
Costo por cliente	20.88	10.60	5.39	2.74	1.40
Precio de Venta del servicio	22.00	23.59	24.43	25.29	26.19
Posible Utilidad	1.12	12.98	19.04	22.55	24.80

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

3.7.5.6 Punto de equilibrio

Tabla N°3.35

Costos fijos y costos variables

Costos fijos	\$	Costos variable	\$
Pagos a personal	12000	Servicios básicos	3972.00
Depreciación y amortización	821.10	Insumos	15
Mantenimiento equipo	350.00	Mp	1960.00
	13171.1	Materiales. Ind. Y Dir.	1044.00
Total	13171.1		6990.50

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

La residencial “El salto estima los costos variables y fijos que se presentan durante el proceso de producción del servicio y estos a la vez permitirá pronosticar el punto de equilibrio de producción en función de los ingresos y costos tanto en valor monetario como en unidad de servicio proporcionado; una vez identificado el punto de equilibrio nos permite determinar el promedio del precio de venta y anual que se debe mantener para evitar pérdidas en función de los costos del servicio

Tabla N°3.36
Punto de equilibrio del servicio

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	46187.06	99494.83	206981.03	430586.67	895757.84
COSTO TOTAL	20161.60	20877.34	21618.48	22385.94	23180.64
Costos Fijos	13171.10	13638.67	14122.85	14624.21	15143.37
Costos Variables	6990.50	7238.66	7495.64	7761.73	8037.27
Precio de Venta	22.00	23.59	24.43	25.29	26.19
Punto de equilibrio					
	0.85	0.93	0.96	0.98	0.99
P.E. Monetario anual	15520.096	14708.801	14653.511	14892.662	15280.473
P.E. Monetario mensual	1293.341	1225.733	1221.126	1241.055	1273.373
P.E. Físico Anual	705	624	600	589	583
P.E. Físico Mensual	59	52	50	49	49

3.7.6 Planeación financiera

Con la planeación financiera la residencial “El salto” despliega los ingresos, la utilidad a percibir con la ejecución del plan, a la vez determinar el flujo de efectivo estimado que se provee obtener dentro del periodo de duración del plan

3.7.6.1 Determinación de ingresos

El presupuesto de ingresos permite establecer la cantidad de dinero que se recibirá por el servicio de Alojamiento. Los ingresos que determinaran de acuerdo a los diferentes servicios Hospedaje; Residencial y Cafetería, que se ofrecerá cada año por los precios de los mismos.

Tabla N°3.37

Demanda potencial insatisfecha real total unificada en el servicio

Hospedaje	Sala	Guía	Cafetería	Total	Precio
DPIR	DPIR	DPIR	DPIR	DPIR	Proyectado
1680	189	63	168	2099	22.00
3374	380	127	337	4218	23.59
6779	763	254	678	8473	24.43
13618	1532	511	1362	17023	25.29
27359	3078	1026	2736	34199	25.29

Fuente: Investigación primaria
 Elaborado por: La Investigadora

Para estimar los ingresos totales se toma el total de la de la demanda potencial insatisfecha real y se proyecta en función de precio proyectado que equivale al valor por adquirir el servicio este valor justifica el servicio de cafetería y 2 extras si el cliente lo estima adquirirlo

Tabla N°3.38

Ingresos proyectados anuales

Año	Precio 2	DPIR	Ingresos totales
2014	22.00	2099	46187.06
2015	23.59	4218	99494.83
2016	24.43	8473	206981.03
2017	25.29	17023	430586.67
2018	26.19	34199	895757.84

Fuente: Investigación primaria
 Elaborado por: La Investigadora

3.7.6.2 Estados financieros

a. Estado de resultados

Los estados financieros, presentan los ingresos que generará la empresa por el servicio prestado, así también los costos que debe cumplir al ejecutarse el proyecto, con el propósito de establecer la ganancia o pérdida que obtuvo durante un periodo contable.

Tabla N°3.39

Estado de resultados

	1	2	3	4	5
INGRESO	46187.06	99494.83	206981.03	430586.67	895757.84
(-)COSTO DE PRODUCCION	27921.90	28883.98	29880.21	30911.81	31980.03
UTILIDAD BRUTA	18265.16	70610.85	177100.82	399674.86	863777.81
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	8427.10	8726.26	9036.04	9356.82	9688.99
(-) GASTO VENTAS	4812.60	4983.45	5160.36	5343.55	5533.25
UTILIDAD OPERACIONAL	5025.46	56901.14	162904.41	384974.48	848555.57
(-)GASTOS FINANCIEROS	2669.00	2135.20	1601.40	1067.60	533.80
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2356.46	54765.94	161303.01	383906.88	848021.77
IMPUESTO A LA RENTA 25%	589.12	13691.48	40325.75	95976.72	212005.44
RESERVA LEGAL 5%	117.82	2738.30	8065.15	19195.34	42401.09
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	1649.52	38336.16	112912.11	268734.82	593615.24
GASTOS DE ((+) DEPRECIACION Y AMORTIZACION	821.10	821.10	821.10	821.10	821.10
UTILIDAD NETA DEL PERIODO	2470.62	39157.26	113733.21	269555.92	594436.34

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

b. Flujo neto de efectivo

Tabla N° 3.40
Flujo de efectivo

	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	37069.50					
Activo fijo	32110					
Activo diferido	2500					
Capital de trabajo	2459.50					
Total inversión	37069.50					
Flujo de efectivo						
INGRESO		46187.06	99494.83	206981.03	430586.67	895757.84
COSTO DE PRODUCCION		27921.90	28883.98	29880.21	30911.81	31980.03
UTILIDAD BRUTA		18265.16	70610.85	177100.82	399674.86	863777.81
GASTOS ADMINISTRATIVOS		8427.10	8726.26	9036.04	9356.82	9688.99
GASTO VENTAS		4812.60	4983.45	5160.36	5343.55	5533.25
UTILIDAD OPERACIONAL		5025.46	56901.14	162904.41	384974.48	848555.57
GASTOS FINANCIEROS		2669.00	2135.20	1601.40	1067.60	533.80
UTILIDAD NETA		2356.46	54765.94	161303.01	383906.88	848021.77
GASTOS DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION		821.10	821.10	821.10	821.10	821.10
FLUJO DE EFECTIVO	-37069.50	3177.56	55587.04	162124.11	384727.98	848842.87

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

3.7.7 Evaluación financiera del proyecto

Para determinar la factibilidad del estudio se presenta la evaluación financiera del plan y a la vez determinar el resultado el cual nos permitirá tomar decisiones sea aceptable o rechazado. Para el cual se presenta el siguiente detalle a seguir

Tabla N°3.41

Evaluación

Aceptación	Negación
VAN > 0	VAN < 0
TIR > 1	TIR < 1
B/C > 1	B/C < 1

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

3.7.7.1 Tasa mínima de rendimiento TMAR

La temar representa a la tasa de descuento en valor monetario del valor actual del rendimiento del proyecto.

Para su cálculo determinamos el riesgo de inversión y la tasa de inflación actual y se estima el promedio

Inflación=0.3355

Riesgo=0.15

Tabla N°3.42

Tasa mínima de rendimiento TMAR

Riesgo	15.0%	0.15
Inflación	3.55%	0.0355
TMAR 1	18.55%	0.19
TMAR 2	34%	0.34

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: La Investigadora

3.7.7.2 Valor actual Neto VAN

permite analizar la rentabilidad que se obtendrá con la aplicación del proyecto, ya que nos presenta el valor monetario a tiempo real y que se va a percibir con la aplicación del plan.

Formula

$$VAN = -I_0 + \frac{FF1}{(1+i)^1} + \frac{FF2}{(1+i)^2} + \frac{FF3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FFn}{(1+i)^n}$$

Dónde:

FF= Flujos de caja en cada período

Io= Inversión inicial

n= Número de períodos considerado

i= Tasa de descuento

Tabla N° 3.43
Valor actual neto

INVERSION INICIA	-37069.50	FLUJO
1	2668.37	-34401.13
2	39199.24	4798.11
3	96007.19	100805.30
4	191320.72	292126.02
5	354476.61	646602.64
VAN 1	646602.64	

INVERSION INICIA	-37069.50	FLUJO
1	2379.30	-34690.19
2	31166.33	-3523.86
3	68063.76	64539.90
4	120942.29	185482.20
5	199805.69	385287.88
VAN 2	385287.88	

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Se puede identificar que existe una rentabilidad debido a que el valor presente actualizado es mayor a 1

3.7.7.3 Tasa interna de retorno TIR

Para el cálculo de la Tasa interna de retorno TIR se estima el siguiente detalle

Tasa de actualización del último VAN

Tasa de actualización del primer VAN

VAN1 valor actual neto con actualización

VAN2 Valor actual neto obtenido con actualización

Tabla N°3.44
Tasa interna de retorno TIR

TIR	0.83	83%
------------	-------------	------------

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Es factible la inversión ya que se percibe una tasa interna de retorno de un 83% lo que justifica el rendimiento y viabilidad de la inversión.

3.7.7.4 Relación costo beneficio

Tabla N° 3.45
Relación costo beneficio

Ingresos	Costos totales	RBC
46187	43830.60	1.05
99495	44728.89	2.22
206981	45678.02	4.53
430587	46679.79	9.22
895758	47736.07	18.76
1679007	228653.37	7.34

Fuente: Investigación primaria
Elaborado por: La Investigadora

Se estima un pronóstico en el beneficio de 6.34 usd por cada dólar invertido en los costes requeridos por la inversión

3.7.7.5 Periodo de recuperación de la inversión

Tabla N°3.46
PRI

Inversión inicial		
-37069.50	VAN	PRI
1	2379.30	-34690.19
2	31166.33	-3523.86
3	68063.76	64539.90
2 años		
FNE 2	VAN 2	Recuperación
3	68063.76	64539.90
-38214.05	12.00	
-3523.86	1.1	

El periodo de recuperación de la deuda es de 2 años un mes 1 días esto se estima. Se realiza la sumatoria de los dos flujos negativos y se estipula una regla de tres para el último y se obtienen el resultado.

3.7.7.6 Índice de iliquidez

ACTIVO CIRCULANTE / PASIVO CIRCULANTE

LIQUIDEZ **2.15**

El proyecto tienen un índice de liquidez de 2.15usd en donde por cada dólar que se invierte para cubrir ir gastos se percibe 1.15 usd de sobrante para mantener la actividad económica de la empresa

3.7.7.7 Análisis de sensibilidad

	VAN	15%	TIR	15%	PRI	15%
Pesimista	549612.24		0.71		1.79	
Real	646602.64	96990.40	0.83	0.12	2.11	0.31
Optimista	743593.03		0.95		2.4	

Tomamos el 15% de riesgo a la oportunidad de la inversión se presenta dos escenarios de sensibilidad del proyecto el cual muestra la parte optimistas y pesimista del proyecto y como se puede apreciar en la tabla de sensibilidad tenemos escenarios positivos de comportamiento en función del riesgo.

3.7.7.8 Sensibilidad relación costo beneficio

RBC	%	Optimista	Pesimista
1.05	0.16	1.21	0.90
2.22	0.33	2.56	1.89
4.53	0.68	5.21	3.85
9.22	1.38	10.61	7.84
18.76	2.81	21.58	15.95
7.34	1.10	8.44	6.24

Con respecto al análisis del costo beneficio según el porcentaje de oportunidad del 15% podemos apreciar una variación de 0.16 para el año 1 y para el año 5 una variación de 1.10 el cual al año 5 tenemos que por cada dólar que ingresa en el costo del proyecto tenemos un benéfico de 6 dólares con 24 centavos tomando en cuenta el aspecto pesimista ya que este nos interesaría para analizar el rendimiento y la toma de decisiones.

3.7.7.9 Índice de solvencia

TOTAL ACTIVO CIRCULANTE /TASA ACTIVA BANCO CENTRAL

INDICE DE SOLVENCIA	56881.34
TASA ACTIVA	7.84%
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	4459.50

La capacidad de la empresa de hacer frente al pago de sus deudas es positiva; es decir, si la empresa tuviese que pagar todas sus deudas en un momento dado, la empresa tendría activos para hacer frente a esos pagos.

3.7.7.10 Apalancamiento financiero

Total activos/patrimonio

Apalancamiento	1.051
total activos	41528.99
Patrimonio	39528.99

La empresa posee por cada dólar de endeudamiento con 1.05 dólares de apalancamiento o deudas retenidas lo que implica que la empresa depende de su deuda, es decir, cuánto llega a recurrir una empresa durante su tiempo de vida a los préstamos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Bibliografía Citada

- **Avendaño, Juan Manuel y Cueva, Miguel Antonio. 2009.** *Administracion General*, 3ra edicion , Mexico , 2009.(Pag 15).
- **Baca Urbina , Gabriel. 2010.** *Estudio tecnico de un proyectos*, 6ta edicion, Mexico : 2010. (Pag 20).
- **Baca Urbina, Gabriel. 2006.** *Evaliación de proyectos*. 5ta edición. Mexico : Graw Hill, 2006.(Pag 16).
- **JENES, George.** *Proceso Administrativo*, 2ra edicion, inglaterra: 2011 .(Pag 12).
- **Rodríguez Alcaraz Rafael .***Emprendedor* ,6ta edición, México: 2007. (Pag 11).
- **Sapag chain, Nassir. 2010.** *Evaliación de proyectos de inversión en la empresa*. 3ra edicion , España: (Pag 23).
- **Scholl hammer.** *tipos de emprendimientos* ,4ta edición, México: 2008.(pág. 5).
- **Álvarez, José .M.** *Proceso de investigación de mercado*, 5ta edición, Bogota: 2008. (Pag 25).
- **Stephen p, robbins David.** *Estudio administrativo*, 3ra edición, México: 2007 .(Pag 35).
- **Sapag Chain, Nassir. 2000.** *Evaliación de proyectos*,5ta edicioón. Argentina : s.n., 2000

2. Bibliografía Consultada

- **Departamento de industria y negocio. 2011.** *Administracion de empresas*. 2011. pág. 5.
- **Facultad de economia (UNAM). 2014.** *Estudio tecnico*. Mexico : (UNAM), 2014.
- **Fischer, Laura. 2011.** *Analisis de Mercadotecnia*. Mexico : MCGRAW-HILL, 2011.

- **Hitt, Michael y Duane, Ireland. 2009.** *estrategia de manager*. Septima edicion. s.l. : GLOBALIZATION, 2009.
- **Kotler, Philip y Armstrong, Gary. 2009.** *Fundamentos del marketing*. s.l. : Marc, 2009.
- **Sapag Chain, Nassir. 2000.** *Evaluación de proyectos*. Quinta edicióón. Argentina : s.n., 2000.
- **Weinberger, Karen . 9009.** *Plan de negocios (Herramientas para evaluar la vialidad de un negocio)*. Lima : USAID/PERU, 9009.

3. Bibliografía Virtual

En línea disponible en

[://www.liderdeproyecto.com/manual/los_requerimientos.html](http://www.liderdeproyecto.com/manual/los_requerimientos.html). (Consultada el 7/12/2013-14H33).

[://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%CC%81sticas.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-Actividades-Turi%CC%81sticas.pdf)

AneXos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta a los clientes

Objetivo
Investigar la importancia de un plan de negocios para el incremento del servicio de alojamiento de la residencial el salto ubicado en la ciudad de Latacunga sector el Salto en el periodo 2014.
Instrucciones
Marque con una X la respuesta que se más conveniente para usted.

Preguntas

1. ¿Conoce usted la existencia de alguna residencia u hotel en la ciudad de Latacunga?

Detalle	
Si	
No	

2. ¿Usted ha utilizado los servicios de hospedaje en una residencial?

Detalle	
Si	
No	

3. ¿De los siguientes servicios cuál de éstos utilizaría usted al hospedarse en una residencial?

Detalle	
Hospedaje	
Residencia	
Guía Turística	
Cafetería	

--

4. ¿Cuánto estaría dispuesto gastar en el hospedaje?

Detalle	
\$10-a \$20 dólares	
\$20-a \$30 dólares	
\$30-a \$40 dólares	
\$40-a \$50 dólares	

5. ¿Usted ocupa los servicios de hospedaje por ?

Detalle	
Turismo	
Negocios	
Trabajo	

6. Con que frecuencia usted utilizaría la residencial

Detalle	
Semanal	
Mensual	
Vacacional	

7. ¿Qué tiempo de estadía usted a utilizado una residencial o un hotel.?

Detalle	
1-2 Días	
3-4 Días	
4-8 Días	
8-16 Días	

8. ¿Tiene usted una residencia u hotel de su preferencia en la ciudad de Latacunga?

Detalle	
Si	
No	

9. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Detalle	
Nacional	
Internacional	

10. ¿Qué medio de comunicación considera usted como el de mayor cobertura?

Detalle	
RADIO	
PRENSA	
TELEVISION	
OTROS	

Cuales.....