

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE LATACUNGA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**PROYECTO DE GRADUACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE
UN MOTEL DE PRIMERA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE
SALCEDO”**

PEDRO J. GUAMÁN BRAVO

DIRECTOR: Ing. Com. Geovanny Reyes

CODIRECTOR: Ing. Marco Acurio

LATACUNGA, JULIO DEL 2.003

CERTIFICADO

En nuestra condición de Director y Codirector, certificamos que el Señor Pedro J. Guamán Bravo, ha desarrollado el proyecto de grado titulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MOTEL DE PRIMERA CATEGORÍA EN LA CIUDAD DE SALCEDO”, observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas; que regulan esta actividad académica, por lo que autorizamos para que el mencionado Señor reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente;

Ing. Com. Geovanny Reyes
DIRECTOR

Ing. Marco Acurio
CODIRECTOR

AGRADECIMIENTOS

A mi madre, y a mi hermana,
por su apoyo incondicional
Vi voglio tantissimo bene.

El trabajo que se presenta en las páginas siguientes, es fruto de arduas jornadas de investigación, análisis, y redacción; pero por sobre todo ha significado destinar mucho de mi tiempo libre, e incluso relegar a un segundo plano mis actividades laborales, con el objeto de llevarlo a feliz término.

Es precisamente en aquellos momentos en los que siempre han estado presentes mi madre y hermana, para ayudarme y reemplazarme en aquellas actividades que hacía a un lado para dedicarme a la consecución de este sueño. Perciò grazie infinite.

A todos los maestros que me formaron, particularmente al Ing. Geovanny Reyes, y a la Ing. Elizabeth Jiménez, quienes siempre creyeron en el potencial de esta obra; al Economista Julio Villa, cuyas observaciones producto de su experiencia, fueron muy significativas; al Ing. Marco Acurio, por la revisión más minuciosa y veloz que jamás haya sufrido obra alguna; al Economista Mauro Real, quien anónimamente impuso su criterio en esta obra; al Economista Carlos Parreño; y al Ing. Rigoberto Viera.

También deseo agradecer a toda la gente que labora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la ESPE-L, por el apoyo y confianza depositada en mí.

A todos aquellos que de una u otra manera apoyaron a este soñador en su tarea; a mis amigos: Marcelo, Juan C. Urquiza, Juan C. Chicaiza, Fernando, Xavier, Fabián, Freddy, y Fausto, gracias por esos cinco años de amistad y afecto; deseo agradecer de manera especial al Ing. Com. Harold Zavala Mba. Estoy convencido que sin vuestra ayuda y observaciones este proyecto no habría concluido así.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	PÁG.
RESUMEN EJECUTIVO	15
CAPÍTULO I	
1. GENERALIDADES	26
1.1 INTRODUCCIÓN	26
1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO	28
1.2.1 OBJETIVO GENERAL	28
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	28
1.3 JUSTIFICACIÓN	30
1.4 MARCO DE DESARROLLO	31
1.5 EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA MOTELERA	32
1.6 DESARROLLO FUTURO DE LOS MOTELES Y DE LOS MOTOR HOTELES	34
CAPÍTULO II	
2. ESTUDIO DE MERCADO	37
2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	37
2.2 DEFINICIÓN DEL SERVICIO	38
2.3 ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	39
2.3.1 FUENTES DE DATOS	39
2.3.2 ANÁLISIS DE DATOS	27
2.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	41
2.4.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	44
2.4.2 PROCESO DE SEGMENTACIÓN	45

2.4.3	POBLACIÓN OBJETIVO	48
2.5	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	56
2.5.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA A PARTIR DE FUENTES SECUNDARIAS	58
2.5.1.1	ANÁLISIS DE LA CANASTA FAMILIAR E IPCU EN LA CIUDAD DE LATACUNGA	58
2.5.1.2	DEMANDA HISTÓRICA DE ALOJAMIENTO	61
2.5.1.3	ANÁLISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS POR HABITACIÓN	63
2.5.1.4	DEMANDA HISTÓRICA DE PRESTACIONES POR PLAZA	66
2.5.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA A PARTIR DE FUENTES PRIMARIAS	67
2.5.2.1	CÁLCULO DE LA MUESTRA	67
2.5.2.2	ENCUESTA APLICADA PARA CUANTIFICAR EL CONSUMO DE ALOJAMIENTO	69
2.5.2.3	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	71
2.5.2.4	RESULTADOS DE LA ENCUESTA , POR PREGUNTA	73
2.5.3	PERFILES DEL MERCADO OBJETIVO	81
2.5.4	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PRESTACIONES POR PLAZA	86
2.5.5	ELASTICIDAD INGRESO DE LA DEMANDA	88
2.5.6	ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA	90
2.6	ANÁLISIS DE LA OFERTA	92
2.6.1	OFERTA HISTÓRICA DE HABITACIONES	93
2.6.2	OBSERVACIÓN DIRECTA APLICADA A LOS ESTABLECIMIENTOS LOCALES	96
2.6.3	RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA	97
2.6.4	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PRESTACIONES POR PLAZA	98
2.7	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	99
2.7.1	CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	100
2.7.2	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL	

	INSATISFECHA	100
2.8	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	102
2.8.1	CONFIGURACIÓN DEL SERVICIO	102
2.8.1.1	DISEÑO Y EMPAQUE	102
2.8.1.2	MARCA	108
2.8.2	PRECIO	108
2.8.3	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	110
2.8.4	PLAZA	112
2.9	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	113

CAPÍTULO III

3.	ESTUDIO TÉCNICO	116
3.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	116
3.2	ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO	117
3.2.1	DE LA NATURALEZA Y CLASES DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS	117
3.2.2	DE LA AUTORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	119
3.2.3	REGISTRO Y LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO	119
3.2.4	PRESCRIPCIONES COMUNES A TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	121
3.2.5	DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, SEGÚN SU CATEGORÍA	124
3.2.6	DISPOSICIONES LEGALES DEL MINISTERIO DE GOBIERNO	125
3.2.7	DISPOSICIONES LEGALES DE LA INTENDENCIA DE POLICÍA	125
3.2.8	DISPOSICIONES LEGALES DEL MUNICIPIO DE SALCEDO	126

3.2.9	DISPOSICIONES LEGALES DE LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD	127
3.3	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL ESTABLECIMIENTO	128
3.4	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	131
3.5	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL ESTABLECIMIENTO	136
3.6	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	137
3.7	SELECCIÓN DEL EQUIPO NECESARIO	140
3.7.1	NECESIDADES DE INSUMOS	145
3.8	CÁLCULO DE LA MANO DE OBRA NECESARIA	148
3.9	MANTENIMIENTO QUE SE APLICARÁ EN EL ESTABLECIMIENTO	152
3.10	OPTIMIZACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA	153
3.11	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO	155

CAPÍTULO IV

4.	PROPUESTA ADMINISTRATIVA	157
4.1	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA ADMINISTRATIVA	157
4.2	MARCO LEGAL QUE RIGE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	158
4.2.1	DISPOSICIONES GENERALES	158
4.2.2	DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE	160
4.2.3	DEL CAPITAL	161
4.2.4	DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS	163
4.2.5	DE LA FORMA DEL CONTRATO	166
4.2.6	REQUISITOS LEGALES INDISPENSABLES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE	

	RESPONSABILIDAD LIMITADA	169
4.3	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	172
4.3.1	DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA COMPAÑÍA	172
4.3.2	MISIÓN	178
4.3.3	VISIÓN	178
4.3.4	OBJETIVOS	179
4.3.5	VALORES CORPORATIVOS	179
4.3.6	ESTRATEGIAS	182
4.4	ORGANIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	183
4.4.1	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	184
4.4.2	ORGANIGRAMA FUNCIONAL	186
4.5	CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA ADMINISTRATIVA	189

CAPÍTULO V

5.	ESTUDIO FINANCIERO	190
5.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO	190
5.2	INVERSIONES	191
5.2.1	VALORACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	192
5.2.2	COSTOS DE MANO DE OBRA	201
5.2.3	COSTO DE MATERIALES E INSUMOS	204
5.2.4	GASTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	204
5.2.5	DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS	208
5.3	FINANCIAMIENTO	209
5.3.1	CAPITAL SOCIAL	210
5.3.2	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	211
5.3.3	COSTO DEL CAPITAL	213
5.4	ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	220
5.4.1	COSTOS DIRECTOS TOTALES	220
5.4.1.1	COSTOS FIJOS	222
5.4.1.2	COSTOS VARIABLES	222

5.5	DETERMINACIÓN DEL COSTO DEL SERVICIO	223
5.6	DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA	224
5.6.1	PRECIO POR MARGEN BRUTO	224
5.6.2	PRECIO CON RENDIMIENTO META	225
5.6.3	INGRESOS	226
5.6.3.1	INGRESOS TOTALES PROVENIENTES DEL SERVICIO	226
5.6.3.2	OTROS INGRESOS	226
5.7	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	228
5.7.1	POLÍTICA FINANCIERA	228
5.7.2	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	231
5.7.3	ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS PROYECTADO	233
5.7.4	CAPITAL DEL TRABAJO	235
5.7.5	BALANCE DE SITUACIÓN PROYECTADO	237
5.8	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	239

CAPITULO VI

6.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	242
6.1	OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO	242
6.2	ANÁLISIS COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD	243
6.2.1	PUNTO DE EQUILIBRIO	243
6.3	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	246
6.4	MÉTODO DEL VALOR ACTUAL NETO	248
6.4.1	TASA DE DESCUENTO	248
6.4.2	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	249
6.5	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	250
6.6	PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PAY BACK)	251
6.7	RAZONES FINANCIERAS	253
6.7.1	ÍNDICE CORRIENTE O DE SOLVENCIA	254
6.7.2	PRUEBA ÁCIDA	254
6.7.3	ÍNDICE DE APALANCAMIENTO	254

6.7.4	ÍNDICE PATRIMONIAL	255
6.7.5	ÍNDICE DE SOLIDEZ	255
6.7.6	ÍNDICE DE ROTACIÓN DEL CAPITAL	255
6.7.7	ÍNDICE DE ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO	256
6.7.8	ÍNDICE DE ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	256
6.7.9	MARGEN BRUTO DE UTILIDADES	256
6.7.10	RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	257
6.7.11	RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	257
6.7.12	RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO TOTAL	257
6.7.13	COBERTURA DE INTERESES	258
6.8	RELACIÓN COSTO BENEFICIO	260
6.9	TASA DE RENDIMIENTO POR ACCIÓN	260
6.10	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA	261
6.11	CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	267

CAPÍTULO VII

7.	CONSIDERACIONES FINALES	269
7.1	CONCLUSIONES GENERALES DEL PROYECTO	269
7.2	RECOMENDACIONES	275
7.3	GLOSARIO	278
7.4	BIBLIOGRAFÍA	285
	ANEXOS	287

ÍNDICE DE TABLAS

	PÁG.
TABLA 0.1 RESUMEN FINANCIERO	15
TABLA 2.1 MATRIZ DE SEGMENTACIÓN	46
TABLA 2.2 POBLACIÓN URBANA (P.U.), POR AÑO, PROVINCIA, Y REGIÓN SIERRA	50
TABLA 2.3 POBLACIÓN URBANA (P.U.) DE LA SIERRA, Y COTOPAXI, POR AÑO	51
TABLA 2.4 POBLACIÓN URBANA MASCULINA (P.U.M.) DE COTOPAXI, POR AÑO, Y CIUDAD	52
TABLA 2.5 POBLACIÓN URBANA MASCULINA OCUPADA (P.U.M.O.) DE LA SIERRA, DE COTOPAXI, POR AÑO Y CIUDAD	54
TABLA 2.6 POBLACIÓN MASCULINA OCUPADA Y POBLACIÓN OBJETIVO, POR CIUDAD, Y AÑO	55
TABLA 2.7 CANASTA FAMILIAR POR AÑO, Y VARIACIÓN ANUAL PORCENTUAL	60
TABLA 2.8 GASTO ALOJAMIENTO PROMEDIO POR JEFE DE FAMILIA	62
TABLA 2.9 DEMANDA DE ALOJAMIENTO POR POBLACIÓN OBJETIVO	63
TABLA 2.10 PRECIOS HISTÓRICOS POR HABITACIÓN	65
TABLA 2.11 DEMANDA HISTÓRICA DE PRESTACIONES POR PLAZA	66
TABLA 2.12 SEGMENTO OBJETIVO	85
TABLA 2.13 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PRESTACIONES POR PLAZA	88
TABLA 2.14 ELASTICIDAD INGRESO DE LA DEMANDA	89
TABLA 2.15 ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA DE PxP.	92
TABLA 2.16 OFERTA HISTÓRICA DE PRESTACIONES	

POR PLAZA	94
TABLA 2.17 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA	97
TABLA 2.18 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PRESTACIONES POR PLAZA	99
TABLA 2.19 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	101
TABLA 3.1 INSTALACIONES	141
TABLA 3.2 MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	141
TABLA 3.3 EQUIPO DE OFICINA	142
TABLA 3.4 MUEBLES DE OFICINA	143
TABLA 3.5 ENSERES MENORES	144
TABLA 3.6 INSUMOS NECESARIOS	146
TABLA 3.7 NECESIDADES DE MANO DE OBRA	151
TABLA 5.1 GASTOS DE PREOPERACIÓN	195
TABLA 5.2 LICENCIAS	196
TABLA 5.3 INVERSIONES	198
TABLA 5.4A SUELDOS	202
TABLA 5.4B SUELDOS	203
TABLA 5.5 ANÁLISIS DE GASTOS MENSUALES	208
TABLA 5.6 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	213
TABLA 5.7 CÁLCULO DE LA BETA	217
TABLA 5.8 COSTO PONDERADO DEL CAPITAL	219
TABLA 5.9 COSTO DIRECTO PROMEDIO	221
TABLA 5.10 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	232
TABLA 5.11 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS	234
TABLA 5.12 CAPITAL DE TRABAJO	236
TABLA 5.13 BALANCES GENERALES	238
TABLA 6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO HABITACIONES	246
TABLA 6.2 VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO	250
TABLA 6.3 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON BASE EN FLUJO DE FONDOS	252
TABLA 6.4 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON	

	BASE EN UTILIDADES	253
TABLA 6.5	RAZONES FINANCIERAS	259
TABLA 6.6	TASA DE RENDIMIENTO POR ACCIÓN	261
TABLA 6.7	VALOR DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE”	262
TABLA 6.8	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PRECIO	265
TABLA 6.9	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE LA CANTIDAD DE PXP.	266

ÍNDICE DE GRÁFICOS

		PÁG.
GRÁFICO 3.1	PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	135
GRÁFICO 4.1	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE”	185
GRÁFICO 4.2	ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE” PARTE I	187
GRÁFICO 4.3	ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE” PARTE II	188

RESUMEN EJECUTIVO

1. GENERALIDADES

Si bien el servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Salcedo y Latacunga, no es nuevo; en el presente proyecto, se ha tratado de viabilizar la operación de un Motel de primera categoría en la ciudad de Salcedo, atendiendo a las necesidades del mercado local, a las consideraciones del estudio técnico sobre las necesidades de infraestructura, de recursos tecnológicos, materiales y humanos; así como de la evaluación financiera del proyecto global, tendientes a dar luz sobre la situación real del negocio propuesto, sobre su ejecutabilidad y operatividad posteriores.

2. ESTUDIO DE MERCADO

Ámbito de aplicación; se ha estimado conveniente analizar las necesidades, gustos, y tendencias de los hombres de las ciudades de Salcedo y Latacunga, debido a que son ellos quienes de manera generalizada son los decidores de la demanda de alojamiento temporal en las habitaciones de los moteles, y son éstos quienes cancelan el consumo. De los registros del INEC, se ha identificado que este grupo poblacional corresponde a 29.521 individuos, los que constituyen el universo de estudio del presente proyecto.

Segmentación del mercado; atendiendo a variables de segmentación geográficas, demográficas, psicográficas, y conductuales, se ha identificado que la población objetivo está compuesta por 8.083 individuos, de los cuales el segmento más importante está constituido por los Casados en mayor proporción, pero también los solteros; con edades comprendidas entre los 20 y 39 años; con grados de instrucción superior y media; y que posean ingresos superiores a los 200 dólares. La porción de usuarios frecuentes del servicio, del total de la población objetivo, se ha identificado con el 38,5%.

Unidad de medida; la unidad que se empleará para cuantificar la oferta y demanda de alojamiento temporal, es la prestación por plaza (PxP.), la misma que mide la rotación de las plazas de los Moteles de la localidad, bajo un índice de rotación equivalente a 1,5 veces diarias por cada plaza.

Periodo de Estudio, el análisis de la Población, demanda, oferta, y precios históricos, se ha realizado durante el periodo comprendido desde el año de 1.990 hasta el 2.001.

Análisis de la demanda; para cuantificar la demanda de prestaciones por plaza, se ha recurrido al gasto en dólares promedio histórico destinado al consumo de servicios de alojamiento por cada jefe de familia, el que se ha multiplicado por el total de la población objetivo, y a su vez se ha dividido por los precios históricos del servicio. Se concluye por la elasticidad ingreso de la demanda del servicio, que éste puede ser encasillado dentro de los servicios de lujo; es decir, que mientras mayores ingresos posean los potenciales usuarios, éstos demandarían los servicios con mayor frecuencia. Por la elasticidad precio, estos servicios poseen una demanda elástica; identificándose de esta manera, que por cada incremento en uno por ciento del precio del servicio, se reducirá en 1,42 por ciento la demanda de los mismos.

Análisis de la Oferta; por las características de los oferentes de estos servicios, se ha identificado que el mercado de alojamiento temporal es uno de competencia perfecta, debido principalmente a que no existe una sola cadena que de manera exclusiva ofrezca el servicio, tampoco los oferentes están en posibilidad de imponer un precio, ni podrían impedir el ingreso de nuevos oferentes. De los registros del catastro oficial del Ministerio de Turismo, se ha identificado que son los siguientes establecimientos los que operan en la localidad bajo estudio: “Del Río 1”, “Del Río 2”, “Los Sauces”, “Morocco”, y “Castillo del Rey”. Se concluye que éstos oferentes no están en capacidad de satisfacer la demanda de alojamiento temporal, por dos motivos claramente identificados en el estudio:

En primer lugar se encuentran los impedimentos de tipo físico; es decir, su capacidad instalada es insuficiente en número, hecho que origina la existencia de una demanda insatisfecha, cuantificada para el año 2.002 en 29 plazas, y para el año 2.003 en 38 plazas.

En segundo lugar, las prestaciones de todos ellos (exceptuando el Motel “Castillo del Rey”), no cumplen ni siquiera con las más elementales normas de higiene, hecho por el que se origina un malestar en los usuarios del servicio, al no recibir un servicio adecuado a sus exigencias.

Del análisis de precios de los oferentes, se establece que el motel “Castillo del Rey” factura sus suites a un precio de quince dólares; mientras que los restantes lo hacen a seis dólares.

Configuración del servicio; el edificio de una manera generalizada poseerá un diseño moderno, funcional, con habitaciones acogedoras, decoradas con colores claros, con ventanas que permitan la aireación de las mismas, con acabados elegantes, los que incluirían espejos para llenar el ambiente de erotismo; la iluminación sería regulable; su diseño privilegiará la privacidad que desean los usuarios; El sistema de entretenimiento estará compuesto por música ambiental, televisión por cable y la proyección de películas. No se descuidará por ningún concepto el aseo e higiene de las habitaciones y de los blancos (sábanas, toallas, cobertores), los que estarán siempre correctamente limpios y desinfectados.

Como una novedad en la localidad, se ofrecerán a los clientes una amplia variedad de artículos para adultos que se comercializarán por intermedio de un Sexy Shop; y adicionalmente, los clientes han manifestado su deseo de disfrutar de tinas con hidromasaje para un mayor relax.

Marca; El distintivo inicial de este establecimiento será su nombre, el cual ha sido elegido por los potenciales clientes, quienes mayoritariamente han votado por “Jardín del Este”.

Precio; para no superar a su contendor inmediato, el motel motivo de este estudio, debería cobrar no más de 15 dólares por las habitaciones normales y 20 por las suites con tina de hidromasaje.

Promoción y Publicidad; se sugiere la adopción de esfuerzos de mercadotecnia diferenciados de acuerdo al ciclo de vida del servicio, en la etapa de introducción se podría optar por una mezcla más intensa y que involucre mas medios; para las posteriores fases, se sugiere aplicar una mezcla menos intensa y que sirva para recordar la imagen del servicio en los usuarios. Se sugiere apoyar la imagen del servicio en su excelente calidad, para aprovechar la publicidad boca a boca.

3. ESTUDIO TÉCNICO

Normativa legal; la institución que regula por medio del Reglamento Hotelero, la creación, funcionamiento y prestaciones de los establecimientos de alojamiento es el Ministerio de Turismo del Ecuador; El Ministerio de Gobierno, regularía con la ayuda de la Intendencia de Policía, que se respeten los horarios de funcionamiento de estos establecimientos, y que se respeten los precios de las habitaciones y de los productos que comercialicen. El Municipio de Salcedo escasamente impone normas a la apertura y funcionamiento de estos establecimientos. La Dirección de Salud, se asegura que estos establecimientos ofrezcan la garantía de higiene y salubridad en sus instalaciones, para no perjudicar la salud de los clientes de estos servicios.

Localización; el predio rústico que se propone como localización para el Motel se encuentra ubicado a 1,1 km. de la ciudad de Salcedo, el mismo que cuenta con las siguientes ventajas comparativas, que lo convierten en una posición inmejorable: No existen disposiciones por parte del Municipio de Salcedo que regulen la construcción de viviendas u otros establecimientos; como consecuencia de lo anterior, no se deben tramitar los permisos de construcción, ni se deben someter a aprobación de este organismo los planos de construcción del Motel; se podrá dotar al establecimiento de manera casi inmediata de agua potable,

electricidad, alcantarillado y línea telefónica; por su ubicación al borde de la panamericana, se hace accesible a la mayoría de usuarios que transitan por esta vía.

Tamaño óptimo del establecimiento; debido a la existencia de una demanda insatisfecha de 15.884 prestaciones por plaza, y debido a que solo el 38,5%, de los usuarios demandarán los servicios del nuevo Motel de manera frecuente; se estima que de una manera austera se podrían solamente generar 6.115 PxP. anuales, motivo por el cual el nuevo establecimiento, necesitaría una capacidad instalada de 12 habitaciones para satisfacer esta porción de la demanda insatisfecha total.

Diseño y distribución del establecimiento; el edificio, se adecuará a las necesidades específicas de los potenciales usuarios, al acoger innovaciones como el sexy shop; y especialmente la privacidad que desean los clientes; adicionalmente, proporcionará las áreas de servicio necesarias, tales como la recepción, cocina, áreas de lavado, secado, planchado, y almacenamiento de blancos. Dos de las habitaciones, serán más espaciales, debido a que incorporarán las tinas de hidromasaje. Pero principalmente, el diseño y dimensiones de las habitaciones se adecuarán a las especificaciones del Ministerio de Turismo que aseguren la primera categoría de las instalaciones.

Selección de equipos e insumos necesarios; adicionalmente a la estructura física, para la operación del Motel se necesitará de la adquisición de equipos que se identifican como: Instalaciones (7.900,76 dólares), Maquinaria y Herramientas (4.606,80 dólares), Equipo de Oficina (4.938,38 dólares), Muebles de Oficina (4.575,74 dólares), Enseres Menores (3.446,69 dólares). Entre los insumos, se necesitarán: Detergentes líquidos (2.271,6 dólares), Detergentes en polvo (570,24 dólares) y Artículos de limpieza, entre los que se incluyen los sets de aseo que se obsequiarán a los clientes (2.668,10 dólares).

Cálculo de la mano de obra necesaria; para el desempeño normal y eficiente de la operación del Motel, se requiere de la contratación de dos guardias de seguridad, un jardinero, dos camareras, dos recepcionistas, un administrador y un contador.

4. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

Disposiciones legales; se sugiere que se administre el Motel “Jardín del Este” por medio de una Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que presenta las siguientes ventajas con relación a las demás existentes: En primer lugar, no acepta un número excesivo de socios, los que serán máximo quince. Éstos, solamente responderán ante terceros, por el monto de sus aportaciones. Y por último, las participaciones de los socios están representadas por acciones, mismas que no son transferibles sin el consenso de la mayoría de los socios.

Administración del establecimiento; se sugiere la adopción de una estructura orgánica; es decir, una división ordenada y sistemática de sus unidades de trabajo atendiendo al objeto de su creación, con el propósito de expresar la estructura, jerarquía e interrelación de los órganos que componen el establecimiento. Es así como a nivel superior se encontrará la Junta General, descendiendo se encontrará la Gerencia General, bajo ésta se encontrará la Asesoría del Contador, y bajo ésta, la unidad identificada como Residencia (recepción); bajo la que se colocarán a un mismo nivel, las unidades de Seguridad e ingeniería, Recepción, y Servicio a las habitaciones.

Se han identificado la misión, visión, objetivos, valores corporativos y estrategias del establecimiento con el propósito general de impedir la desviación de las acciones de los miembros, de las directrices del establecimiento; reduciendo fallas en la prestación del servicio e impidiendo el descenso en la categoría del establecimiento.

5. ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones; la estructura física que sustentará la prestación del servicio en el establecimiento, se construiría con la inversión inicial de 20.410,74 dólares por concepto del terreno, el edificio, costaría 134.893,2 dólares, a los que se adicionarían los conceptos mencionados en el estudio económico como equipo necesario. De manera adicional, el establecimiento, necesitará invertir 6.070 dólares por concepto de gastos de preoperación.

Financiamiento; para la construcción de obra física, se recomienda constituir un capital social integrado por la aportación de los socios en un monto equivalente a 120.500 dólares, dividido en acciones de 100 dólares cada una. El dinero restante para afrontar las inversiones iniciales e incluso el capital de trabajo del Motel, se obtendría accediendo a un crédito en una institución financiera a una tasa del 17% anual, con un periodo de amortización correspondiente a cinco años. El costo ponderado del Capital así destinado, corresponde al 20,12%.

Costos; los costos de la prestación del servicio en el Motel “Jardín del Este”, suman en su totalidad 72.801,4 dólares para el primer año de operación del motel; de los cuales 19.067,7 dólares son variables y 53.733,7 son fijos. El costo unitario de la prestación del servicio de alojamiento temporal en el Motel es de 11,9053 dólares.

Precio; el correspondiente precio de venta de las habitaciones considerando un margen bruto del 21,36% sobre el costo unitario equivale a 15,1360 dólares; mientras que el precio de venta considerando un rendimiento del 20,12% sobre el capital, se estima en 15,867 dólares. Por motivos de competencia, se fija el precio del servicio en 15 dólares para las habitaciones normales y en 20 para las suites con tina de hidromasaje.

Ingresos; los ingresos por ventas de habitaciones dentro del Motel, se estiman para el primer año de operación en 91.725 dólares. Los ingresos por ventas de

artículos en el sexy shop se estiman en 9.405,88 dólares. Los ingresos por ventas de comida y bebidas en el bar se estiman en 1.649,34 dólares.

Estados Financieros; del Estado de Resultados, se deduce que el Motel generaría en su primer año de operación utilidades netas por un valor de 22.074 dólares. Del estado de Origen y Aplicación de fondos, se estima que el Motel cerraría el primer año de operación con un saldo final mínimo de efectivo de 17.874 dólares. Del análisis del Capital de Trabajo del establecimiento, se deduce que para el año de las inversiones, se necesitaría por este concepto la cantidad de 18.120 dólares, rubro dentro del que se incluyen los inventarios de insumos, mano de obra directa, los gastos operativos, administrativos y de ventas. Para los años posteriores, el saldo del capital de trabajo no variará mucho, y para el primer año de operación será de 18.167 dólares.

Del Balance General, se descubre que los activos totales del Motel para el primer año de operación suman 241.267 dólares, de los cuales 64.586 dólares corresponden al activo circulante, 171.825 dólares corresponden al activo fijo, y 4.856 dólares corresponden al activo intangible. Los pasivos de la empresa para el primer año de operación suman 100.494 dólares de los cuales 46.438 dólares corresponden a obligaciones de corto plazo, y 54.056 dólares corresponden a obligaciones de plazos mayores a un año.

6. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Punto de equilibrio; el punto de equilibrio en Prestaciones por Plaza para el Motel “Jardín del Este” se alcanza al vender 4.522 unidades, las mismas que a un precio constante de 15 dólares generan ingresos totales para el primer año de operación equivalentes a 67.835,1 dólares. Este sería el nivel de ventas en el cual el establecimiento no perdería ni ganaría.

Método del Valor Actual Neto; los flujos netos del Motel “Jardín del Este” para el primer año de operación equivalen a 45.973 dólares; la tasa de descuento con la

que se actualizarán los flujos netos del Motel “Jardín del Este”, corresponde a la tasa del costo ponderado del capital de los inversionistas, equivalente al 20,12%; el Valor Actual Neto de los flujos anteriormente mencionados, corresponde a 6.779,6 dólares, el mismo que al ser positivo, incentiva la inversión de fondos en el proyecto que se analiza.

Tasa Interna de Retorno; la Tasa Interna de Retorno del Motel “Jardín del Este” equivale a 21,32%, la misma que al ser mayor que la tasa de descuento, incentiva la inversión de fondos en el proyecto que se analiza.

Período de recuperación de la inversión; los inversionistas del Motel “Jardín del Este” recuperarían la inversión realizada en el proyecto sobre la base de los flujos de fondos a los 3,26 años de operación del establecimiento. Los inversionistas del Motel “Jardín del Este” recuperarían la inversión realizada en el proyecto sobre la base de las utilidades netas a los 4,17 años de operación del establecimiento.

Relación Costo Beneficio; del análisis de la relación Costo Beneficio del proyecto, se deduce que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se recuperaría un dólar adicional.

Tasa de Rendimiento por Acción; la tasa de rendimiento de las acciones del Motel “Jardín del Este” corresponde al 18,52%. La utilidad de las acciones del Motel “Jardín del Este”, llevadas al año cero; es decir, traídas al valor presente, representan un monto equivalente a 127,33 dólares.

Análisis de Sensibilidad Económica; al realizar este análisis, se deduce que bastaría una reducción en el precio de venta de las habitaciones del 3,82%, para llevar al proyecto a su valor marginal o mínimo, se deduce adicionalmente que bastaría una reducción en la cantidad vendida de prestaciones por plaza equivalente al 5,41% para llevar al proyecto a su valor marginal o mínimo, punto en el cual los inversionistas solo ganarían el mínimo aceptable como costo del capital invertido.

Aún al encontrarse el proyecto en este punto crítico, se puede recomendar el destino de los fondos de los inversionistas para la puesta en marcha del Motel, debido al hecho cierto de que bajo el criterio del rendimiento mínimo, los inversionistas obtendrían un rendimiento relativamente mayor que las tasas referenciales pasivas, o de los bonos del estado, que son los papeles cuyos rendimientos sirvieron de base para el cálculo de la tasa del costo ponderado del capital WACC.

En la TABLA 01 **RESUMEN FINANCIERO**, que se muestra a continuación, resume los elementos más importantes de la evaluación financiera del presente proyecto, tales como:

- Resumen del financiamiento (tasa de interés del crédito, monto del crédito, capital social, inversiones).
- Resumen de ventas (ventas en unidades, precio, ventas totales, utilidad neta).
- Destino de fondos (dividendos, saldo final de caja, capital social).
- Razones financieras que indican la solidez de la empresa durante los cinco años de proyección de los respectivos estados financieros (índice corriente, prueba ácida, índice de solidez, rentabilidad sobre ventas, rentabilidad sobre el patrimonio, rentabilidad sobre el activo total).
- Periodo de recuperación de la inversión, Punto de equilibrio, VAN, TIR, y TRA.

Todos los índices mencionados anteriormente, han sido calculados sobre la base de la información financiera estimada resultante de la operación del establecimiento, que se reúne en los respectivos estados financieros (Estado de orígenes y aplicaciones, Estado de resultados, Balance General); los cuales se proyectaron para un período de cinco años.

TABLA 01 RESUMEN FINANCIERO

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
RESUMEN FINANCIERO
MILES DE DOLARES

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
TASA INTERES	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%
MONTO CREDITO	90,1	90,1	0,0	0,0	0,0	0,0
CAPITAL SOCIAL	120,5	120,5	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL INVERSION	210,6	210,6	0,0	0,0	0,0	0,0
VENTAS EN UNIDADES (PxP.)	6.115,0	6.115,0	6.420,8	6.741,8	7.078,9	7.432,8
PRECIO (DOLARES)	0,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0
VENTAS NETAS (MILES DE USD)	0,0	91,7	96,3	101,1	106,2	111,5
UTILIDAD NETA	-1,8	22,1	27,0	31,1	35,4	39,8
DIVIDENDOS	0,0	0,0	5,5	6,7	7,8	8,8
SALDO FINAL CAJA	21,9	50,6	67,4	86,7	109,2	135,2
CAPITAL CONTABLE	118,7	140,8	162,2	186,6	214,2	245,1
AC/PCP		1,39	1,64	1,91	2,21	3,64
AC-INV/PCP		1,10	1,36	1,64	1,95	3,28
PT/AT		0,42	0,35	0,28	0,21	0,14
UN/VN		0,21	0,24	0,27	0,29	0,32
UN/CC		0,16	0,17	0,17	0,17	0,16
UN/AT		0,09	0,11	0,12	0,13	0,14
VENTAS S/CAP. INST.		0,94	0,99	1,04	1,09	1,15
VAL. ACCION (DOLARES)	98,50	116,82	134,61	154,83	177,72	203,37
RECUPERACION (AÑOS)		4,17				
P.E. UNIDADES (PxP.)		4.522,35	4.489,96	4.463,33	4.442,88	4.429,06
FLUJO NETO	-198,89	45,97	47,34	48,39	49,57	207,21
VALOR ACTUAL NETO						
1) CON TASA DEL	5,00%				5,00%	132,77
2) CON TASA DEL	10,00%				10,00%	80,90
3) CON TASA DEL	15,00%				15,00%	40,06
4) CON TASA DEL	20,00%				20,00%	7,48
5) CON TASA DEL	20,12%				20,12%	6,78
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						21,32%
TASA DE RENDIMIENTO POR ACCION (TRA)						18,52%
COSTO PONDERADO DE CAPITAL						20,12%

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

CAPÍTULO I

1 GENERALIDADES

El sistema económico de un país constituye el marco dentro del cual se desarrollan las actividades públicas y privadas; en él se nutren, vía información, abastecimiento y disponibilidad de mano de obra, recursos materiales y, desde luego recursos financieros, todas las actividades primarias, industriales y de servicios, las que al ser llevadas a la práctica generan efectos que impactan en mayor o menor medida, positiva o negativamente, al sistema económico en general.

El estado orienta la función de planeación del desarrollo económico de un país por medio de planes que señalan las políticas que deberán seguirse en los sectores económicos del país. Sin embargo, a fin de lograr efectividad en los planes, éstos se desglosan en programas, a los que a su vez, para tener flexibilidad y especificar los objetivos finales que han de lograrse, se integran en proyectos.

El proyecto, pues, no es un instrumento o fenómeno aislado, su realización tanto a nivel público como privado tiene repercusiones en un universo mayor, sea éste un país, entidad o corporación. El impacto de los proyectos públicos y privados que se realizan en un país es directo en el desarrollo económico, medido este en términos de crecimiento del ingreso nacional e ingreso per cápita.¹

1.1 INTRODUCCIÓN

En el normal desempeño de sus actividades cotidianas, el hombre recibe innumerables estímulos que de manera generalizada, producen un agotamiento tanto físico como mental, conocido comúnmente como estrés, y para liberarse de éste, todos, necesitamos momentos de relax, de distracción, y reposo; y que

¹ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. pp. 14

mejor manera de relajarnos, que hacer una pausa en nuestra rutina de trabajo, de concedernos la oportunidad de descansar, de escuchar música agradable, de tomar una ducha, tal vez una sauna, un hidromasaje, reposar con absoluta tranquilidad, alejado totalmente del ambiente familiar, y sería aún más relajante si todo lo anterior, lo disfrutamos en pareja. Fabuloso sería encontrar todo lo mencionado anteriormente en un hotel confortable, cálido, moderno, acogedor, elegante e íntimo; con servicios adicionales que den un valor agregado a este tipo de hospedaje. En la provincia del Cotopaxi, se encuentran diversos establecimientos que ofrecen alojamiento temporal; categorizados como: hoteles, hostales, residenciales y por último, los moteles.

Es precisamente el proceso de selección de uno u otro establecimiento el motivante para la realización del presente estudio. Este proceso de selección, depende de la disposición de la pareja, de su capacidad de pago y en el caso de los moteles de la disposición o no de un vehículo para la transportación, de tal manera que en este proyecto se analizarán determinados aspectos relacionados con la industria motelera, considerando siempre las preferencias de los clientes potenciales.

El presente proyecto analizará la factibilidad de la construcción y operación eficiente de un motel en la ciudad de Salcedo, identificando las necesidades insatisfechas de los clientes potenciales, y procurando ofrecer un servicio que logre una marcada fidelidad y cuya rentabilidad justifique la inversión de sus gestores.

Debido a que el motel se dedicará a la prestación de un servicio, en este estudio se analizará con detalle cada uno de los componentes del mismo, de manera tal que se logre una prestación eficiente y duradera. También se propondrán otros servicios o productos complementarios al servicio principal que constituye el alojamiento temporal, tales como: servicio de tina de baño con hidromasaje, sauna, servicio de TV. por cable, central telefónica con llamadas a cargo de cada habitación, bar de cocktails y bebidas, cafetería con comida ligera, y de manera

adicional un sexy shop manejado por la recepción; pero serán siempre las preferencias de los clientes potenciales, las que servirán para diseñar un servicio plenamente adecuado y que satisfaga convenientemente esas necesidades.

El presente estudio, intentará determinar cuales son las carencias más latentes que poseen los otros establecimientos de alojamiento temporal de la ciudad, con el propósito de identificarlos, y si es posible proponer un servicio que adicione dichos tópicos, y si la capacidad lo permite, sobrepasar aún las expectativas de los clientes potenciales, acostumbrados a un servicio de primera categoría. Por este motivo, los servicios y productos que ofrecerá el motel, estarán orientados a los segmentos medios y altos de la población ocupada de las ciudades de Latacunga y Salcedo (Provincia de Cotopaxi), y cuyas remuneraciones, no sean un impedimento a la hora de solicitar los servicios y productos que el establecimiento ofrecerá.

1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Por todo lo expuesto en acápites anteriores, surge este proyecto para construir y administrar un Motel en la ciudad de Salcedo en el sector denominado Rumipamba de la Universidad, cuyo objetivo general es:

“Analizar los aspectos de mercado, técnicos, legales y financieros, que conlleven al financiamiento, construcción y operación adecuada de un Motel de Primera Categoría en la Ciudad de Salcedo por un período de 20 años.”

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Entre los objetivos específicos que este proyecto se propone alcanzar, encontramos los siguientes:

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar las falencias actuales del servicio, que se constituya en una guía sobre el tipo de mercado y segmento al que irá orientado el servicio, y sobre todo que permita la identificación de una demanda potencial insatisfecha, para proceder a proyectarla y así estimar las ventas futuras que generará el proyecto durante su vida útil.
- Elaborar una propuesta técnica y legal, que permita demostrar que no existe impedimento para satisfacer la demanda potencial insatisfecha. En adición determinar la localización adecuada del proyecto, atendiendo a la normativa vigente y a las recomendaciones del estudio de mercado; y proceder a determinar el tamaño óptimo de las instalaciones; y finalmente, identificar las necesidades de infraestructura, equipos, materiales, y mano de obra.
- Elaborar una propuesta administrativa, que permita la creación del Motel, atendiendo a las disposiciones que regulan este tipo de actividades, diseñando una estructura organizativa eficiente que permita al establecimiento el cumplimiento de sus objetivos, misión, y visión.
- Realizar un estudio financiero como paso previo a la implementación de la empresa, obteniendo costos y gastos reales que serán destinados a la inversión en los diferentes recursos identificados, señalando e identificando de manera adicional las respectivas fuentes de financiamiento.
- Evaluar y determinar la factibilidad del proyecto mediante los diferentes métodos de valoración de empresas, logrando así verificar si la rentabilidad del proyecto, permite su ejecución con un retorno a la inversión que sea aceptable a los inversores, caso contrario, realizar las recomendaciones necesarias.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Las instituciones financieras dedicadas al desarrollo industrial, ya sean nacionales, regionales o internacionales, tienen como objetivo destinar recursos a la realización de inversiones que contribuyen al desarrollo de un determinado país o región, lo que depende, entre otros factores, y en diversos grados de intensidad de su desarrollo industrial. La expansión adecuada del sector industrial es necesaria para el mejoramiento de sus condiciones de vida, por que debe planearse, programarse y ejecutarse en forma tal que asegure un aprovechamiento conveniente para la economía del país.

La industrialización debe orientarse para que los frutos del trabajo y de los esfuerzos realizados no se consuman o desperdicien por factores improductivos o de poco rendimiento. Si un país posee abundantes recursos naturales que pueden ser utilizados económicamente como factores de producción para la industria, debe procurarse aprovecharlos; en caso de existir problemas de desempleo pueden fomentarse aquellas industrias que demanden mano de obra en sus procesos.

La distribución de recursos escasos o caros que permitan su máximo aprovechamiento, y mayores beneficios para la comunidad, constituye la filosofía del desarrollo.²

Era muy común que al momento de decidir una inversión, sea el sentido común, la experiencia, o las buenas corazonadas de los gestores, los que motivaban la generación de nuevos negocios, o industrias; por suerte, en la actualidad, es común ver como un proyecto de factibilidad, anteceda a la generación de una nueva empresa; debido a que se podrán comparar los rendimientos del mismo, cabe la posibilidad de realizar cambios o ampliaciones sin siquiera haberlo ejecutado, se podría poner en consideración el proyecto a posibles inversionistas;

² Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. pp. 17.

serviría para solicitar determinados beneficios fiscales, o para obtener financiamiento de instituciones del sistema financiero nacional o de desarrollo como la Corporación Financiera Nacional (CFN).

El proyecto que en estas páginas se propone, incluirá un estudio de mercado para determinar la demanda potencial insatisfecha del servicio de alojamiento temporal; un estudio de factibilidad, de necesidad de recursos, de tecnología y además un estudio económico, donde toda la información de mercado y técnica se verá reflejada en cifras que servirán para la toma de decisiones por parte de sus gestores.

1.4 MARCO DE DESARROLLO

Atendiendo a las consideraciones anteriores, y con el propósito de ubicar a este proyecto dentro de un marco de desarrollo, se podría en primer lugar, proponer que por su origen, se ubicaría en el sector terciario, debido a que la actividad principal del negocio propuesto, es la prestación de un servicio, con la adición de otros servicios y productos complementarios, que si bien pudiesen ser tangibles, solo sirven de apoyo a la mejor prestación del alojamiento temporal medido por el número de prestaciones por plazas; es decir, el número de veces que se venden o rotan las habitaciones dentro del establecimiento.

Como segundo punto, se consideraría a este proyecto, como uno derivado de un estudio de mercado, debido a que se pretende demostrar que existe una demanda insatisfecha de alojamiento temporal de primera categoría. Demanda que una vez identificada y cuantificada, se pretenderá complementarla con servicios opcionales y con la comercialización de artículos para adultos por intermedio de un sexy shop, concepto totalmente nuevo en las dos ciudades motivo de este estudio.

El Ecuador y en especial la ciudad de Salcedo, requieren la creación de nuevos negocios que constituyan fuentes generadoras de empleo, especialmente para la

mano de obra local, contribuyendo de esta manera a mejorar la calidad de vida de los pobladores de ésta ciudad. Mediante la implementación de un motel, se pretende proveer a la ciudad de un lugar de alojamiento temporal para sus moradores e incluso visitantes de otras ciudades. En este caso particular nace la idea de crear un motel, una empresa que se dedicará a la prestación de servicios tales como: alojamiento, cafetería, televisión por cable, recepción, guardianía, teléfono, baño privado, entre otros; todo ofrecido en un ambiente privado, alejado del núcleo urbano, atendiendo a normas internacionales de calidad y aseo; con precios orientados a satisfacer la demanda de este tipo de servicio de personas de clases media y alta de las ciudades de Latacunga y Salcedo especialmente; esperando captar al público cautivo de los viajeros que transitan a cotidianamente por la vía Panamericana.

Será conveniente analizar que el negocio propuesto, cuenta con ventajas comparativas, entre las cuales podemos considerar que los gestores, poseen un terreno fuera del perímetro urbano de la ciudad de Salcedo, con acceso directo a la Panamericana y también acceso a dos vías paralelas que pudieran servir de entradas al mencionado motel; localización, que se analizará con mayor detalle en el capítulo tercero del presente proyecto.

1.5 EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA MOTELERA

“La década de 1.950 no dio origen a un gran auge de la construcción de hoteles importantes. Se construyeron unos cuantos, pero el campo más relevante de crecimiento fue el de los moteles y los motor hoteles. El Statler Hilton de los Angeles, inaugurado el 27 de Octubre de 1.952, fue considerado como iniciador de una nueva tendencia en la construcción de hoteles. En retrospectiva, resulta fácil explicar el crecimiento fenomenal y el éxito de esa porción de la industria hotelera. Cada vez más, en aquel tiempo las familias norteamericanas viajaban como unidades y el medio de transporte era el automóvil. Los hábitos, gustos y los deseos del público automovilista habían sufrido cambios considerables. El modo de vida norteamericano había adoptado una nueva nota de informalidad.

Repentinamente, hubo modo de eliminar la ropa formal, las presentaciones en los vestíbulos de los hoteles, las propinas y los problemas de estacionamiento – yendo a un motel. Las habitaciones eran nuevas, con muebles modernos, alfombradas de pared a pared, y con frecuencia se agregaban la televisión y una piscina como nueva atracción; por otra parte se tenía la comodidad de poder utilizar transporte propio.

Los moteles y los motor hoteles, no constituían una nueva industria en absoluto, sino que formaban parte integrante de la industria hotelera. Representaban un nuevo concepto en el arte de los albergues. Algunos individuos inteligentes habían reconocido una necesidad del público norteamericano, brindando un producto que pudiera satisfacer esa necesidad.

Una vez que se inició el auge de los moteles, aumentó como la velocidad de un cohete después de despegar. Al observar a la industria en la actualidad, es difícil creer que su origen se encontraba en las pequeñas cabañas del borde de la carretera y en los moteles que constituían puntos aislados en el paisaje.

A principios de la década de 1.950, un motel con 50 habitaciones era un verdadero gigante; sin embargo, al cabo de unos cuantos años, ya no era ni siquiera de tamaño promedio. Prácticamente todos los nuevos moteles construidos a finales de la década de 1.950 y a comienzos de la de 1.960, tenían un mínimo de 80 habitaciones y su promedio se acercaba a las 100 habitaciones.

Los moteles y los motor hoteles, en su breve historia, tienen similitudes con los hoteles más antiguos. Ambos grupos estaban compuestos originalmente por administradores independientes, sin embargo, era inevitable debido al aumento del tamaño, la mayor complejidad y el hecho de que los propietarios se encontraban ausentes que la operación en cadena ingresara a ese campo.

En todas las regiones de Norteamérica los motor hoteles crecieron primeramente a lo largo de las autopistas, en los suburbios de las ciudades, formando un anillo

en torno a estas últimas. Se consideró que los suburbios eran la mejor ubicación y fueron pocos los expertos que creían llegar a ver motor hoteles en el centro de las ciudades o en cualquier otra zona que no fueran los suburbios”.³

1.6 DESARROLLO FUTURO DE LOS MOTELES Y DE LOS MOTOR HOTELES

“Muchas personas consideran a los moteles como un fenómeno particularmente americano y se niegan a tener en cuenta las posibilidades internacionales; pero ¿qué ocurriría fuera de los límites de los Estados Unidos? Cuando los viajes en automóviles se hagan importantes en todos los países del mundo, los moteles comenzarán a surgir, ambas cosas van unidas. El verdadero período de auge para los moteles, en Europa, ha sido la década de 1.970. Los fundamentos se encuentran ya en su lugar y el desarrollo está cobrando rapidez. Las principales compañías petroleras están proporcionando la asesoría y el dinero para el desarrollo de los moteles europeos. La conocida marca ESSO, de la Standard Oil o New Jersey, aparece en la actualidad en 14 moteles situados en Suecia, Dinamarca, Alemania, Italia e Inglaterra. La compañía proyecta construir 10 nuevos moteles anuales durante varios años y la expansión a Noruega, Holanda, Bélgica y Austria. Además de la firma ESSO, está seguro el grupo Italiano AGIP como precursor del movimiento de desarrollo de los moteles en Europa. Rank Motor Inns, Holiday Inns, Travelodge, Howard Johnson y Treadway están interesados en varias etapas de exploración, construcción y operación. No pasará mucho tiempo antes de que los europeos comiencen a conocer la gran señal verde o el tejado anaranjado.

La mayoría de las otras partes del mundo no parecen estar todavía preparadas para el desarrollo de los moteles. Sólo cuando haya buenas carreteras llenas de automóviles, con vehículos que trasladen a hombres de negocios y familias enteras a distancias considerables, comenzarán a aparecer los moteles en el

³ Gerald W. Lattin, ADMINISTRACIÓN MODERNA DE HOTELES Y MOTELES, Editorial Trillas, México 1.975. pp. 23

paisaje. Eventualmente, el resto del mundo llegará a conocer los moteles, si no se han hecho ya obsoletos para entonces”.⁴

En la Provincia de Cotopaxi, específicamente en las ciudades de Latacunga y Salcedo, el desarrollo de la industria motelera a inicios de la década de los noventa ha sido incipiente, debido principalmente a que los gestores de este tipo de negocios han debido enfrentar el menosprecio, la segregación y el discrimen de la sociedad civil, ya que por mucho tiempo el servicio que prestan estos establecimientos fue asociado con la promiscuidad y la clandestinidad.

De los registros del catastro oficial, del Ministerio de Turismo del Ecuador, se puede apreciar que en la ciudad de Latacunga, el primer motel construido es “Los Sauces”, cuyo propietario hasta la actualidad es el Dr. José Vicente Chávez Sánchez, con una capacidad instalada de 12 habitaciones o plazas; en el año de 1.999 se construye el motel “Del Río 2”, comúnmente conocido como “Las Minas” con una capacidad instalada de 16 plazas, y cuyo propietario es el Sr. Andrés Benítez Catota, quien es también el propietario de otro establecimiento similar en la ciudad de Salcedo. En el año 2.002 se construye el motel “Castillo del Rey”, el mismo que posee una capacidad instalada de 12 plazas, y adopta como razón social la de hostel, ofreciendo también servicio de alojamiento a turistas extranjeros y nacionales.

En la cercana ciudad de Salcedo, el primer motel que se construye es “El Picaflor”, actualmente conocido como “Morocco” con una capacidad instalada de 5 plazas, y cuyo gestor fue el Sr. José Genaro Bunces, en la actualidad se desconoce el nombre del actual propietario, debido a que este establecimiento, continúa operando, pero ya no consta en el catastro oficial del Ministerio de Turismo del Ecuador; posteriormente en el año de 1.997, se crea el motel “Del Río” con una capacidad instalada de 10 plazas, y cuyo propietario es el Sr. Andrés Benítez Catota.

⁴ Gerald W. Lattin, ADMINISTRACIÓN MODERNA DE HOTELES Y MOTELERÍA, Editorial Trillas, México 1.975. pp. 246

Como norma común, estos establecimientos, debían situarse fuera de los núcleos urbanos, debido a los inminentes prejuicios en su contra, pero hoy podemos ver que prácticamente, algunos de éstos establecimientos se encuentran ubicados en los cascos urbanos, y tal vez existe una mentalidad más abierta y tolerante por parte de los vecinos del lugar, debido en parte a la invasión de costumbres americanas y europeas difundidas mayormente por la televisión, el cine, la publicidad, y reforzadas por los inmigrantes de la localidad, que han transmitido a sus familias hábitos consumistas y costumbres totalmente nuevas. Por este motivo particular, se estima que en la actualidad existe mayor tolerancia ante la presencia de este tipo de servicios, y esto podría explicar el leve crecimiento que esta industria ha tenido en la Provincia de Cotopaxi en los últimos años.

CAPÍTULO II

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 OBJETIVO GENERAL

El presente capítulo tiene como propósito principal analizar el mercado de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo, y confirmar la existencia de demanda potencial insatisfecha en la industria motelera de esta localidad. Atendiendo a estas consideraciones, surge el objetivo general del presente estudio de mercado:

“Demostrar que existe demanda potencial insatisfecha para el servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo, en el año 2.002, cuantificarla, y proceder a proyectarla para el tiempo estimado de vida útil del Motel; es decir, 20 años”.

2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Entre los objetivos específicos del presente estudio de mercado, tenemos los siguientes:

- Calcular y posteriormente proyectar la demanda de habitaciones en un motel, como servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo.
- Calcular y posteriormente proyectar la oferta de habitaciones en un motel, como servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo.

- Calcular y posteriormente proyectar la Demanda potencial insatisfecha de habitaciones en un motel, como servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo.
- Identificar las falencias que presentan los moteles existentes en estas ciudades.
- Identificar aquellos servicios adicionales y productos, que los consumidores desearían les fueren ofrecidos junto con el alojamiento temporal, para diferenciar el servicio que ofrecerá este motel, en relación con sus competidores, y que le concedan una marcada ventaja competitiva.
- Realizar una comparación de los precios de los servicios similares que ofrecen los competidores.
- Identificar los segmentos potenciales del mercado a los cuales el servicio resulta realmente atractivo, así como diseñar una mezcla de mercadotecnia adecuada.
- Identificar los factores de decisión en la prestación del servicio de alojamiento temporal, y cuáles de aquellos condicionan la demanda del servicio.

2.2 DEFINICIÓN DEL SERVICIO

El reglamento Hotelero del Ecuador en su artículo número tres, define a un motel de la siguiente manera: “Es todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximo a las carreteras, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las 24 horas del día”.⁵

⁵ REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR. Acuerdo ministerial No. 1097, Registro Oficial No. 699 de 26 de Octubre de 1.978. Ministerio de Industrias, Comercio e Integración.

Idéntica definición al término motel presenta el Manual Operativo de Organización, Normas y Procedimientos del Departamento de Control Sanitario de la Dirección Provincial de Salud de Cotopaxi, por lo que se omite la reproducción del mismo.

En su libro “Administración Moderna de Hoteles y Moteles”, el autor Gerald W. Lattin intenta clasificar a los moteles y ofrecer una definición precisa a los términos comúnmente empleados para referirse a este tipo de establecimientos, a continuación se reproduce el texto en mención.

Debido a la explosión de tamaño en la construcción de los moteles, se creó un problema de terminología y clasificación. Muy pronto a los grandes moteles se les llamó motor hoteles y se presentó la dificultad para diferenciar un hotel de un motel y ambos de un motor hotel.

En un principio se decía que los moteles se construían horizontalmente y los hoteles en forma vertical; además que éstos ofrecían un conjunto mucho más completo de servicios. Muy pronto, los moteles llegaron a tener varios pisos y los mayores entre ellos tenían todos los servicios habituales de los hoteles. Era preciso buscar una nueva definición. En realidad, la única diferencia entre los hoteles tradicionales y los moteles o motor hoteles es que en estos últimos se dispone siempre de estacionamiento para los automóviles. Probablemente la frase más segura sea la siguiente: *Los moteles se van pareciendo cada vez más a los hoteles, mientras que éstos se parecen cada vez más a aquellos.*⁶

2.3 AMBITO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.3.1 FUENTES DE DATOS

De manera básica, existen dos tipos de fuentes de datos de las cuales se puede obtener la información que servirá para sustentar el desarrollo del presente proyecto, entre éstas podemos identificar las fuentes de datos primarios y

⁶ Gerald W. Lattin, ADMINISTRACIÓN MODERNA DE HOTELES Y MOTELES, Editorial Trillas, México 1.975. pp. 26.

secundarios, siendo estas últimas, aquellas que se encuentran publicadas y a disposición del público en general, o son aquellas que reúnen información ya procesada en otros proyectos; la obtención de estos datos se facilita por la labor que han realizado otros investigadores, además su costo de obtención es relativamente bajo. En contraparte, al utilizar fuentes de datos primarios, se hace necesario recurrir al empleo de técnicas como la observación directa, la entrevista y la aplicación de encuestas con el propósito de obtener de primera mano la información necesaria. Para analizar en detalle la demanda del servicio de alojamiento temporal en los moteles de la localidad, que es el objetivo principal de este proyecto, será necesario apoyar la investigación en los dos tipos de fuentes de datos, ya analizadas con anterioridad.

2.3.1.1 FUENTES DE DATOS SECUNDARIOS

Este tipo de fuentes de datos, está constituida principalmente por instituciones públicas o privadas, las cuales de una manera continua realizan estudios en diversos ámbitos, sean éstos: económico, social, cultural, entre otros; ofreciendo el fruto de sus investigaciones a la colectividad para su beneficio. Como primera opción se acudirá al INEC, al Banco Central, al Ministerio de Turismo, y a la Cámara de Turismo de la Provincia de Pichincha para reunir la información que sustentará el presente estudio de mercado. Se hace absolutamente necesario en este punto indicar que nunca se ha realizado estudio alguno sobre la industria motelería; por esta razón, se pretenderá durante todo este capítulo reunir la información que permita establecer una demanda histórica de alojamiento temporal en la localidad bajo estudio.

2.3.1.2 FUENTES DE DATOS PRIMARIOS

Entre las fuentes de datos primarios tenemos a los establecimientos de alojamiento temporal de las ciudades de Salcedo y Latacunga, así como los posibles usuarios del servicio, a quienes se aplicará un cuestionario para reunir

sus impresiones sobre el servicio propuesto y lograr un diseño del mismo que sea adecuado a sus necesidades.

2.3.2 ANÁLISIS DE DATOS

2.3.2.1 ANÁLISIS DE DATOS A PARTIR DE FUENTES SECUNDARIAS

La información que proporciona el INEC y que se constituirá en la base del presente estudio es la siguiente:

- Estadísticas referentes a la composición de la población de las ciudades de Salcedo y Latacunga.
- Estadísticas referentes a la composición de la Población Urbana Económicamente Activa de la región Sierra.
- Estadísticas referentes a la variación de la canasta familiar y sus componentes.
- Índice de alojamiento como componente de la canasta familiar, específico de la ciudad de Latacunga.
- La variación del IPCU (Índice de precios al Consumidor) referentes al rubro alojamiento de la canasta familiar.
- Precios históricos de las habitaciones en la ciudad de Latacunga.
- Estadísticas sobre la variación de los ingresos familiares mensuales en la ciudad de Latacunga.

La información que se analizará en el Banco Central del Ecuador es la siguiente:

- Evolución de la cotización del Dólar Americano con relación al Sucre desde los años de 1.990 hasta el 2.000, año en el cual el Ecuador asumió como su moneda al Dólar Americano a un cambio fijo de 25.000 Sucres.

La información que se analizará en el Ministerio de Turismo, es la siguiente:

- Catastro oficial de establecimientos hoteleros en las ciudades de Latacunga y Salcedo.
- Capacidad instalada de los establecimientos de alojamiento en las ciudades de Latacunga y Salcedo.

La información que se analizará en la Cámara de Turismo es la siguiente:

- Reglamento Hotelero del Ecuador.

2.3.2.2 ANÁLISIS DE DATOS A PARTIR DE FUENTES PRIMARIAS

Para la recopilación de la información de este tipo de fuentes, se emplearán las siguientes técnicas: La observación directa, la entrevista semiestructurada, y la encuesta por cuestionario.

De los moteles de la localidad, se pretenderá analizar la siguiente información:

- Frecuencia de uso de las habitaciones.
- Precio de las habitaciones, productos y servicios de cada establecimiento.
- Una calificación cualitativa del servicio que ofrecen los establecimientos de la localidad.

De la población objetivo o de los usuarios potenciales del servicio de alojamiento temporal de la localidad, se pretenderá obtener la siguiente información:

- Información que permita segmentar el mercado objetivo, atendiendo a diversas variables de segmentación.
- Información que permita diseñar un servicio de alojamiento temporal adecuado a sus particulares intereses.
- Información que permita diseñar una mezcla de mercadotecnia, ajustada a cada uno de los segmentos del mercado objetivo.
- Información que permita definir la intención de demanda del servicio de alojamiento en el nuevo establecimiento que se propone.
- Información que permita establecer los ingresos futuros que podría percibir el nuevo establecimiento por concepto de venta de habitaciones, así como por el ofrecimiento de servicios adicionales, y por la comercialización de artículos sin transformación al interior del establecimiento.

2.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

En la mayor parte de los mercados es prácticamente imposible satisfacer a todos los compradores con un solo producto o servicio. Los diferentes compradores tienen intereses y deseos variados. Diversidad que resulta del hecho que los compradores tienen, no solamente diferentes costumbres de compra, sino y sobre todo necesidades y expectativas diferentes en relación a los productos y servicios ofrecidos⁷.

El objetivo es definir el mercado de referencia desde el punto de vista del comprador y no, como a menudo se da el caso, desde el punto de vista del productor⁸.

⁷ Jean-Jacques Lambin, MARKETING ESTRATÉGICO, Editorial MacGraw-Hill, España, 1.995.pp. 183

⁸ Jean-Jacques Lambin, MARKETING ESTRATÉGICO, Editorial MacGraw-Hill, España, 1.995. pp. 185

En este párrafo se hace necesario lograr una definición más precisa del mercado de referencia que se identifica de mejor manera con el servicio que se propone en este estudio; es decir, se desea definir de manera precisa al grupo de consumidores que representen un mayor potencial o que resulten ser más atractivos del conjunto del mercado en general para los propósitos del presente estudio de mercado.

2.4.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

Las variables que a continuación se listan, servirán para segmentar el mercado objetivo:

- Variables Geográficas: entre las que se podrían considerar: la ciudad de residencia, y el tamaño de la ciudad.
- Variables Demográficas: entre las que se podrían considerar: la edad, el sexo, tamaño de la familia, el ciclo de vida de la familia, los ingresos, la ocupación, el estado civil, la educación, la religión, e incluso la raza.
- Variables Psicográficas: como la clase social, el estilo de vida, y la personalidad.
- Variables Conductuales: entre las cuales se podrían analizar: las ocasiones de uso, los beneficios percibidos, la condición de usuario, el estado de la lealtad, la etapa de disposición, la actitud hacia el servicio.

2.4.2 PROCESO DE SEGMENTACIÓN

Para realizar una eficiente segmentación del mercado de alojamiento temporal en un motel, se ha decidido seleccionar de las variables mencionadas en el párrafo anterior, a aquellas que sirvan para delimitar los segmentos más representativos del mercado meta; esta importante actividad se ha realizado con la ayuda de una matriz de segmentación (Ver la TABLA 2.1), en la que se evaluará cada una de las variables atendiendo a criterios tales como: la medibilidad del segmento del mercado (segunda columna); la sustanciabilidad o cuan rentable es el segmento (tercera columna); la accesibilidad que podría tener un determinado segmento del mercado (cuarta columna); la accionabilidad del segmento; es decir, la posibilidad de dirigir esfuerzos precisos de mercadotecnia hacia dicho segmento (quinta columna). En adición a estos criterios, se emplearán los siguientes evaluadores para asignar puntuaciones a las variables de segmentación:

- 5 = ALTO
- 4 = MODERADO
- 3 = MEDIO
- 2 = BAJO
- 1 = MUY BAJO
- 0 = NULO

TABLA 2.1 MATRIZ DE SEGMENTACIÓN

VARIABLE DE SEGMENTACIÓN	CRITERIOS DE VALORACIÓN					
	MEDIBLE	SUSTAN- CIABLE	ACCESIBLE	ACCIO- NABLE	TOTALES	IMPOR- TANCIA
CIUDAD	3	3	5	4	15	VI
EDAD	5	5	4	5	19	I
SEXO	5	5	4	4	18	II
TAMAÑO DE LA FAMILIA	2	0	0	0	2	XVIII
CICLO DE VIDA DE LA FAMILIA	2	0	0	0	2	XVII
INGRESOS	4	5	4	3	16	III
ESTADO CIVIL	3	5	3	4	15	IV
OCUPACIÓN	4	4	4	3	15	V
EDUCACIÓN	4	3	3	3	13	VII
RELIGIÓN	3	0	0	0	3	XV
RAZA	2	0	0	0	2	XVI
CLASE SOCIAL	2	3	1	1	7	XI
ESTILO DE VIDA	2	2	2	2	8	X
PERSONALIDAD	2	2	2	2	8	IX
OCASIONES	1	2	2	2	7	XII
BENEFICIOS PERCIBIDOS	1	0	0	0	1	XIX
CONDICIÓN DE USUARIO	4	4	2	2	12	VIII
CLASIFICACIÓN DEL USO	4	1	1	1	7	XIII
ACTITUD HACIA EL SERVICIO	3	1	1	1	6	XIV

FUENTE: Jean-Jacques Lambin, MARKETING ESTRATÉGICO
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

En la primera columna de esta tabla se puede observar la descripción de la variable de segmentación que será sometida al proceso de evaluación; a partir de la segunda columna, se listan los criterios de evaluación. En la séptima columna de la matriz de segmentación; se han identificado diez posibles variables que servirían para segmentar el mercado de alojamiento temporal en un motel, las cuales en orden de importancia para este estudio son: Edad, Sexo, Ingresos, Estado Civil, Ocupación, Ciudad, Educación, Condición de Usuario, Personalidad y Estilo de Vida.

Del análisis individual realizado a cada una de las variables seleccionadas, se deduce con respecto a la variable Edad, que es sumamente importante para este estudio de mercado el considerar solo a los individuos que sean mayores de 18 años, debido a que es prácticamente imposible que un menor de edad acceda a este tipo de servicios.

En lo referente a la variable Sexo, se debe considerar que son los hombres los principales usuarios de este tipo de servicios, y si bien, para acceder al mismo, es necesario hacerlo en pareja, son los varones quienes de manera mayoritaria, deciden cuando y donde demandarlos.

La variable Ingresos servirá para descubrir cuáles son los niveles de ingresos de los posibles usuarios del servicio, y para este caso específico, sería muy conveniente considerar solo aquellas personas que posean ingresos que de manera generalizada, les permitan solventar los gastos en que incurrirían al solicitar este tipo de servicios.

Atendiendo a la variable Estado Civil, sería valioso poder segmentar al mercado de referencia de esta manera, pero debido al carácter privado del servicio, sería inoportuno preguntar de manera directa a los potenciales clientes del servicio sus impresiones al respecto, debido a que podrían muchos de ellos evitar hablar sobre este tema.

En lo referente a la variable Ocupación, se segmentará al mercado referencial considerando a los individuos ocupados plenos; es decir, aquellos que laboran como mínimo 40 horas a la semana y como consecuencia, poseen fuentes de ingresos estables. Sería importante conocer que grupo de usuarios de determinadas ramas, se identifican con el servicio propuesto, pero se hace difícil medir esta característica del segmento, por lo que esta actividad se realizará en la encuesta que se aplicará a la población objetivo del presente estudio de mercado.

En lo referente a la variable Ciudad, se analizarán los gustos y preferencias de los usuarios de las ciudades de Latacunga y Salcedo, debido a que la localización propuesta del establecimiento, se encuentra entre las ciudades mencionadas. También se analizará la densidad poblacional de cada ciudad y su variación a lo largo del periodo de estudio del presente proyecto que va desde el año 1.990 hasta el 2.001.

Las restantes variables de segmentación, que no contribuyen de manera específica para determinar la población objetivo del presente estudio de mercado, serán evaluadas en la encuesta que será aplicada a la población objetivo, con el propósito de conseguir una microsegmentación adecuada del mercado de referencia, que permita la elección de segmentos objetivos; decidir un posicionamiento, y elegir un programa de marketing objetivado y adaptado a las características de los segmentos objetivos.

2.4.3 POBLACIÓN OBJETIVO

Como paso previo e importante, al analizar la demanda de habitaciones para establecimientos moteleros en las ciudades de Latacunga y Salcedo, se hace absolutamente necesario definir la población objetivo motivo de este estudio; es decir, aquellos estratos y posteriormente segmentos de la población de éstas dos ciudades, que se convertirían en clientes potenciales del servicio de alojamiento temporal del nuevo motel.

Atendiendo a las consideraciones establecidas para cada variable de segmentación mencionada en el párrafo anterior, en los párrafos siguientes, se intentará delimitar al segmento compuesto por los hombres mayores de edad, ocupados plenos, y que habiten en el casco urbano de las ciudades de Latacunga y Salcedo.

Para cuantificar a la Población Objetivo; en primer lugar, se debe identificar a la población urbana de las dos ciudades motivo de estudio; para lograr este

propósito, se apoyará la investigación en la información de la población urbana total de la región Sierra, desglosada para cada una de las provincias que la componen y correspondientes a los años de estudio del presente proyecto que es el periodo comprendido entre los años 1.990 hasta el 2.001.

La TABLA 2.2 que se muestra a continuación, reproduce la información del INEC referente a la población urbana total de las provincias de la región Sierra, desglosada para cada uno de los años del periodo de estudio. Las dos últimas columnas de esta tabla muestran la información referente a la provincia de Cotopaxi y el total regional.

TABLA 2. 2 POBLACIÓN URBANA (P.U.), POR AÑO, PROVINCIA, Y REGIÓN SIERRA

AÑO	PROVINCIA										TOTAL SIERRA
	Azuay	Bolivar	Cañar	Carchi	Chimborazo	Imbabura	Loja	Pichincha	Tungurahua	Cotopaxi	
1.990	228.642	33.419	57.051	59.497	123.590	133.984	155.060	1.380.527	157.735	66.572	2.396.077
1.991	238.039	34.704	59.202	61.140	128.047	139.771	160.693	1.435.480	163.435	69.701	2.490.212
1.992	249.331	36.020	64.182	62.758	132.516	145.637	166.107	1.491.727	169.215	72.692	2.590.185
1.993	259.534	41.558	66.379	64.377	139.939	151.592	171.585	1.546.972	175.064	76.751	2.693.751
1.994	268.895	43.080	68.567	66.022	144.451	157.648	177.136	1.602.632	180.980	79.842	2.789.253
1.995	278.316	44.583	70.748	67.720	149.040	163.819	182.838	1.658.324	186.950	83.142	2.885.480
1.996	287.900	46.352	72.983	69.459	153.833	170.106	188.676	1.714.105	193.032	86.628	2.983.074
1.997	297.550	48.115	75.155	71.212	158.709	176.484	194.620	1.770.377	199.198	90.102	3.081.522
1.998	307.208	49.866	77.341	73.011	163.486	183.055	200.854	1.826.834	205.392	93.767	3.180.814
1.999	316.811	51.596	79.560	74.888	168.319	189.656	206.986	1.883.168	211.629	97.714	3.280.327
2.000	326.380	53.296	81.772	76.873	173.081	196.401	213.340	1.939.068	217.807	102.057	3.380.075
2.001	312.594	43.268	75.601	72.152	157.780	172.212	183.313	1.714.315	188.327	93.575	3.013.137

FUENTE: INEC, Censo poblacional del año 1.990, proyecciones, y resultados definitivos Censo Poblacional del año 2.001

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

Sobre la base de la información que proporciona la TABLA 2.2, se ha elaborado la siguiente tabla.

TABLA 2.3 POBLACIÓN URBANA (P.U.) DE LA SIERRA, Y COTOPAXI, POR AÑO

AÑO	POBLACIÓN URBANA DE SIERRA	POBLACIÓN URBANA COTOPAXI	% P.U. COTOPAXI RESPECTO A LA SIERRA
1.990	2.396.077	66.572	0,0278
1.991	2.490.212	69.701	0,0280
1.992	2.590.185	72.692	0,0281
1.993	2.693.751	76.751	0,0285
1.994	2.789.253	79.842	0,0286
1.995	2.885.480	83.142	0,0288
1.996	2.983.074	86.628	0,0290
1.997	3.081.522	90.102	0,0292
1.998	3.180.814	93.767	0,0295
1.999	3.280.327	97.714	0,0298
2.000	3.380.075	102.057	0,0302
2.001	3.013.137	93.575	0,0311

FUENTE: INEC, Censo poblacional del año 1.990, proyecciones, y resultados definitivos del Censo Poblacional del año 2.001

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

La TABLA 2.3, reproduce en su segunda columna el total de la población urbana de la región Sierra de la TABLA 2.2; en la tercera columna reproduce el total de población urbana de la provincia de Cotopaxi; y en la cuarta columna, se muestra el resultado del cálculo del porcentaje de población urbana (P.U.) de la provincia de Cotopaxi, con relación a toda la región Sierra.

Recurriendo siempre a los datos que proporcionan los Censos Poblacionales de los años 1.990 y 2.001, se ha reunido la información concerniente a la población urbana de las ciudades de Latacunga y Salcedo; elaborándose de esta manera la siguiente tabla.

TABLA 2.4 POBLACIÓN URBANA MASCULINA (P.U.M.) DE COTOPAXI, POR AÑO, Y CIUDAD

AÑO	COTOPAXI			LATACUNGA			SALCEDO		
	POBLACIÓN URBANA	POBLACIÓN URBANA	PORCENTAJE DE	POBLACIÓN URBANA	POBLACIÓN URBANA	% P.U.M. RESPECTO A	POBLACIÓN URBANA	POBLACIÓN MASCULINA	% P.U.M. RESPECTO A
	TOTAL	MASCULINA	MASCULINIDAD	TOTAL	MASCULINA	COTOPAXI	TOTAL	URBANA	COTOPAXI
1.990	66.572	30.907	0,4643	40.284	18.702	0,6051	7.660	3.556	0,1151
1.991	69.701	32.553	0,4670	41.457	19.362	0,5948	7.850	3.666	0,1126
1.992	72.692	34.027	0,4681	42.576	19.930	0,5857	8.018	3.753	0,1103
1.993	76.751	35.791	0,4663	43.707	20.382	0,5695	8.197	3.822	0,1068
1.994	79.842	37.249	0,4665	44.859	20.928	0,5618	8.387	3.913	0,1050
1.995	83.142	38.552	0,4637	46.089	21.371	0,5543	8.622	3.998	0,1037
1.996	86.628	40.206	0,4641	47.395	21.997	0,5471	8.894	4.128	0,1027
1.997	90.102	41.873	0,4647	48.691	22.628	0,5404	9.168	4.261	0,1018
1.998	93.767	43.370	0,4625	50.098	23.172	0,5343	9.454	4.373	0,1008
1.999	97.714	45.121	0,4618	51.626	23.839	0,5283	9.743	4.499	0,0997
2.000	102.057	46.744	0,4580	53.441	24.477	0,5236	10.029	4.593	0,0983
2.001	93.575	45.236	0,4834	51.689	24.886	0,5501	9.853	4.635	0,1025

FUENTE: INEC, Censo poblacional del año 1.990, proyecciones, y resultados definitivos del Censo Poblacional del año 2.001
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

La tabla anterior se ha dividido básicamente en tres grandes bloques, debido a que cada uno de ellos, reúne la información de la provincia de Cotopaxi y de cada una de las ciudades motivo de este estudio. La segunda columna de esta tabla corresponde al total de población urbana de la provincia de Cotopaxi; la tercera columna reúne los datos de la población urbana masculina (P.U.M.) de Cotopaxi; la cuarta columna muestra los resultados del cálculo del porcentaje de masculinidad de la población urbana de la provincia, este porcentaje se empleará en el cálculo de la población urbana masculina de las ciudades bajo estudio, considerando como base la información de la población urbana de cada una de ellas, debido a que el dato por sí solo no se encuentra publicado, y debe ser derivado de esta manera.

En la quinta y octava columnas de la TABLA 2.4 se muestra la información de los censos mencionados anteriormente, correspondientes a la población urbana de las ciudades bajo estudio, para cada uno de los años que constituyen el periodo de estudio de este proyecto. La sexta y novena columnas, corresponden a la multiplicación del porcentaje de masculinidad de la población urbana de la provincia calculado en la cuarta columna, por los correspondientes datos de la quinta y octava columnas de esta tabla, lo que da como resultado el total de población urbana masculina de cada ciudad.

La séptima y décima columnas de la TABLA 2.4, corresponden al cálculo del porcentaje que representa la población urbana masculina (P.U.M.) de cada ciudad, con relación al total de la población urbana masculina total de la provincia de Cotopaxi (tercera columna); este porcentaje así calculado será de gran utilidad en el cálculo de la de la población urbana masculina ocupada de cada ciudad, la que luego se constituirá en nuestra población objetivo.

Sobre la base de los datos publicados en la Encuesta Anual de Empleo, Desempleo y Subempleo; se ha procedido a realizar el análisis de la población ocupada plena de la región Sierra. Es importante recordar que el mencionado censo, se realiza solo para las regiones naturales más importantes del país y

tomando como referencia las ciudades más representativas de cada una de ellas; por tal motivo, no se encuentran estadísticas específicas de la población ocupada plena de las ciudades de Salcedo y Latacunga. Para individualizar este rubro, se ha tomado como referencia a la población urbana masculina ocupada plena (P.U.M.O) de toda la región Sierra⁹, de la cual se derivará la porción correspondiente a cada ciudad, con la ayuda de los dos índices calculados anteriormente, tales como el porcentaje de población urbana de Cotopaxi respecto a la Sierra (Ver la TABLA 2.3), y el porcentaje de población urbana masculina de cada ciudad con relación al total de toda la Provincia (Ver la TABLA 2.4).

TABLA 2.5 POBLACIÓN URBANA MASCULINA OCUPADA (P.U.M.O) DE LA SIERRA, DE COTOPAXI, POR AÑO, Y CIUDAD

AÑO	P.U.M.O TOTAL SIERRA (habitantes)	P.U.M.O TOTAL COTOPAXI (habitantes)	LATACUNGA		SALCEDO	
			% P.U.M. RESPECTO A COTOPAXI	P.U.M.O TOTAL (habitantes)	% P.U.M. RESPECTO A COTOPAXI	P.U.M.O TOTAL (habitantes)
1.990	275.990	7.668	0,6051	4.640	0,1151	882
1.991	308.986	8.649	0,5948	5.144	0,1126	974
1.992	311.086	8.730	0,5857	5.113	0,1103	963
1.993	304.191	8.667	0,5695	4.936	0,1068	926
1.994	315.007	9.017	0,5618	5.066	0,1050	947
1.995	365.466	10.531	0,5543	5.837	0,1037	1.092
1.996	365.175	10.605	0,5471	5.802	0,1027	1.089
1.997	375.275	10.973	0,5404	5.930	0,1018	1.117
1.998	372.875	10.992	0,5343	5.873	0,1008	1.108
1.999	308.045	9.176	0,5283	4.848	0,0997	915
2.000	326.761	9.866	0,5236	5.166	0,0983	970
2.001	398.825	12.386	0,5501	6.814	0,1025	1.269

FUENTE: INEC, Censo poblacional del año 1.990, proyecciones, y resultados definitivos del Censo Poblacional del año 2.001, Encuesta anual de Empleo, Desempleo y Subempleo.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

La TABLA 2.5, reúne los resultados del Censo de Empleo, Desempleo y Subempleo; que hacen referencia a la población urbana masculina ocupada plena de toda la región Sierra para cada uno de los años en estudio (datos que se muestran en la segunda columna), de la multiplicación de los valores de esta

⁹ Inec, ENCUESTA ANUAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO, QUITO, ECUADOR.

columna por el porcentaje de población urbana de la provincia de Cotopaxi respecto a la región Sierra, calculado en la cuarta columna de la TABLA 2.3, se obtiene como resultado el número de hombres que conforman la población urbana masculina ocupada plena (P.U.M.O.) de Cotopaxi, ver la tercera columna.

La cuarta y sexta columnas de la TABLA 2.5 reproducen los porcentajes de población urbana masculina de cada ciudad que fueran calculados en la TABLA 2.4, en la sexta y novena columnas respectivamente. La quinta y séptima columnas de la TABLA 2.5 muestran el resultado de la multiplicación de la columna número tres, de esta tabla, por la cuarta y sexta columnas respectivamente, operación que da como resultado el total de la población urbana masculina ocupada plena (P.U.M.O.), de las ciudades de Latacunga y Salcedo.

TABLA 2.6 POBLACIÓN MASCULINA OCUPADA, Y POBLACIÓN OBJETIVO, POR CIUDAD, Y AÑO

AÑO	P.U.M.O		POBLACIÓN OBJETIVO TOTAL
	LATACUNGA TOTAL	SALCEDO TOTAL	
1.990	4.640	882	5.522
1.991	5.144	974	6.118
1.992	5.113	963	6.076
1.993	4.936	926	5.861
1.994	5.066	947	6.013
1.995	5.837	1.092	6.930
1.996	5.802	1.089	6.891
1.997	5.930	1.117	7.046
1.998	5.873	1.108	6.981
1.999	4.848	915	5.763
2.000	5.166	970	6.136
2.001	6.814	1.269	8.083

FUENTE: TABLA No. 2.5
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

La tabla anterior en la segunda y tercera columnas reproduce la información de la quinta y séptima columnas de la TABLA 2.5, que corresponde a la población urbana masculina ocupada de las ciudades de Latacunga y Salcedo

respectivamente, y cuya suma se constituye en la población objetivo del presente estudio de mercado, cifra que se muestra en la cuarta columna de esta tabla.

En esta última tabla, se ha conseguido delimitar a la población objetivo del presente estudio de mercado, estimándose que para el año 2.001 serían 8.083 los posibles usuarios del servicio de alojamiento temporal, rubro compuesto por hombres que pertenecen a la población ocupada plena; es decir, que poseen una fuente de ingresos estable, y que habitan en los núcleos urbanos de las ciudades de Salcedo y Latacunga.

2.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En el presente estudio de mercado, la demanda del servicio de alojamiento temporal en un motel, será analizada, atendiendo a los siguientes criterios:

- *En relación con su oportunidad*, será identificada como una demanda potencial insatisfecha; es decir, que los establecimientos actuales no están en capacidad de cubrir los requerimientos actuales del mercado.
- *En relación con su necesidad*, será considerada como una demanda de servicios no necesarios, de gusto suntuario, o de lujo, debido a que la demanda del presente servicio se la realiza con la intención de satisfacer un placer, más no una necesidad apremiante.
- *En relación con su temporalidad*, será identificada como una demanda continua; es decir que permanece latente, aún en crecimiento, ya que no obedece a estaciones como las climatológicas o comerciales predeterminadas.
- *En relación con su destino*, será una demanda de consumo final; es decir, que no se pretende tercerizar el servicio, menos aún franquiciarlo.

Considerando que el servicio que el motel ofrecerá no es nuevo, y que existen otros establecimientos que se dedican a la prestación del mismo, se ha determinado que el análisis de la demanda propuesto en este párrafo se orienta hacia una *expansión de la demanda*, la misma que en su caracterización, presenta los siguientes componentes:

- *Acercamiento a nuevos estratos de consumidores*; es decir, que el presente estudio de mercado, pretenderá orientar los servicios del motel, a individuos de clases económicas media y alta, de tal manera que se ofrecerá un servicio de primera categoría, con especificaciones y normas internacionales; se buscará que los clientes potenciales, vean a este servicio como algo diferente y novedoso, ya que se desea incluir servicios adicionales que darán un valor agregado al alojamiento temporal.
- *La absorción de parte de un mercado de la competencia*, al ofrecer un servicio diferenciado, superior y que incluso sobrepase las expectativas de los clientes potenciales, con la creación de este motel, se prevé incorporar a su cartera de clientes a aquellos clientes insatisfechos con los servicios de la competencia.
- *Incremento de las compras de los consumidores actuales*, la intención básica de este proyecto es el ofrecimiento de un servicio en las mismas condiciones y calidad desde el primer día de operación, con el propósito de crear fidelidad en sus usuarios, a través de la manutención siempre adecuada de sus instalaciones; adicionalmente, al pretender comercializar otros productos que sus competidores no poseen (sexy shop), y al ofrecer otros servicios como la sauna y el hidromasaje, se pretende incrementar las ventas dentro del establecimiento; en definitiva, se desea convertir a este motel en un centro de diversión y relax destinado al público adulto.

2.5.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA A PARTIR DE FUENTES SECUNDARIAS

Los párrafos siguientes, muestran los esfuerzos realizados para determinar el rubro gasto promedio en servicios de alojamiento por jefe de familia, expresado en dólares; posteriormente se procederá a calcular la demanda de alojamiento temporal expresada en el número de prestaciones por plaza para las ciudades de Latacunga y Salcedo. De esta manera se desea prever el comportamiento futuro de las ventas que el motel objeto de este proyecto podrá generar durante su vida útil, dichos ingresos servirán para sustentar los gastos que se generarán para solventar su normal operación, y que justifiquen la inversión que sus gestores deberán realizar para ejecutar la obra.

2.5.1.1 ANÁLISIS DE LA CANASTA FAMILIAR E IPCU EN LA CIUDAD DE LATACUNGA.

El Índice de Precios al consumidor del Área Urbana (IPCU), es un indicador que mide la evolución de los precios correspondientes al conjunto de artículos que conforman la Canasta Familiar de los hogares del área urbana del país. El cálculo del índice tiene como período base al comprendido entre Septiembre de 1.994 y Agosto 1.995.

La investigación del IPCU está dirigida a los hogares del área urbana del país en las doce ciudades que constan en el CUADRO A1 **CIUDADES CONSIDERADAS AL ANALIZAR EL IPCU** (Ver el Anexo No.1). Se excluyeron los hogares con ingresos más altos, en razón de la gran dispersión en sus hábitos de consumo. Es importante señalar que la cobertura territorial del IPCU alcanza el 67% de la población urbana, según las proyecciones de población para 1.996.

Los artículos seleccionados para la investigación del IPCU son aquellos más representativos en el consumo de los hogares del ámbito de investigación definido y cuya especificación ha sido descrita convenientemente, de tal forma que los

precios observados regularmente correspondan exactamente a los mismos artículos y a las mismas unidades de medida establecidas en la investigación para el período base.

Los 197 artículos que componen la canasta familiar han sido clasificados, en primera instancia, en las diez agrupaciones que se puntualizan en el CUADRO **A.2 AGRUPACIONES DE LOS COMPONENTES DE LA CANASTA FAMILIAR** (Ver el Anexo No. 2)

Al interior de cada uno de estas agrupaciones, los artículos han sido nuevamente clasificados en grupos y subgrupos, en virtud de la afinidad que guardan entre sí. Los 27 grupos y 59 subgrupos definidos se mencionan en el CUADRO **A.3 GRUPOS Y SUBGRUPOS QUE COMPONEN LA CANASTA FAMILIAR**, según agrupación principal. (Ver el Anexo No. 3)

El proceso continuo de investigación de precios correspondiente a los artículos que conforman la canasta familiar, se inició en junio de 1.996, en los establecimientos de mayor concurrencia de los hogares que se consideraron para la investigación.

La periodicidad con la que se toman los precios, varía de acuerdo y está en directa relación a la frecuencia con la que son adquiridos por la mayoría de los consumidores. Los precios de 189 artículos usada para los alimentos de periodicidad mensual o menor (semanal o quincenal), en cambio que los 8 restantes tienen periodicidad de investigación supramensual.

Para la obtención de los precios se aplican dos modalidades diferentes: una mediante la compra de artículos (usada para los alimentos de periodicidad semanal o quincenal), con precios muy variables y pesos de expendio poco

exactos); y otra, mediante la averiguación respectiva en visita al establecimiento y entrevista directa con el informante, generalmente su dueño o administrador.

Los precios investigados corresponden a los realmente pagados por el consumidor. Los precios fijados por las autoridades, son considerados solamente si se aplican en el mercado; los impuestos vigentes para la compraventa, pagados por el comprador, se incluyen en los precios registrados para el índice.¹⁰

Como primer paso se ha decidido analizar la Canasta Familiar y su variación para cada uno de los años bajo estudio.

TABLA 2.7 CANASTA FAMILIAR POR AÑO, Y VARIACIÓN ANUAL PORCENTUAL

AÑO	COSTO (U.S.D)	VARIACIÓN ANUAL (%)
1.990	207,21	3,48
1.991	215,51	4,01
1.992	256,59	19,06
1.993	302,90	18,05
1.994	362,09	19,54
1.995	360,71	-0,38
1.996	372,50	3,27
1.997	395,71	6,23
1.998	374,40	-5,39
1.999	218,19	-41,72
2.000	252,93	15,92
2.001	313,56	23,97

FUENTE: INEC, Índice de precios al consumidor del área Urbana IPCU
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán B.

En la segunda columna de la tabla anterior se puede apreciar el precio en dólares de la canasta familiar, tomando siempre como referencia al mes de Diciembre de cada año que constituye el periodo de estudio de este proyecto, desde el año 1.990 hasta el año 2.001; en la tercera columna de esta misma tabla, se puede

¹⁰ Inec, BOLETÍN DEL IPCU, generalidades y metodología, 2.001. Ed. INEC. Ecuador.

apreciar la variación porcentual del valor de la Canasta Familiar con relación a la del año anterior; este cálculo se ha realizado empleando la fórmula que se muestra en el ANEXO No.4 bajo el título de Cálculo de Variaciones Porcentuales de los Índices.

2.5.1.2 DEMANDA HISTÓRICA DE ALOJAMIENTO.

En esta sección, se hace necesario individualizar la porción del consumo o del gasto, que destina un jefe de familia del total de la canasta familiar al servicio de alojamiento temporal, que es lo que en definitiva interesa al presente proyecto. Sobre la base de la información que presenta la segunda columna de la TABLA 2.7, que corresponde al valor histórico en dólares de la Canasta Familiar; de este rubro general, se procederá a derivar el valor correspondiente gasto de alojamiento temporal para cada uno de los años considerados en este estudio; se empleará para este propósito la ponderación del rubro alojamiento específico para la ciudad de Latacunga, la que se ha identificado como la primera ciudad que conforma la población objetivo, y cuya proyección servirá también para los cálculos que se requieren para el mismo propósito en la ciudad de Salcedo.

De la información que provee el INEC, sobre las variaciones, componentes y ponderaciones del IPCU, se ha individualizado que la ponderación del rubro alojamiento; es decir, su peso en el total de la canasta familiar; y que en este caso específico para la ciudad de Latacunga, corresponde a un valor de 0,006366.

De la simple multiplicación del valor mensual de la canasta familiar de cada uno de los años en estudio por la ponderación anteriormente mencionada, se deriva el gasto alojamiento promedio mensual en dólares por jefe de familia, para la ciudad de Latacunga, el que se utilizará también como base para la ciudad de Salcedo; el cálculo anteriormente descrito se muestra en la segunda columna de la siguiente tabla.

TABLA 2.8 GASTO ALOJAMIENTO PROMEDIO POR JEFE DE FAMILIA

AÑO	GASTO ALOJAMIENTO	
	MENSUAL (U.S.D)	ANUAL (U.S.D)
1.990	2,6772	32,1258
1.991	2,7844	33,4127
1.992	3,3151	39,7817
1.993	3,9135	46,9616
1.994	4,6782	56,1384
1.995	4,6604	55,9245
1.996	4,8127	57,7524
1.997	5,1126	61,3509
1.998	4,8372	58,0470
1.999	2,8190	33,8282
2.000	3,2679	39,2143
2.001	4,0512	48,6143

FUENTE: TABLA No. 2.7; INEC, BOLETÍN del IPCU
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán B.

La tercera columna de esta tabla, muestra el cálculo del gasto anual por jefe de familia promedio de la ciudad de Latacunga; calculado de la multiplicación del gasto mensual por el número de meses que corresponden al año.

Sobre la base de los cálculos correspondientes a la población objetivo del estudio, así como del gasto anual promedio que comúnmente se destina al servicio de alojamiento, en las ciudades que corresponden a este estudio, se ha procedido a calcular la demanda histórica de alojamiento temporal en las dos ciudades, sobre la base de los datos de población objetivo de la TABLA 2.6 y del gasto anual de alojamiento de la TABLA 2.8, los cuales se reproducen por motivos didácticos la segunda y tercera columnas de la siguiente tabla.

TABLA 2.9 DEMANDA DE ALOJAMIENTO POR POBLACIÓN OBJETIVO

AÑO	GASTO ANUAL ALOJAMIENTO (U.S.D)	POBLACIÓN OBJETIVO TOTAL	DEMANDA TOTAL ANUAL ALOJAMIENTO (U.S.D)
1.990	32,1258	5.522	177.411,31
1.991	33,4127	6.118	204.419,46
1.992	39,7817	6.076	241.730,91
1.993	46,9616	5.861	275.253,45
1.994	56,1384	6.013	337.582,23
1.995	55,9245	6.930	387.530,16
1.996	57,7524	6.891	397.951,90
1.997	61,3509	7.046	432.290,88
1.998	58,0470	6.981	405.229,40
1.999	33,8282	5.763	194.950,64
2.000	39,2143	6.136	240.611,56
2.001	48,6143	8.083	392.947,58

FUENTE: TABLAS No. 2.6 y 2.8
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán B.

La cuarta columna de esta tabla, muestra los resultados de la multiplicación de los datos de segunda y tercera columnas, valor que corresponde a la demanda histórica de alojamiento temporal en la población objetivo de las ciudades de Latacunga y Salcedo, para cada uno de los años bajo estudio.

2.5.1.3 ANALISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS POR HABITACIÓN.

Debido a que el INEC realizó un estudio mas detallado de los componentes de la Canasta Familiar a partir del mes de Agosto del año 1.996, es imposible encontrar la información del rubro alojamiento para años anteriores, por lo que los precios históricos de las habitaciones de la localidad se analizarán desde el mes de diciembre de 1.996, hasta el mismo mes del año 2.001, periodo en el cual se cerró la investigación.

La información reunida, se muestra en la segunda columna de la TABLA A1 **INDICE DEL RUBRO ALOJAMIENTO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**, (Ver el

Anexo No. 5); la tercera columna de la referida tabla, muestra la variación porcentual que ha sufrido el mencionado índice para cada año, con referencia al año anterior, conocida Inflación de los precios del rubro alojamiento en la ciudad de Latacunga; el cálculo se lo ha realizado con la ayuda de la fórmula que se muestra en el ANEXO No. 4.

La inflación de los precios de alojamiento, podría emplearse en la proyección de los precios de las habitaciones del Motel; que servirán para sustentar las ventas de habitaciones del establecimiento, elemento esencial del estudio económico de este proyecto de factibilidad.

La empresa UNIVENSA, publicó la guía hotelera y turística “Caminos del Ecuador”, en el año 1.998, de la cual se ha tomado como referencia el precio de ocho dólares de la habitación del motel “Los Sauces”, que es el único registrado como de primera categoría en los archivos del Ministerio de Turismo; en el departamento de control de calidad del mencionado ministerio se observó que los precios de los establecimientos hoteleros, no son regulados desde 11 años atrás, existiendo total libertad para la fijación de precios, por lo que esta institución no posee un registro histórico de los precios de las habitaciones; ni la Cámara de turismo de Pichincha, aún menos la de Cotopaxi poseen ese tipo de registros, tampoco fue posible establecer esta información con la ayuda del presidente de la Asociación de Hoteleros de Cotopaxi el Sr. Miguel Garzón, quien es propietario de la residencial “Las Vegas” en la ciudad de Salcedo, y quien tampoco proporcionó los precios históricos aplicados a las habitaciones de su establecimiento.

De las investigaciones mensuales que realizan los empleados del INEC de Cotopaxi, sobre los precios de los componentes de la Canasta Familiar de ciudad de Latacunga; se descubre que son tres los establecimientos cuyos precios por habitación constituyen la muestra de este rubro; las especificaciones del servicio consultado son:

- Hotel COTOPAXI, tres estrellas, costo de habitación sencilla doble por noche.

- Hotel RODELÚ, tres estrellas, costo de habitación sencilla doble por noche.
- Hotel TILIPULO, tres estrellas, costo de habitación sencilla por noche¹¹.

En la tabla siguiente, se muestran los precios por habitación, año, y establecimiento; la segunda columna muestra la cotización del Dólar Americano en Suces, al mes de Diciembre de cada uno de los años del estudio; la tercera, cuarta y quinta columnas muestran los precios referenciales de las habitaciones de los hoteles, en Suces y al mes de Diciembre, mientras que las tres columnas restantes muestran aquellos precios pero expresados en dólares. El único establecimiento que podría servir como referencia para establecer un precio histórico es el Hotel Tilipulo; el mismo que sobre la base de la informaciones mostradas, presenta costos similares a los de un motel; al no existir registros anteriores al año 1.996, se considerará que el precio de ese año sirve como referencia para los que le anteceden.

TABLA 2.10 PRECIOS HISTÓRICOS POR HABITACIÓN

AÑO	U.S.D COTIZACIÓN EN SUCRES	PRECIO HABITACIÓN SUCRES			PRECIO HABITACIÓN (U.S.D)		
		HOTEL COTOPAXI	HOTEL RODELÚ	HOTEL TILIPULO	HOTEL COTOPAXI	HOTEL RODELÚ	HOTEL TILIPULO
1.990	880,43	-	-	-	-	-	-
1.991	1.244,10	-	-	-	-	-	-
1.992	1.806,00	-	-	-	-	-	-
1.993	1.989,00	-	-	-	-	-	-
1.994	2.247,00	-	-	-	-	-	-
1.995	2.914,00	-	-	-	-	-	-
1.996	3.627,00	40.000	49.500	50.000	11,03	13,65	13,79
1.997	4.321,00	60.000	49.500	50.000	13,89	11,46	11,57
1.998	6.391,00	60.000	55.000	60.000	9,39	8,61	9,39
1.999	12.215,92	110.000	120.000	90.000	9,00	9,82	7,37
2.000	25.000,00	-	-	-	10,00	14,00	8,00
2.001	25.000,00	-	-	-	12,00	14,00	10,00
2.002	25.000,00	-	-	-	14,00	16,00	10,00

FUENTE: INEC, BCE Cotización del Dólar Americano, INEC investigación mensual de precios IPCU

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán B.

¹¹ INEC, investigación mensual de precios que componen la canasta familiar.

2.5.1.4 DEMANDA HISTÓRICA DE PRESTACIONES POR PLAZA

Para el cálculo de la demanda histórica de prestaciones por plaza, es necesario considerar los datos de la demanda histórica de alojamiento en la población objetivo, que se muestran en la TABLA 2.9, los cuales se reproducen en la segunda columna de la TABLA 2.11 **DEMANDA HISTÓRICA DE PRESTACIONES POR PLAZA**; también en la tercera columna de esta tabla, se reproducen los precios históricos de las habitaciones definidos en la TABLA 2.10.

De la división de la segunda columna de esta tabla, por la tercera, se obtiene la demanda histórica de prestaciones por plaza; es decir, cuantas veces han sido demandadas las habitaciones de los moteles por los integrantes de la población objetivo.

TABLA 2.11 DEMANDA HISTÓRICA DE PRESTACIONES POR PLAZA

AÑO	DEMANDA ANUAL TOTAL ALOJAMIENTO (U.S.D)	PRECIO POR HABITACIÓN (U.S.D)	DEMANDA ANUAL TOTAL PRESTACIONES POR PLAZA (PxP.)
1.990	177.411,31	13,79	12.865
1.991	204.419,46	13,79	14.824
1.992	241.730,91	13,79	17.529
1.993	275.253,45	13,79	19.960
1.994	337.582,23	13,79	24.480
1.995	387.530,16	13,79	28.102
1.996	397.951,90	13,79	28.867
1.997	432.290,88	11,57	37.359
1.998	405.229,40	9,39	43.164
1.999	194.950,64	7,37	26.461
2.000	240.611,56	8,00	30.076
2.001	392.947,58	10,00	39.295

FUENTE: TABLAS No. 2.9 y 2.10
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán B

2.5.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA A PARTIR DE FUENTES PRIMARIAS

2.5.2.1 CÁLCULO DE LA MUESTRA

En el párrafo 2.4.3 de este estudio, se calculó la población objetivo para cada uno de los años que comprenden el periodo de estudio; partiendo de ese dato inicial, se procederá a calcular la muestra de la población a la que se aplicará un cuestionario con el propósito de recabar la información necesaria para realizar las estimaciones puntuales que son indispensables para la toma de decisiones tendientes a la ejecución y posterior funcionamiento del presente proyecto. De los datos de la población objetivo calculados en la TABLA 2.6, se considerará para el cálculo de la muestra solo el valor correspondiente al año más próximo al de realización de este proyecto, de esta manera identificamos que para el año 2.001, la población objetivo de este estudio está constituida por 8.083 caballeros, de diversos estratos, pero todos y cada uno de ellos pertenecientes a la población ocupada plena.

Se ha decidido realizar un muestreo aleatorio simple sin reposición; es decir, que literalmente se podría aplicar el cuestionario a todos y cada uno de los integrantes de la población objetivo; además al calcular el tamaño de la muestra, se debía considerar que al encuestar a un segmento pequeño de la población se incurrirá siempre en un error muestral, error que podrá reducirse solamente al incrementar el tamaño de la muestra. Se hace necesario a este punto, delimitar las circunstancias bajo las cuales se desarrollará el trabajo de campo: en primer lugar se elegirá un nivel confiabilidad para la validez de la inferencia estadística que se realizará con los resultados de la encuesta, se ha decidido trabajar con un nivel del noventa y cinco por ciento de que la porción verdadera de usuarios del servicio se encuentren a dos desviaciones estándares de la media asumiendo que la distribución de frecuencias sea normal; de similar manera, se estima conveniente establecer un nivel de error del diez por ciento de que la porción de

usuarios del servicio del nuevo motel, se encuentre a más o menos 0,1 de la porción de la muestra.

Al aseverar que todo elemento de la población tendrá la misma probabilidad de ser escogido, se habla de una probabilidad de ocurrencia del cincuenta por ciento, y en igual porcentaje la probabilidad de no ocurrencia.

Otra consideración importante es aquella que concierne a la fórmula del cálculo de la muestra. Debido a la inexistencia de información sobre la desviación estándar poblacional correspondiente a la porción de usuarios del servicio de alojamiento temporal en un motel, ni mucho menos de aquella del consumo de alojamiento en un motel; se empleará la fórmula de cálculo de la muestra para la estimación de porciones¹², utilizando los cinco parámetros que anteriormente se analizaron y que son:

- Población
- Nivel de confianza
- Margen de error
- Probabilidad de ocurrencia
- Probabilidad de no ocurrencia.

El cálculo del tamaño de la muestra, se puede observar en detalle en el ANEXO No. 6. Para este caso específico, la muestra que se ajusta a los parámetros fijados corresponde a una que esté conformada por noventa y cinco personas, los mismos que serán elegidos al azar y de los cuales para no sesgar la información, se seleccionarán en la ciudad de Salcedo quince individuos, y en la ciudad de Latacunga se encuestarán a ochenta individuos que laboren en diversos sectores económicos y productivos.

¹² BERENSON, LEVINE, Estadística Básica en Administración, Ed. Prentice Hall, 1.996, México.

2.5.2.2 ENCUESTA APLICADA PARA CUANTIFICAR EL CONSUMO DE ALOJAMIENTO

El consumo de alojamiento en un motel, al ser considerado éste como un servicio del que muchos preferirían no hablar, es difícil cuantificarlo por medio de encuestas, debido a la abstinencia de los encuestados para proporcionar la frecuencia de uso de ese tipo de servicios, así como de los montos gastados en estos establecimientos. Se ha renunciado al hecho de obtener esta información de manera directa, de tal manera que la encuesta de manera definitiva buscará proporcionar lo siguiente:

- Información que permita segmentar el mercado objetivo.
- Información que permita configurar un servicio eficiente.
- Información que permita estimar las ventas futuras que podría generar el motel.
- Información que servirá para configurar una mezcla de mercadotecnia apropiada.
- Información que servirá para estudiar la localización del proyecto.

El formulario que se puede observar en el ANEXO No. 7 corresponde a aquel que constituyó el cuestionario de prueba de la encuesta, el mismo que al aplicarse a una muestra aleatoria simple de 30 individuos, demostró tener las siguientes falencias:

- Causaba mucha confusión en los encuestados la posibilidad de tener varias opciones de respuesta a una sola pregunta, es por este motivo que en un nuevo cuestionario, se añadió al encabezamiento una sugerencia, que era aquella de leer todas las opciones de respuesta, y posteriormente señalar una sola opción para cada pregunta.
- De la prueba del cuestionario, en la pregunta número 8; aquellos encuestados que se definieron como no usuarios del servicio; en ese punto manifestaron su deseo de no continuar con la encuesta, es así como en el nuevo cuestionario,

ésta pregunta y la número 9, que guarda estrecha relación con la anterior, fueron trasladadas a una posición inferior, casi al final, para que quienes no son usuarios del servicio, contesten las primeras preguntas y ayuden con sus respuestas a la configuración de un servicio que les sería placentero.

- Las preguntas que tienen que ver con la iluminación, sonido y video de la habitación, que servirán para configurar el servicio, fueron trasladadas a puntos más altos o iniciales del cuestionario, con el propósito de inducir de una manera sutil al encuestado hacia el fin perseguido; es decir, para poder en ese momento hacerle preguntas más directas, ante las cuales tendría mayor predisposición para contestar.
- La pregunta número 13 que se refería al tipo de iluminación más adecuado para la habitación, que en el primer cuestionario era abierta, gracias a las sugerencias de los 30 encuestados, se transformó en una pregunta cerrada, acogiendo las opciones más votadas anteriormente.
- En lo referente a la pregunta 18, en la cual se pretendía realizar una confrontación de precios entre otros establecimientos visitados por el encuestado y el nuevo, resultó ser inapropiada, ya que ninguno de los encuestados, dio un precio diferente a la habitación del nuevo motel, por lo que en el nuevo cuestionario, se solicita a los encuestados, se limiten a dar un precio a la habitación del nuevo motel.
- La pregunta número 21 fue cambiada en su forma, mas no en el contenido, debido a que esta pregunta daba la idea al usuario, que debía acercarse a comprar esos artículos en una tienda, y no a la venta por catálogo que es la que se pretende impulsar dentro del establecimiento, se cambió el texto para apoyar el criterio de la venta por catálogo, brindando mayor privacidad al usuario.

- La pregunta número 25, al resultar ambigua, fue cambiada, debiendo inclusive modificarse los gráficos, con el afán de simplificar la selección de una respuesta adecuada.

El cuestionario que resultó al acoger todas las consideraciones anteriores, y que finalmente se aplicó a la muestra, se puede apreciar con detalle en el ANEXO No. 8.

Como el lector podrá observar en el anexo mencionado anteriormente, la encuesta está constituida por veinte y ocho preguntas repartidas en modo tal que captan la atención de los encuestados, introduciéndolos de una manera sutil en el propósito principal de la encuesta, que es aquel de recabar la información de manera fehaciente y apegada a la verdad, sin solicitar datos personales, debido a que toda la información es anónima.

Como paso posterior, se aplicó el cuestionario a individuos pertenecientes a las siguientes instituciones: ELEPCO S.A., ESPE-L, ECARNI, CEMDA-FAE, BANCO DEL PICHINCHA, ESTACIÓN DE SERVICIO MANUEL ALBÁN, LEVAPAN, PRODELTA, ICCO, INDUSTRIAS ALES, DEPORADE, CLÍNICA SAN MIGUEL, SAC; entre otras instituciones públicas y privadas, con el objetivo de no sesgar la información y de diversificar la muestra.

2.5.2.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Es necesario indicar que cada pregunta del cuestionario, se identifica con una variable de estudio, muchas de las cuales constituyen variables de segmentación del mercado objetivo; en este párrafo sólo se analizarán de manera individual aquellas preguntas relacionadas con éstas variables; las preguntas que guardan relación con la mezcla de mercadotecnia serán analizadas con mayor detalle en el párrafo 2.8 del presente estudio de mercado. El análisis de cada variable, estará constituido por una tabla de frecuencias de la variable, también se incluirá un

gráfico explicativo de los resultados, el mismo que será de barras o de pastel dependiendo de la multiplicidad de valores de cada variable.

Con la ayuda del programa estadístico SPSS versión 7.5, se ha procedido a tabular las encuestas; se elaboraron las tablas e ilustrado los resultados mediante gráficos, con la finalidad de facilitar la comprensión de la información así procesada.

2.5.2.3.1 GUÍA DE TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA

Para realizar un eficiente manejo de los datos que proporcionarán las encuestas, se ha elaborado una guía de tabulación de la encuesta, la misma que se muestra en el ANEXO No. 9; en la que se puede observar como cada pregunta, se identifica por su número; posteriormente se asigna un número a la variable que representa; se asigna una columna en el programa SPSS, que en este caso corresponde al mismo nombre de la variable, y también se asigna un formato de los que pueden ser procesados por el programa; la mayoría de las variables se definieron con formato de caracteres (string); para el caso del número de encuesta, se ha definido numérico (numeric); y para el precio propuesto del servicio, se ha establecido el formato moneda (currency). En la columna de definición de categorías, se ha codificado cada una de las opciones de las preguntas; es decir, los valores que cada variable puede aceptar.

2.5.2.3.2 TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA

Sobre la base de los parámetros establecidos en la guía de tabulación, se ha procedido a la tabulación de la totalidad de las encuestas aplicadas a la muestra, cabe mencionar que aquellas preguntas que tuvieron más de una selección como respuesta, fueron consideradas en el mejor de los casos con la primera opción, y cuando existieron muchas, se desechó esa respuesta. Todo el conjunto de datos tabulados en el programa SPSS, se muestran en el disco que acompaña al

presente proyecto, bajo el nombre de MOTEL.SAV; el lector podrá verificar la validez de la información y conocer de manera individual cada uno de los casos considerados; se debe aclarar, que cada columna corresponde a una variable, y que cada fila se identifica con un número de encuesta.

2.5.2.4 RESULTADOS DE LA ENCUESTA, POR PREGUNTA

a) PREGUNTA No. 1

En el ANEXO No. 10 se muestran los resultados de las encuestas referentes a la pregunta número uno del cuestionario, que se identifica con la variable Edad; la TABLA A3 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE EDAD**, resume las frecuencias y porcentajes que presentan a cada uno de los intervalos; estimándose de manera puntual que el 41,1% de los encuestados tienen edades comprendidas entre los 20 y 29 años; el 47,4% tienen edades entre los 30 y 39 años; el 8,4% tienen edades comprendidas entre los 40 y 49 años; y tan solo un 3,2% de los encuestados se encontraron en el intervalo de 50 y 59 años de edad.

En el GRAFICO No. 1, que se muestra en el mismo anexo, se pueden observar las distribuciones de frecuencias para cada intervalo; en el GRÁFICO No. 2, que corresponde a un gráfico de Pareto para esta variable, se puede deducir que el 80% del mercado meta de este servicio; es decir, aquel más representativo y elevadamente potencial se encuentra comprendido entre los intervalos de edad de 20 -29 y de 30 -39 años.

b) PREGUNTA No.2

En el ANEXO No. 11 se pueden observar los resultados obtenidos en las encuestas, referentes a la segunda pregunta del cuestionario, identificada con la

variable Estado Civil; la información de la TABLA A4 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE ESTADO CIVIL**, corresponde a la distribución de frecuencias para las opciones; de las cuales se puede estimar que el segmento más representativo se encuentra constituido por los Casados con un 58,9% de participación, los Solteros tienen una representación del 28,4%, los Divorciados tienen una participación del 6,3%, mientras que la Unión Libre participa con un 5,3% del total de los encuestados.

En el GRÁFICO No. 3, se puede observar con mayor detalle la mencionada distribución de frecuencias. En el GRÁFICO No. 4, que corresponde a un gráfico de Pareto se deduce que los segmentos potenciales más interesantes de usuarios para el servicio que se propone, lo constituyen los casados y los solteros.

c) **PREGUNTA No. 3**

En el ANEXO No. 12 se pueden apreciar los resultados de la pregunta número tres del cuestionario, identificada con la variable Educación, en la TABLA A5 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE EDUCACIÓN**, se puede observar la distribución de frecuencias de cada una de las opciones de la pregunta, así como también su respectivo porcentaje, de donde se deduce que el 63,2% de los encuestados posee educación superior, el 17,9% posee un grado de instrucción media, 16,8% posee un grado de instrucción de postgrado, y un 1,1% de los encuestados solo alcanzaron un grado de instrucción primaria.

En el GRÁFICO No. 5 que corresponde al gráfico de barras para las frecuencias de esta variable, se puede observar con mayor detalle la distribución de frecuencias de la variable Educación. El GRÁFICO No. 6, que corresponde a un gráfico de Pareto para esta variable, demuestra que los segmentos de la población objetivo más representativos y potenciales para este servicio son aquellos individuos que han alcanzado grados de instrucción Superior, Media y en una menor proporción aquellos que poseen una instrucción de Postgrado.

d) PREGUNTA No. 4

En el ANEXO No. 13, se puede apreciar el análisis de esta pregunta del cuestionario identificada con la variable Ocupación; la TABLA A6 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE OCUPACIÓN**, muestra las frecuencias alcanzadas por cada una de las opciones a esta pregunta, al igual que los respectivos porcentajes, estimándose de manera puntual que el 47,4% de los encuestados laboran en el sector público; el 28,4% laboran en el sector privado; el 9,5% posee su propia empresa, entre los más representativos.

En el GRÁFICO No. 7, se puede apreciar con mayor detalle la distribución de frecuencias de las opciones relacionadas con esta variable. En el GRÁFICO No. 8 que corresponde a un gráfico de Pareto, se puede apreciar que los segmentos más representativos de la población objetivo y aquellos que se manifiestan más interesantes para este tipo de servicio corresponden a los empleados públicos, los empleados privados y los empresarios.

e) PREGUNTA No.5

En el ANEXO No. 14, se puede apreciar el correspondiente análisis realizado a esta pregunta que se identifica con la variable Ingreso; en la TABLA A7 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE INGRESO**, se observan las frecuencias de cada uno de los intervalos de ingresos, al igual que sus correspondientes porcentajes; pudiéndose deducir de manera puntual que el 15,8% de los encuestados posee ingresos inferiores a los 200 dólares; el 23,2% posee ingresos comprendidos entre 200 y 300 dólares; el 11,6% posee ingresos comprendidos entre 300 y 400 dólares; el 17,9% posee ingresos entre 400 y 500 dólares; el 9,5% posee ingresos comprendidos entre 500 y 600 dólares, el 21,1% posee ingresos superiores a 600 dólares.

En el GRÁFICO No. 9, se puede apreciar con mayor detalle la distribución de frecuencias para la variable Ingreso; el GRÁFICO No. 10 que corresponde a un gráfico de Pareto, muestra que los segmentos más representativos de la población objetivo, poseen ingresos comprendidos entre los 200 y 300 dólares; más de 600 dólares, y de 400 a 500 dólares.

f) PREGUNTA No. 6

En el ANEXO No. 15, se puede apreciar con mayor detalle el análisis de esta pregunta que se identifica con la variable Estilo de Vida; la TABLA A8 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE ESTILO DE VIDA**, muestra como se encuentran distribuidas las frecuencias y los porcentajes de cada opción, de las que se puede deducir que el 22,1% de la población objetivo está compuesta por Mundanos; el 30,5% se autodefine Conservador; el 1,1% se autodefine Dandy, el 32,6% se autodefine Romántico; el 3,2% se identifica con el estilo de los Compañeros de Equipo; y el 5,3% se identifica con el estilo de vida del Intelectual.

En el GRÁFICO No. 11, se puede apreciar con mayor detalle la distribución de frecuencias de la variable Estilo de vida; debido a la naturaleza subjetiva de esta clasificación, y a la dificultad de realizar una correcta medición de esta característica sin la ayuda de profesionales de la psicología, o de un test adecuado, no se ha realizado un gráfico de Pareto. El análisis de esta variable, sirve más bien sólo para ilustrar características de los segmentos del mercado objetivo.

g) PREGUNTA No. 7

En el ANEXO No. 16, se puede apreciar el análisis realizado a esta pregunta que se identifica con la variable Perfil de Personalidad; en la TABLA A9 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE PERFIL DE PERSONALIDAD**, se muestran las frecuencias, y los

porcentajes alcanzados por todas y cada una de las opciones; sobre la base de esta información se puede deducir de manera puntual que el 2,1% de los encuestados posee un perfil de personalidad compulsiva, el 91,6% casi la totalidad de los encuestados se define sociable, el 2,1% de aquellos se define autoritario; y finalmente, el 4,2% se define ambicioso.

En el GRÁFICO No. 12, se puede apreciar la distribución de las frecuencias para cada uno de los perfiles seleccionados por los encuestados. Atendiendo a las consideraciones de la variable Estilo de Vida, no se ha realizado un gráfico de Pareto.

h) PREGUNTA No.8

La introducción de esta pregunta en el cuestionario sirvió para dos propósitos principales; el primero, fue aquel de inducir de una manera muy original a los encuestados en el ámbito general del servicio, y la segunda aquella de corroborar la información proporcionada por los empleados de los moteles de la localidad, que refería una mayor ocupación de las habitaciones el fin de semana. En la TABLA A10 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE DÍA** (ver el Anexo No. 17), se observan las frecuencias y los porcentajes alcanzados por cada día de la semana.

El GRÁFICO No. 13, muestra de una manera muy visual la distribución de frecuencias para cada uno de los días que componen la semana, observándose que aquellos más votados son los que corresponden al fin de semana; es decir, el Viernes, Sábado y en una menor proporción el Domingo, confirmándose de esta manera la información proporcionada por los empleados de los moteles de la localidad.

i) PREGUNTA No. 16

En esta pregunta, se pretendía identificar un servicio adicional que los otros establecimientos no poseen, y que se puede ofrecer a los usuarios del servicio, los resultados que se muestran en el ANEXO 18, específicamente en la TABLA A11 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE SERVICIO ADICIONAL**, han ayudado a estimar que el 66,3% de los encuestados desean que exista en el baño una tina con hidromasaje, el 10,5% desea que exista un baño sauna, el 5,3% desea que exista un baño turco y el 16,8% desea que exista en el establecimiento un bar con comida ligera y cocktails. En el GRÁFICO No. 14, se puede observar con mayor detalle la distribución de frecuencias de la variable Servicio Adicional.

j) PREGUNTA No.17

Esta pregunta, pretende individualizar el gasto que un cliente potencial, estaría dispuesto a incurrir al demandar el servicio adicional del hidromasaje, en adición al costo normal de la habitación en el Motel; en el ANEXO No. 19, de manera particular en la TABLA A12 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE GASTO 1**, se pueden observar los resultados de las encuestas, de los cuales se deduce que el 11,6% de los encuestados gastaría menos de cinco dólares; el 27,4% gastaría entre 5 y 10 dólares; el 26,3% gastaría entre 10 y 15 dólares; el 15,8% gastaría entre 15 y 20 dólares; el 11,6% gastaría entre 20 y 25 dólares; y tan solo el 7,4% gastaría más de 25 dólares.

El gasto promedio se ha determinado con la ayuda del método de codificación para calcular la media de datos agrupados¹³, debido a que dos de los intervalos de gasto son abiertos, originándose un gasto promedio de 13 dólares; los cálculos se muestran en la TABLA A13 del ANEXO No. 19. En el GRÁFICO No. 15 se observa la distribución de frecuencias de la variable Gasto 1.

¹³ LEVIN, RUBIN, Estadística para administradores, Ed. Prentice-Hall, México, pp.87

k) PREGUNTA No. 19

Esta pregunta es de gran ayuda para segmentar el mercado por tipo de usuario, existiendo categorías tales como: usuarios, no usuarios, entre otras; en el ANEXO No. 20 específicamente en la TABLA A14 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE USUARIO**, se puede apreciar como están distribuidas las frecuencias de la variable Tipo de Usuario, de las que se puede deducir de manera puntual que el 22,1% se define como no usuario, el 24,2% se define como ex usuario; el 6,3% se define como usuario potencial; el 18,9% se define como usuario primerizo y el 27,4% se define como usuario frecuente. En el GRÁFICO No. 16, se puede apreciar con mayor detalle la distribución de frecuencias de la variable Usuario.

l) PREGUNTA No.20

En esta pregunta se solicitó al encuestado defina la frecuencia de uso del servicio, se consideraron cuatro opciones; semanal, quincenal, mensual y otra. El análisis de la variable Frecuencia se muestra en el ANEXO No. 21, específicamente en la TABLA A15 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO**, de cuyos resultados se puede deducir: que el 5,3% de los encuestados utiliza estos servicios de manera semanal; el 13,7% lo utiliza de manera quincenal y el 25,3% lo utiliza de manera mensual. En el GRÁFICO No. 17, se puede observar la distribución de frecuencias de cada una de las opciones de esta variable.

m) PREGUNTA No. 23

En esta pregunta se ofreció a los encuestados la oportunidad de decidir si deseaban que dentro del Motel se vendan productos destinados al público adulto, que fueren comercializados en un sexy shop, los resultados de esta variable se presentan en el ANEXO No. 22, específicamente en la TABLA A16 **ANÁLISIS DE**

LA VARIABLE SEXY SHOP, de la cual se puede deducir que el 65,3% de los encuestados sí desea adquirir este tipo de productos, en contra de un 34,7% de los encuestados que dicen no desearlo. En el GRÁFICO No. 18, que corresponde a un gráfico de pastel, se puede apreciar de una manera más ilustrativa la porción de encuestados que sí desean adquirir esos productos.

n) PREGUNTA No. 24

Con la aplicación de esta pregunta se buscó identificar el gasto promedio por cliente en artículos del sexy shop, originándose la distribución de frecuencias que se observa en la TABLA A17 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE GASTO 2**, que se muestra en el ANEXO No. 23, de la cual se puede deducir lo siguiente: el 9,5% de los que sí desean comprar artículos para adultos gastarían menos de cinco dólares; el 20% gastarían entre 5 y 10 dólares; el 10,5% gastarían entre 10 y 15 dólares; el 14,7% gastarían entre 15 y 20 dólares; el 6,3% gastarían entre 20 y 25 dólares; y el 5,3% gastarían más de 25 dólares.

El monto de gasto promedio en el sexy shop, se calculó con la misma fórmula y parámetros que la variable Gasto 1, los resultados se muestran en la TABLA A18 (Ver el Anexo No. 23), originando un resultado de 12,81 dólares. En el GRÁFICO No. 19 se puede apreciar con mayor detalle la distribución de frecuencias de la variable GASTO 2

o) PREGUNTA No. 25

En esta pregunta se buscó definir la intención de demanda del servicio futuro a los clientes potenciales, de tal manera que se solicitó a los encuestados decidan si demandarían o no los servicios del nuevo motel, en el ANEXO No. 24, específicamente en la TABLA A19 **ANÁLISIS DE LA VARIABLE DECISIÓN**, se muestran los resultados, pudiéndose deducir que el 87,4% de los encuestados si

demandarían los servicios del nuevo motel, en contraposición a un 11,6% que no lo haría. En el GRÁFICO No. 20 se puede apreciar con la ayuda de las tajadas del pastel, aquellas porciones de usuarios que se decidieron por solicitar en el futuro los servicios del nuevo establecimiento.

2.5.3 PERFILES DEL MERCADO OBJETIVO

Sobre la base de los datos proporcionados por las encuestas, se procederá a la evaluación de las ocho variables de segmentación del mercado objetivo, para lo cual se elaboraron tablas de información cruzadas, con el propósito de determinar el porcentaje del mercado que cada variable posee; en orden de importancia para este estudio, se analizarán: Edad, Ingresos, Estado Civil, Ocupación, Educación, Condición de Usuario, Personalidad y Estilo de vida.

En cada tabla de información cruzada, se evaluará a cada variable de acuerdo a dos parámetros también consultados en la encuesta, tales como son: la Frecuencia de Uso del servicio, con la que se descartarán aquellos que no definieron su frecuencia (opción otra); y adicionalmente la variable Decisión de usar el servicio, condición bajo la que se eliminarán a aquellos que dijeron que no demandarían el nuevo servicio. Para evaluar a cada variable, se analizarán solo aquellos segmentos que en el análisis de Pareto conformen el 80% del total de la muestra.

2.5.3.1 VARIABLE EDAD

En la TABLA A20 **INFORMACIÓN CRUZADA DE LA VARIABLE EDAD** (Ver el Anexo No. 25), se puede observar la información cruzada de la variable edad, específicamente los segmentos comprendidos entre 30 – 39 y 20 – 29 años; concluyéndose que el segmento así delimitado (en el área sombreada) corresponde al 42,1% del total de los encuestados.

2.5.3.2 VARIABLE INGRESOS

Procediendo con el análisis, se ha elaborado la TABLA A21 **INFORMACIÓN CRUZADA DE LA VARIABLE INGRESO**, que se muestra en el ANEXO No. 26; en la que al considerar los segmentos de ingreso de 200 – 300 dólares; más de 600 dólares; y 400 – 500 dólares; la porción del mercado objetivo así obtenida (zona sombreada) representa al 27,6% del total.

2.5.3.3 VARIABLE ESTADO CIVIL

En el análisis de información cruzada de la variable Estado Civil, se originaron los datos que se observan en el ANEXO No. 27, específicamente en la TABLA A22 **INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE ESTADO CIVIL**, en la que, al considerar al segmento de los casados y al de los solteros (zona sombreada de la tabla); se crea un segmento específico del mercado objetivo que representa al 38,5% del total.

2.5.3.4 VARIABLE OCUPACIÓN

Al considerar a los segmentos más representativos estimados para esta variable; es decir, a los empleados públicos, empleados privados y empresarios; y atendiendo además a las consideraciones anteriormente establecidas, se obtiene un segmento del mercado objetivo que corresponde al 43,3% del total; los resultados se muestran en la TABLA A23 **INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE OCUPACIÓN** (Ver el Anexo No. 28).

2.5.3.5 VARIABLE EDUCACIÓN

Para el análisis de esta variable, se han considerado a los segmentos de encuestados que poseen instrucción superior y a aquellos que poseen instrucción media, obteniéndose así un segmento del mercado objetivo que corresponde al 44,5% del total; la TABLA A24 **INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE EDUCACIÓN** muestra la información, en el ANEXO No 29.

2.5.3.6 VARIABLE USUARIO

Para el análisis de esta variable, se han considerado a los segmentos conformados por los usuarios regulares, los usuarios primerizos y los usuarios potenciales; la TABLA A25 **INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE USUARIO** que se muestra en el ANEXO No 30; despliega los cálculos realizados (zona sombreada), los que delimitan un tamaño para este segmento objetivo que corresponde al 34,9%.

De los datos que proporciona esta tabla, se identifica que la porción de usuarios regulares que solicitará este tipo de servicios de manera semanal es 2,4%, de manera quincenal 7,2%, y mensual el 14,5%. Multiplicando estas porciones por la ponderación respectiva; es decir, cuatro para la semanal, dos para quincenal, y uno para la mensual; se obtiene la porción de usuarios regulares del servicio que lo demandarían de manera mensual y que corresponde a $9,6\%+14,4\%+14,5\%$; resultando un 38,5% del total de la población objetivo.

2.5.3.7 VARIABLE PERSONALIDAD

Del análisis de los resultados de la encuesta para esta variable, se ha revelado que el 91,6% del total de los encuestados define su perfil de personalidad como

Sociable, de esta manera, en la TABLA A26 **INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE PERSONALIDAD**, que se muestra en el ANEXO No. 31; se observa que el segmento del mercado objetivo así delimitado (zona sombreada), corresponde al 43,4% del total de la muestra.

2.5.3.8 VARIABLE ESTILO DE VIDA

Considerando a los Románticos, los Conservadores y los Mundanos, se ha elaborado la TABLA A27 **INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE ESTILO DE VIDA**, que se muestra en el ANEXO No. 32, de la cual se deduce que el tamaño que corresponde a este segmento objetivo del mercado, corresponde al 42% del total.

Al analizar las evaluaciones anteriores; las variables personalidad y estilo de vida, poseen altos porcentajes y resultarían muy atractivas como segmentos del mercado, pero consideramos por obvias razones que son difíciles de evaluar a simple vista, se necesitaría para este propósito la ayuda de tests específicos, o de profesionales de la psicología; por este motivo se descarta el uso de estas variables, para delimitar un segmento del mercado objetivo de usuarios del servicio de alojamiento. Otro de los segmentos más representativos, así descubierto es aquel de la variable educación, pero este también presenta ciertas dificultades al intentar realizar una medición objetiva de su verdadero tamaño, debido a la dificultad para identificar a los individuos que pertenecen a un segmento de educación media, superior, o postgrado.

La variable ocupación que en la evaluación, presenta un porcentaje de participación mayor, y que habla un poco más acerca de la composición de la población; será empleada para delimitar el perfil del usuario potencial del servicio de alojamiento en el motel, debido a que es relativamente fácil encontrar a los

empleados públicos, los privados y a los empresarios, que serían los segmentos más representativos del mercado.

Este análisis, ha servido para identificar los segmentos más importantes, medibles, y accesibles del total; como paso posterior y para analizar con mayor detalle a los segmentos potenciales de la variable Ocupación; se han elaborado tablas de información cruzada, confrontando a los tres segmentos más representativos de ésta variable con los segmentos de las restantes cinco variables de segmentación. Los resultados de esta confrontación se muestran resumidos en siguiente tabla:

TABLA 2.12 SEGMENTO OBJETIVO

PORCENTAJES					INDIVIDUOS TOTALES POR SEGMENTO
Variable	Ocupación			Total por Segmento	
	Empresario	Empleado Público	Empleado Privado		
TOTAL POBLACIÓN MASCULINA DE LATACUNGA Y SALCEDO					29.521
Edad					
20 – 29	3,2	20,0	14,7	37,9	
30 – 39	3,2	26,3	11,6	41,1	
Total	6,4	46,3	26,3	79,0	23.322
Educación					
Media	1,1	10,5	3,2	14,8	
Superior	6,3	30,5	23,2	60,0	
Total	7,4	41,0	26,4	74,8	17.445
Estado Civil					
Soltero	2,1	11,6	12,6	26,3	
Casado	5,3	28,4	12,6	46,3	
Total	7,4	40,0	25,2	72,6	12.665
Ingresos					
200 – 300		13,7	7,4	21,1	
300 – 400	1,1	5,3	4,2	10,6	
400 – 500	2,1	10,5	3,2	15,8	
500 – 600		3,2	4,2	7,4	
más de 600	5,3	6,3	4,2	15,8	
Total	8,5	39,0	23,2	70,7	8.954
Frecuencia					
Usuario regular	1,1	14,7	8,4	24,2	
Total	1,1	14,7	8,4	24,2	2.167

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

En la tabla anterior, se pueden apreciar los porcentajes alcanzados por cada segmento del mercado objetivo; las casillas sombreadas corresponden a los segmentos más importantes; es decir, aquellos que han alcanzado el porcentaje más alto, pudiéndose concluir que el segmento del mercado objetivo más relevante es el de los empleados públicos, con edades comprendidas entre 30-39 años, de instrucción superior, casados, con ingresos entre 200 y 300 dólares como mínimo y que sean usuarios frecuentes del servicio.

La última columna de esta tabla, reúne en la primera casilla, el total de la población masculina urbana de Salcedo y Latacunga, este valor se ha multiplicado por todos y cada uno de los porcentajes respectivos de los segmentos identificados, resultando de esta operación la delimitación del segmento objetivo en 8.954 individuos (hasta la variable ingresos), dato que comparado con la Población Objetivo histórica de 8.083 individuos, corrobora la precisión de los datos obtenidos con la ayuda de las encuestas.

Para realizar un mejor análisis del segmento así delimitado, y ayudados de las variables de segmentación se ha procedido a la elaboración de tablas de información cruzada, considerando solo a los empleados públicos y evaluando la porción que éstos representan dentro de los otros segmentos potenciales establecidos en la tabla anterior, y considerando además que sean usuarios frecuentes del servicio; se podrá de esta manera identificar la porción de empleados públicos que utilizan el servicio de manera semanal, por segmento específico de edad, educación, estado civil, e ingresos. Los resultados de las tablas de información cruzada, se pueden observar con detalle en la **TABLA A28 SEGMENTO OBJETIVO Y FRECUENCIA DE USO**, (Ver el Anexo No. 33).

2.5.4 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PRESTACIONES POR PLAZA

La TABLA 2.11, resume la demanda histórica de habitaciones, que se ha definido como prestaciones por plaza (PxP.), debido a que esta unidad de medida se

identifica con las veces en que han rotado las habitaciones (plazas) de los moteles de la localidad; con el apoyo de esta información que constituye el periodo histórico base y con la ayuda de la hoja electrónica Excel, se ha proyectado esta demanda con el propósito de estimar las ventas futuras que el establecimiento podría enfrentar durante toda su vida útil que está considerada en 20 años; debido al hecho cierto que el motel basará sus operaciones en la venta de habitaciones como actividad principal; la infraestructura del establecimiento se establecerá basada en esta demanda, y será el mayor gasto en que se incurrirá al ejecutar el proyecto, y dicho costo se deberá ir depreciando por el tiempo legal permitido.

Para realizar la proyección, se procede en primer lugar a graficar la demanda histórica de PxP., (Ver el Gráfico No. 21 del Anexo 34); posteriormente y con la ayuda de la hoja electrónica Excel, se ha buscado la fórmula de regresión que mejor se ajuste a la tendencia histórica. Para este caso la fórmula de proyección empleada corresponde a la función potencial $Y = 11.598 X^{0,4669}$; donde: Y es la demanda de prestaciones por plaza que se pretende estimar; y X es el año que servirá de base para la proyección. Se ha escogido esta fórmula debido a que el coeficiente de correlación entre la variable dependiente Y, y aquella independiente X es el más cercano a la unidad, y que correspondió a 0,8421; es decir, que existe un 84,21% de probabilidad de que el año sea un buen estimador de la demanda de prestaciones por plaza. Sobre la base de esta fórmula, se reemplazarán en la misma los correspondientes valores de X o los códigos de proyección respectivos de cada año (Ver segunda columna de la Tabla A29 del Anexo 34), operación que da como resultado el valor proyectado de la variable Y; es decir la cantidad demandada de PxP. que se deseaba estimar (Ver la cuarta columna de la Tabla A29 en el Anexo No. 34).

La tabla que se muestra a continuación reúne los resultados del cálculo desarrollado en la TABLA A29; de donde se puede deducir que para el año 2.002 se estima una demanda de 45.584 prestaciones por plaza, y así para el año 2.003 se demandarán 47.189 PxP.

TABLA 2.13 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PRESTACIONES POR PLAZA

AÑO	DEMANDA PROYECTADA DE PxP.
2.002	45.584
2.003	47.189
2.004	48.734
2.005	50.225
2.006	51.667
2.007	53.064
2.008	54.421
2.009	55.740
2.010	57.024
2.011	58.276
2.012	59.498
2.013	60.692
2.014	61.860
2.015	63.003
2.016	64.123
2.017	65.222
2.018	66.299
2.019	67.357
2.020	68.396
2.021	69.417
2.022	70.422

FUENTE: TABLA A29

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

2.5.5 ELASTICIDAD INGRESO DE LA DEMANDA

Cuando estudiamos la función de demanda se señaló que otro factor que influye sobre la demanda es el ingreso de los consumidores. Cuando varía éste, cambian las demandas de los bienes de los consumidores. Por lo general la demanda de un bien aumentará cuando aumente el ingreso.

Cuando aumenta el ingreso, algunos bienes se llevan una mayor proporción del presupuesto de los consumidores y otros una menor.

La participación en el gasto de un bien se define como la proporción del ingreso de las economías domésticas gastada en una determinada mercancía.

La respuesta de la demanda a los cambios del ingreso se mide por la elasticidad ingreso de la demanda. Esta se define como el cambio porcentual de la cantidad demandada dividido entre el cambio porcentual del ingreso.

La demanda de un bien normal aumenta con el ingreso, y la de un bien inferior aumenta cuando disminuye el ingreso. Un bien normal es aquel cuya elasticidad de ingreso de la demanda es positiva.

Pero precisando más en el análisis de la sensibilidad de la demanda ante alteraciones del ingreso, cabe además hacer la siguiente distinción:

Un bien de lujo tiene una elasticidad ingreso de la demanda mayor que uno. Un bien necesario, o no de lujo, tiene una elasticidad ingreso de la demanda menor que uno. La participación de los bienes de lujo en el gasto de los consumidores aumenta con el ingreso, y ello explica el nombre de bienes de lujo¹⁴.

Para calcular la elasticidad ingreso de la demanda de alojamiento temporal en las habitaciones de un motel, se hace necesario recurrir a los ingresos familiares mensuales de los años 2.000 y 2.001¹⁵, así como a la demanda de prestaciones por plaza correspondientes al mismo período.

TABLA 2.14 ELASTICIDAD INGRESO DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA (PxP)	INGRESO (U.S. dólar)	VARIACIÓN % DEMANDA(PxP)	VARIACIÓN% INGRESO	ELASTICIDAD INGRESO
2.000	30.076	163,57			
2.001	39.295	200,73	0,23459	0,18512	1,267224109

FUENTE: INEC, Balance Mensual del Presupuesto Familiar de los Hogares Urbanos, Tabla 2.11
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

¹⁴ Cristián Larroulet, Francisco Mochón, ECONOMÍA, Ed. McGraw-Hill, España, 1.995. pp. 105-106

¹⁵ Inec, BALANCE MENSUAL DEL PRESUPUESTO FAMILIAR DE LOS HOGARES URBANOS, Quito Ecuador.

Al ser la elasticidad ingreso de la demanda igual a la variación porcentual de la demanda (cuarta columna de la tabla anterior) dividida para la variación porcentual del ingreso (quinta columna), se obtiene un valor equivalente al 1,26; hecho por el cual, el servicio de alojamiento temporal en un motel se comporta como un servicio de lujo; es decir, que mientras más ingresos posean los consumidores, demandarían con mayor frecuencia este tipo de servicios.

2.5.6 ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

Todas las empresas saben que, dada una curva de demanda, la cantidad demandada será mayor si baja el precio, mientras, que si éste aumenta, la cantidad que los consumidores demandan se reducirá. La elasticidad precio de la demanda mide el grado en que la cantidad demandada responde a las variaciones del precio de mercado. La demanda es elástica si la elasticidad precio de la demanda es mayor que 1, es inelástica si es menor que 1 y es de elasticidad unitaria si es igual a 1¹⁶.

Basados en la información que proporcionan las encuestas sobre la cantidad demandada esperada de prestaciones por plaza, específicamente, al revisar la **TABLA A30 INFORMACIÓN CRUZADA VARIABLE PRECIO** (Ver el Anexo No. 35), se deduce cuál es el número de personas que demandarían los servicios del motel ya sea con frecuencias semanales, quincenales y mensuales, por cada nivel de precio sugerido del servicio.

La **TABLA A31 DEMANDA ESPERADA DE PxP. SEGÚN PRECIO SUGERIDO** que se observa en el mismo anexo, nuestra en la segunda, tercera y cuarta columnas los datos de la **TABLA A30**; en las siguientes tres columnas y bajo el título de cantidad esperada de prestaciones por plaza, se han multiplicado los datos de las columnas mencionadas anteriormente por la respectiva ponderación de cada columna; es decir: cuatro para la frecuencia semanal, dos para la quincenal, y uno para la mensual; la última columna resume el total de la cantidad

¹⁶ Cristián Larroulet, Francisco Mochón, ECONOMÍA, Ed. McGraw-Hill, España, 1.995. pp. 99-101

demanda esperada de P x P. estimada para un mes y sobre la base de 76 encuestados que sí establecieron su frecuencia de uso, por cada nivel de precio del servicio sugerido por ellos mismos.

Sobre la base de los datos de la TABLA A31; específicamente la primera y última columnas, se ha realizado el gráfico de la curva de Demanda de Prestaciones por Plaza en base al precio sugerido del servicio (Ver el gráfico 22 en el Anexo No. 35). En este gráfico y con la ayuda de la hoja electrónica Excel, se ha procedido a ajustar la curva a una función lineal; resultando una ecuación del tipo: $P = 29,288 - 0,7036Q$, donde P es el precio del servicio en dólares, y Q es la cantidad demandada del servicio por nivel de precio.

Para calcular la elasticidad precio de la curva de demanda, se procede en primer lugar a expresar la ecuación anterior en función del precio como variable independiente, resultando la siguiente función de demanda $Q = 41,6259 - 1,42P$; posteriormente se calculará la derivada de la cantidad Q en función del precio sugerido P (dQ/dP); resultando una elasticidad de 1,42; es decir, mayor que la unidad, por lo que el servicio de alojamiento, de manera general poseería una demanda elástica.

Por el tipo de elasticidad que se observa, se deduce que un incremento del uno por ciento en el precio del servicio, provocará una disminución de la cantidad demandada en una proporción aún mayor, para este caso específico del 1,42 por ciento. De esta manera, una subida en el precio del servicio provocará que el ingreso total por el servicio prestado se reduzca, por la caída de la demanda.

La TABLA 2.15 muestra el cálculo de la elasticidad en cada punto de la curva de demanda de Prestaciones por Plaza, con el apoyo de la siguiente fórmula:

$$E_p = (dQ/dP) * (P/Q)$$

Donde:

E_p = Elasticidad precio.

dQ/dP = Derivada de la curva de demanda.

P = Precio del servicio.

Q = Cantidad demandada de prestaciones por plaza.

TABLA 2.15 ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA DE PxP.

CANTIDAD PxP.	PRECIO USD	PENDIENTE dQ/dP	ELASTICIDAD PRECIO
4	30	1,421	10,66
4	25	1,421	8,88
9	20	1,421	3,16
22	15	1,421	0,97
27	10	1,421	0,53

FUENTE: Tabla A31

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El primer paso en un análisis de la oferta consiste en la determinación de las cantidades y el valor total de la oferta en el sector respectivo y en especial de su estructura o conformación.

El segundo paso es referente a la situación competitiva.

- Número de competidores
- Calidad del servicio de la competencia
- Localización de los competidores
- Estructura legal y económica de las empresas, cadenas, sistemas organizacionales, constituciones legales.
- Participación del mercado, de ser posible también diferenciadas por regiones.
- Precios, costos y utilidades de la competencia.

- Potencial de la oferta, capacidad de producción y su utilización, análisis de las informaciones sobre planes que modifiquen las capacidades instaladas, informaciones acerca de los principales procesos de producción y su comparación¹⁷.

Del análisis preliminar realizado en el párrafo 1.6 del presente Proyecto, sobre el desarrollo de la industria motelería en la localidad bajo estudio, y atendiendo a las consideraciones establecidas en el párrafo precedente, se concluye, que la oferta de alojamiento temporal es una competitiva o de mercado libre, debido a que no existe un solo establecimiento que preste estos servicios de manera exclusiva o que domine el mercado, tampoco existen impedimentos para el ingreso de nuevos competidores, y la participación en el mercado de cada uno de ellos está condicionada a la calidad del servicio, el precio, y otros beneficios que ofrezcan al consumidor.

2.6.1 OFERTA HISTÓRICA DE HABITACIONES

Sobre la base de los datos del Catastro de Control de Calidad del Ministerio de Turismo del Ecuador, el cual reúne información de todos los establecimientos hoteleros; categorizados por las prestaciones de sus instalaciones, capacidad instalada, y por el personal empleado; instrumento que sirve a la mencionada institución para la fijación de precios referenciales, así como para determinar el valor de la patente de funcionamiento que cada establecimiento debe cancelar a dicho ministerio.

De este catastro, se ha recopilado información sobre la capacidad instalada en plazas (camas) de los moteles de las ciudades de Latacunga y Salcedo, los mismos que constituyen la oferta histórica de prestaciones por plaza, y que se muestran en la siguiente tabla.

¹⁷ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. pp. 56

TABLA 2.16 OFERTA HISTÓRICA DE PRESTACIONES POR PLAZA

AÑO	LATACUNGA					SALCEDO				OFERTA
	ESTABLECIMIENTO			OFERTA DE HABITACIONES		ESTABLECIMIENTO		OFERTA DE HABITACIONES		PRESTACIONES POR PLAZA (PxP.)
	Los Saucos	Del Río 2	Castillo Del Rey	CAPACIDAD INSTALADA (Plazas)	PRESTACIONES POR PLAZA (PxP.) AI 75% ANUAL	Picaflor Morocco	Del Río	CAPACIDAD INSTALADA (Plazas)	PRESTACIONES POR PLAZA (PxP.) AI 75% ANUAL	TOTAL ANUAL
1.990	12	0	0	12	5.475	5	0	5	2.281	7.756
1.991	12	0	0	12	6.480	5	0	5	2.700	9.180
1.992	12	0	0	12	6.480	5	0	5	2.700	9.180
1.993	12	0	0	12	6.480	5	0	5	2.700	9.180
1.994	12	0	0	12	6.480	5	0	5	2.700	9.180
1.995	12	0	0	12	6.480	5	0	5	2.700	9.180
1.996	12	0	0	12	6.480	5	0	5	2.700	9.180
1.997	12	0	0	12	6.480	5	10	15	8.100	14.580
1.998	12	0	0	12	6.480	5	10	15	8.100	14.580
1.999	12	16	0	28	15.120	5	10	15	8.100	23.220
2.000	12	16	0	28	15.120	5	10	15	8.100	23.220
2.001	12	16	0	28	15.120	5	10	15	8.100	23.220
2.002	12	16	12	40	21.600	5	10	15	8.100	29.700

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, Catastro Oficial de Establecimientos hoteleros
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

En la tabla anterior, se muestra la oferta de habitaciones para cada establecimiento y por cada año de estudio (segunda, tercera, cuarta, séptima y octava columnas). La quinta y novena columnas, muestran la capacidad instalada en plazas para cada ciudad; la sexta y décima columnas muestran la rotación esperada de las habitaciones, misma que se ha definido en este estudio como prestaciones por plaza; capacidad que se ha establecido atendiendo a los siguientes criterios:

- En primer lugar, el tiempo de estadía máximo permitido en cualquier motel, de los que se han analizado en este proyecto, es de 10 horas; adicionando un tiempo extra dedicado a las tareas de limpieza de la habitación, se deduce que desde el punto de vista operativo y funcional; en el mejor de los casos, cada habitación podría ser utilizada dos veces en un día como mínimo.
- Para este tipo de establecimientos, la Dirección de Salud, exige que cada habitación tenga por lo menos tres mudas de blancos, es así que se establecerá como capacidad utilizada, aquella de dos veces de uso por cada habitación.
- Se presume que no todos los días se venderían todas las habitaciones en su capacidad máxima establecida en el párrafo anterior. De conversaciones con empleados de dos moteles analizados, se establece que los días de mayor venta de habitaciones son los días viernes, sábados, y domingos, dato que se corroboró en las encuestas, donde las habitaciones podrán ser utilizadas un mayor número de veces en los fines de semana, en contraposición con los otros días en los cuales no existe mucha venta de las mismas.
- Por lo mencionado en el párrafo anterior, se considera que cada motel emplea su capacidad total instalada al 75% en promedio para cada uno de los días de la semana, indistintamente de si se trate de un fin de semana o de otro día de la semana.

- De las declaraciones del Presidente de la Asociación de Hoteleros de Primera Categoría de Pichincha, se rescata el hecho de que esta asociación considera óptimo que la capacidad instalada utilizada de un hotel sea del 75%.
- Al considerar los condicionantes anteriores, se obtiene una rotación de las plazas de los moteles de la localidad que se estima sería de 1,5 veces diarias.

La onceava columna de la tabla que se analiza, es la suma de la sexta y décima columnas, resultado que constituye la oferta histórica de prestaciones por plaza, para la población objetivo del presente estudio.

2.6.2 OBSERVACIÓN DIRECTA APLICADA A LOS ESTABLECIMIENTOS LOCALES

En este párrafo se intentará identificar a los potenciales contendores del nuevo motel; realizando una evaluación de las prestaciones, de sus instalaciones, la calidad del servicio, la amabilidad del personal, y muchos de los factores que condicionan la demanda del servicio.

Se asignarán puntuaciones a los factores que se analizarán de la siguiente manera:

- 5 = EXCELENTE
- 4 = MUY BUENO
- 3 = BUENO
- 2 = ACEPTABLE
- 1 = MALO
- 0 = PÉSIMO

Los establecimientos evaluados en la ciudad de Latacunga fueron los siguientes: “Los Sauces”, “Del Río 2”, y “Castillo del Rey”; para la ciudad de Salcedo, se decidió analizar solo las prestaciones del motel “Del Río”, la observación directa inició en el mes de Diciembre del año 2.002 y concluyó en el mes de Enero del año 2.003.

2.6.3 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA

Sobre la base de los evaluadores definidos en el párrafo anterior, y apoyados en los factores de decisión del servicio, se conformó la siguiente tabla.

TABLA 2.17 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA

Factor A Evaluar	Calificación por Establecimiento			
	Del Río	Los Sauces	Del Río 2	Castillo del Rey
Jardines	1	1	0	5
Vías de Acceso	0	1	3	4
Accesibilidad del garaje	2	1	3	4
Amabilidad del personal	3	2	2	4
Privacidad	4	1	0	3
Iluminación	2	2	2	4
Colores de la habitación	2	0	0	4
Olores de la habitación	1	0	0	5
Mobiliario	1	0	0	5
Limpieza de las sábanas	0	0	2	4
Aseo de la habitación	1	0	1	5
Espejos	2	0	2	4
Música	3	0	2	3
Televisión	0	0	0	0
Ventanas	0	0	2	5
Comunicación	0	2	2	5
Servicios varios	2	2	2	4
Aseo del baño	0	1	1	3
Agua caliente	0	5	4	3
Set de aseo	0	1	1	4
Limpieza de las toallas	1	0	1	5
TOTAL	25	19	30	83
POSICIÓN	III	IV	II	I

FUENTE: Observación directa
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

En la tabla anterior se puede apreciar la puntuación alcanzada por cada uno de los establecimientos; deduciéndose con facilidad que el mejor establecimiento que opera actualmente en la Localidad es el motel “Castillo del Rey”, debido en gran parte al hecho de que es un establecimiento nuevo, con apenas tres meses de funcionamiento; de esta manera, el motel “Jardín del Este” deberá mejorar las prestaciones y la calidad del servicio de este establecimiento.

2.6.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PRESTACIONES POR PLAZA

Para realizar la proyección, se procede en primer lugar a graficar la oferta histórica de PxP. (TABLA 2.16), que se muestra en el Gráfico No. 23 del Anexo 36; posteriormente y con la ayuda de la hoja electrónica Excel, se ha buscado la fórmula de regresión que mejor se ajuste a la tendencia histórica. Para este caso la fórmula de proyección empleada corresponde a la función lineal $Y = 1.738,1X + 2.552,7$; donde: Y es la oferta de prestaciones por plaza que se pretende estimar; y X es el año que servirá de base para la proyección. Se ha escogido esta fórmula debido a que el coeficiente de correlación entre la variable dependiente Y, y aquella independiente X es el más cercano a la unidad, y que correspondió a 0,81; es decir, que existe un 81% de probabilidad de que el año sea un buen estimador de la oferta de prestaciones por plaza.

Sobre la base de esta fórmula, se reemplazarán en la misma los correspondientes valores de X o los códigos de proyección respectivos de cada año (Ver la segunda columna de la TABLA A32 del Anexo 36), operación que da como resultado el valor proyectado de la variable Y; es decir la cantidad ofertada de PxP. que se deseaba estimar (Ver la cuarta columna de la TABLA A32 en el Anexo No. 36).

Los resultados de este cálculo se muestran en la TABLA 2.18, de los cuales se deduce que para el año 2.002 se espera una oferta de prestaciones por plaza equivalente a 29.700 PxP, y de una manera similar, para el año 2.003 se estima

una oferta de 26.886 PxP.; se explica el hecho de la caída en la oferta, por el margen de las prestaciones por plaza que no son directamente deducibles del año que sirve de base para la proyección. La tabla que se muestra a continuación reproduce los valores estimados para la oferta de prestaciones por plaza en la localidad estudiada.

TABLA 2.18 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PRESTACIONES POR PLAZA

AÑO	OFERTA PROYECTADA DE PxP.
2.002	29.700
2.003	26.886
2.004	28.624
2.005	30.362
2.006	32.100
2.007	33.839
2.008	35.577
2.009	37.315
2.010	39.053
2.011	40.791
2.012	42.529
2.013	44.267
2.014	46.005
2015	47.743
2.016	49.481
2.017	51.220
2.018	52.958
2.019	54.696
2.020	56.434
2.021	58.172
2.022	59.910

FUENTE: TABLA A32
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

2.7 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

La demanda potencial insatisfecha, se refiere de manera específica a aquella porción de la demanda de prestaciones por plaza que no puede ser satisfecha por la oferta existente, lo que provoca malestar en los usuarios del servicio, debiendo estos satisfacer sus necesidades desplazándose a otras ciudades, o solicitando servicios que no son sustitutos perfectos, tales como las habitaciones de los hostales, residenciales, entre otros. Es muy importante individualizar la demanda potencial insatisfecha, debido a que el motel que se pretende construir deberá satisfacerla si existe, y si es lo suficientemente basta como para ingresar a competir; el aprovechamiento de esta demanda se constituirá en la principal fuente de ingresos del nuevo motel.

2.7.1 CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para calcular la demanda potencial insatisfecha, basta restar de la demanda proyectada de prestaciones por plaza, la respectiva oferta proyectada de prestaciones por plaza; si el resultado es positivo, quiere decir que existe una demanda potencial insatisfecha, caso contrario existiría una sobre oferta de habitaciones, caso último en el cual el motel no tendría mercado, y por consiguiente, no existirían razones para recomendar su ejecución.

Se recurrirá a los datos de la de la demanda proyectada de prestaciones por plaza que se muestra en la TABLA 2.13, y de la oferta de prestaciones por plaza proyectada que se muestra en la TABLA 2.18, los mismos que se reproducen por motivos didácticos en la segunda y tercera columnas de la TABLA 2.19.

2.7.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

En la cuarta columna de la TABLA 2.19, se puede apreciar que sí existe demanda potencial insatisfecha de prestaciones por plaza en los moteles de la localidad, para cada año de la proyección, debiendo resaltar que la demanda insatisfecha para el año 2.002 corresponde a 15.884 PxP., y para el año 2.003 se estima que correspondería a 20.303 PxP. La última columna de esta tabla, que hace

referencia a la demanda potencial insatisfecha expresada en el número de habitaciones, se ha calculado de la siguiente manera:

Al calcular la oferta histórica de prestaciones por plaza, específicamente en el párrafo 2.6.1 del presente estudio, se definieron los criterios para determinar la rotación de las habitaciones de los moteles de la localidad, resultando una rotación equivalente a 1,5 veces por día, lo que multiplicado por el número de días de operación (360 días), da como resultado final un factor de rotación anual equivalente a 540 veces por plaza. Si por ejemplo se divide la demanda potencial insatisfecha de PxP. del año 2.002 para este valor, se obtiene una demanda insatisfecha en plazas o habitaciones de 29,41; y así se puede proceder para todos los años de la proyección.

TABLA 2.19 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA DE HABITACIONES
	DE PxP.	DE PxP.	DE PxP.	
2.002	45.584	29.700	15.884	29
2.003	47.189	26.886	20.303	38
2.004	48.734	28.624	20.110	37
2.005	50.225	30.362	19.862	37
2.006	51.667	32.100	19.566	36
2.007	53.064	33.839	19.225	36
2.008	54.421	35.577	18.844	35
2.009	55.740	37.315	18.425	34
2.010	57.024	39.053	17.971	33
2.011	58.276	40.791	17.485	32
2.012	59.498	42.529	16.969	31
2.013	60.692	44.267	16.425	30
2.014	61.860	46.005	15.855	29
2.015	63.003	47.743	15.260	28
2.016	64.123	49.481	14.642	27
2.017	65.222	51.220	14.002	26
2.018	66.299	52.958	13.341	25
2.019	67.357	54.696	12.661	23
2.020	68.396	56.434	11.962	22
2.021	69.417	58.172	11.245	21
2.022	70.422	59.910	10.512	19

FUENTE: TABLAS 2.13 y 2.18

2.8 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

El análisis de la mezcla de mercadotecnia para una empresa que prestará servicios, reviste vital importancia, debido a la naturaleza de intangibilidad de éstos en comparación con los productos; en adición, los servicios deberán estar listos cuando el cliente los solicita (momento de la verdad), no cabe la posibilidad de almacenarlos, y de su diseño y prestación adecuada depende la satisfacción del cliente; es conveniente e importante aprovechar la primera oportunidad para dejar una buena impresión, debido a que si ésta se desaprovechó, con dificultad se volverá a presentar otra situación similar.

Los servicios también poseen una mezcla de mercadotecnia que servirá en el caso de las habitaciones del nuevo motel, para llegar al usuario con un servicio en sí adecuado, con un precio correcto, buscando un canal de distribución preciso, acompañados de campañas publicitarias y ofertas con el propósito de impulsar las ventas dentro del establecimiento. En los párrafos que siguen se analizarán cada uno de los puntos de la mezcla de mercadotecnia, atendiendo en la mayoría de los casos a las respuestas proporcionadas por los encuestados a las preguntas relacionadas con esos tópicos.

2.8.1 CONFIGURACIÓN DEL SERVICIO

Es de vital importancia considerar que el servicio de alojamiento temporal que se ofrecerá a los clientes, deberá hacerse tangible, para que sea recordado o evocado con facilidad por los posibles usuarios del mismo, para tal efecto en este punto se analizarán dos aspectos que servirán a este propósito.

2.8.1.1 DISEÑO Y EMPAQUE

En primer lugar, se debe considerar que existen dos maneras por medio de las cuales el servicio puede ser presentado:

- La primera se refiere a la presentación externa del motel, constituida por el diseño arquitectónico del edificio, que será moderno, funcional, elegante y práctico, además estará rodeado de soberbios jardines, juegos de agua, con sus respectivos lugares de estacionamiento para visitantes y aquellos privados reservados para el uso exclusivo de los clientes de las habitaciones.
- La segunda manera a través de la cual se pondrá de manifiesto el diseño y empaque de este servicio, la constituirá el ambiente mismo de las habitaciones, su diseño, y las características que los clientes valoran más al momento de solicitar un servicio de esta naturaleza.

Para realizar un diseño eficaz de las habitaciones, se incluyeron en el cuestionario de la encuesta aplicada a la población objetivo, las preguntas necesarias, para ayudar a este propósito, a continuación se analizarán cada una de ellas:

a) COLORES DE LA HABITACIÓN

En el ANEXO No. 37, específicamente en la TABLA A33, se puede observar los resultados de las encuestas para la pregunta No. 9, identificada con la variable Colores, con la que se pretendía que los potenciales usuarios del servicio elijan los colores de la habitación. De una manera tradicional, todos los establecimientos existentes poseen habitaciones oscuras, decoradas con colores fuertes; se decidió preguntar sobre la posibilidad de escoger otros colores, es así como la opción más votada corresponde a la de los colores claros, ya sean solos, o combinados con blancos y en menor proporción con oscuros.

En el GRÁFICO No. 24 se puede observar en mayor detalle la distribución de frecuencias de esta variable. Para diseñar este nuevo servicio, se considerará

que los colores predominantes de las habitaciones serán los claros, combinados o solos.

b) ESPEJOS DE LA HABITACIÓN

En el ANEXO No. 38, y con mayor detalle en la TABLA A34 se pueden apreciar los resultados de las encuestas para la pregunta No. 10, relacionada con la variable Espejos, en la cual se pretendía que los encuestados manifiesten su preferencia sobre la presencia o no de espejos en la habitación. Los resultados más representativos son los siguientes: el 47,4% de la población objetivo considera que deberían existir espejos en las paredes y en el techo, un 20% considera que no deberían existir en ninguno de los dos sitios, un 18,9% considera que deben existir solo en el techo y por último el 13,7% considera que en las paredes es donde deberían ser ubicados.

En el GRÁFICO No. 25 se puede observar con mayor detalle la distribución de frecuencias para esta variable. Para un diseño adecuado de las instalaciones del nuevo motel, se deberán incluir espejos en el techo y paredes de la habitación.

c) VENTANAS DE LA HABITACIÓN

En el ANEXO No. 39, y de manera particular en la TABLA A35 se pueden apreciar los resultados arrojados por las encuestas para la pregunta No. 11, relacionada con la variable Ventanas. De una manera generalizada, los moteles de la localidad, no poseen ventanas en la habitación, llenando las mismas de oscuridad y enrareciendo el ambiente por la escasa ventilación; pero será eso lo que realmente desean los usuarios potenciales del servicio?; se deduce de los resultados de las encuestas, que el 57,9% de los encuestados considera que la presencia de ventanas en la habitación no le restaría privacidad e intimidad a la

habitación, en contraparte con el 42,1% de ellos que consideran innecesaria la presencia de ventanas en la habitación.

En el GRÁFICO No. 26, que corresponde a un gráfico de pastel, ilustra de una manera visual y simple lo mencionado anteriormente. Acogiendo las sugerencias de los usuarios potenciales del servicio, las habitaciones del motel, deberán poseer ventanas que sirvan para ventilar e iluminar la habitación, pero que al mismo tiempo no le resten privacidad.

d) ILUMINACIÓN

La pregunta No. 12 del cuestionario, buscaba identificar las preferencias de los usuarios potenciales del servicio con respecto a la iluminación de la habitación, en el ANEXO No.40, y de manera particular en la TABLA A36, se pueden apreciar las frecuencias y los porcentajes alcanzados por cada opción de la variable Iluminación, de esta manera, se identificó que el 45,3% de los encuestados prefería una luz tenue, el 21,1% preferiría una iluminación normal, el 17,9% preferiría iluminación con velas, las otras opciones por tener una muy baja votación, no se consideran. En el GRÁFICO No. 27, se puede apreciar con mayor detalle la distribución de frecuencias de las opciones de la variable Iluminación. Acogiendo las sugerencias de los encuestados, las luces de la habitación podrían variar de tenues a normales, sugiriéndose la utilización de controles que regulen la intensidad de la luz.

e) CLIMATIZACIÓN DE LAS HABITACIONES

Se hizo necesario en el estudio, preguntar a los encuestados su opinión sobre la posibilidad de tener habitaciones climatizadas, eso se logró, con la pregunta No. 13, los resultados se muestran en el ANEXO No.41, específicamente en la TABLA A37, donde se puede apreciar que el 90,5% de los encuestados sí desea

tener habitaciones climatizadas con control de ventilación y temperatura, manifestándose como la opción más fuerte. En el GRÁFICO No. 28, que corresponde a un gráfico de pastel, se puede apreciar con mayor detalle la importancia de este porcentaje y el peso que éste posee en el total de la muestra. Si se deseara acoger esta sugerencia, la habitación debería poseer calefactores, extractores de aire, o si es posible acondicionadores de aire, para procurar mayor confort a los usuarios del servicio.

f) PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN

Con esta pregunta, se pretendía descubrir si es o no importante la programación de la televisión en la habitación; en el ANEXO No. 42, y de manera específica en la TABLA A38 se puede observar que el 86,3% de los encuestados considera que es importante la programación de la televisión, grupo importante y dividido en porcentajes iguales entre aquellos que desean ver televisión por cable, y aquellos que desean la proyección de películas; solo el 13,7% considera innecesaria la presencia de la Televisión en la habitación. En el GRÁFICO No. 29, se puede apreciar de mejor manera la distribución de las frecuencias para esta variable. Considerando los gustos de los posibles usuarios del servicio, las habitaciones del Motel deberán presentar en la televisión programación por cable y películas por catálogo.

g) MÚSICA AMBIENTAL

Al evaluar la pregunta No. 15 del cuestionario, se pretendió identificar la música ambiental más apreciada por los usuarios de este servicio, de esta manera, en el ANEXO No. 43, específicamente en la TABLA A39, se puede apreciar con mayor detalle la distribución de frecuencias y los respectivos porcentajes, de cada una de las opciones, pudiéndose estimar que el 81,1% de la población objetivo, desea escuchar música romántica, el 7,4% desearía escuchar música clásica y el 5,3% desearía escuchar rock suave, el 4,2% desearía escuchar salsa, entre los

más importantes. En el GRÁFICO No. 30, se puede apreciar con mayor detalle la distribución de frecuencias de cada uno de estos tipos de música. Al acoger las consideraciones de los usuarios, el Motel debería programar la mayor parte del tiempo música romántica, con ligeros lapsos de, música clásica, rock suave, y salsa.

h) PRINCIPALES FACTORES DE DECISIÓN

En la pregunta No. 21 del cuestionario, se buscó definir aquellas características del servicio de alojamiento que el usuario considera importantes al momento de solicitar este servicio; es decir, los factores de decisión que lo impulsarían a demandarlo con mayor frecuencia, el análisis de estos factores se pueden apreciar en el ANEXO No. 44, de manera particular en la TABLA A40, donde se muestran las frecuencias alcanzadas por cada opción, además de sus respectivos porcentajes; información de la que se puede deducir que: el 45,3% de los encuestados prefiere el aseo; el 18,9% valora la privacidad; el 12,6% da prioridad a la elegancia de las instalaciones; el 4,2% privilegia la discreción; solo el 2,1% da prioridad al precio bajo y a la amabilidad del personal.

En el GRÁFICO No. 31, se puede observar la distribución de frecuencias originada con las encuestas para cada uno de estos factores de decisión. En la prestación del servicio, se hace absolutamente necesario atender y no descuidar ninguno de estos factores, tales como el aseo, la privacidad que debe poseer el usuario, se procurará crear un ambiente elegante, se deberá guardar discreción, y ser muy amables con los clientes.

Es necesario que el empaque del servicio que ofrecerá el Motel, reúna todas las observaciones y sugerencias que han señalado los posibles usuarios del servicio; buscando lograr su satisfacción, su fidelidad y en lo posible, incluyendo aquel valor agregado que brinde una distinción al establecimiento; sin descuidar las

especificaciones de estándares de hospedaje de primera categoría, y atendiendo a normas de mantenimiento e higiene internacionales.

2.8.1.2 MARCA

Sin desmerecer el ingenio y originalidad de los gestores de los otros moteles de la localidad, que como distintivo de sus establecimientos, han adoptado nombres representativos de los lugares donde éstos se encuentran ubicados, como por ejemplo: “Las rieleles”, “Las minas”, “Del río”; estos nombres al sonar comunes y referentes de lugares geográficos, han logrado fijarse en la mente de los usuarios, y han servido para una mejor identificación de los establecimientos y en cierta manera del servicio en sí.

En este estudio, no se ha deseado continuar con esa línea, sino que se ha procurado que sean los futuros usuarios quienes se decidan por un nombre que suene agradable o que sea de fácil recordación. En la pregunta No. 27 del cuestionario se buscó que los encuestados decidan entre seis el nombre adecuado para el nuevo Motel, en el ANEXO No. 45, y específicamente en la TABLA A41, se pueden apreciar los resultados de la tabulación de las encuestas para la variable Nombre, de la cual se puede deducir que los nombres con mayor opción son los siguientes: el 29,5% los encuestados se inclinaron por “Jardín del Este”, con un 16,8% hay dos nombres con buenas opciones, “Reggio” e “Imperial”; y finalmente con un 14,7% se encuentra el nombre “Supremo”.

En el GRÁFICO No. 32, se puede observar con mayor detalle la distribución de frecuencias de esta variable. Acogiendo las consideraciones de los usuarios, se procederá a llamar al establecimiento como “Jardín del Este”, siendo este el nombre que se utilizará en posteriores referencias.

2.8.2 PRECIO

La pregunta No. 26 del cuestionario, buscaba definir el precio que estarían dispuestos a pagar los usuarios por la habitación en el nuevo Motel, los resultados de la variable Precio, se muestran en el ANEXO No. 46, de manera particular, en la TABLA A42 donde se puede observar que el precio promedio sugerido por los encuestados es de 15,10 dólares; también se debe mencionar que el precio más señalado es de 10 dólares; en el estudio también se determinó que la desviación estándar del precio promedio es de 6,12 dólares, lo que indica que la distribución del precio se encuentra dispersa. En la TABLA No. A43, se puede observar la distribución de frecuencias para la variable precio; adicionalmente en el GRÁFICO No. 33, se observa con mayor detalle la mencionada distribución.

En la observación directa efectuada a los establecimientos de la localidad en el mes de Diciembre del 2.002 e inicios del mes de Enero del 2.003, se estudiaron los precios que éstos aplican a la suite y a los productos que comercializan dentro de las habitaciones, los resultados se muestran en la TABLA A44 **ANÁLISIS DE PRECIOS DE LOS COMPETIDORES**, (Ver el Anexo No. 47), de la que se puede apreciar que tres de los establecimientos cobran seis dólares por la habitación, los dos Moteles “Del Río”, tienen los mismos precios para los productos, debido a que poseen idéntica administración; el Motel “Castillo del Rey” es aquel que posee los precios más altos tanto para la habitación como para los productos que comercializa, debido a que es aquel que posee mejores prestaciones y mayor calidad del servicio de alojamiento de manera generalizada.

Atendiendo a la capacidad de pago de los posibles usuarios del servicio que en un promedio pagarían 15,10 dólares por la habitación del motel, y a los precios promedios de la competencia; se fijaría un precio tentativo de 15 dólares para las habitaciones del Motel “Jardín del Este”, considerando que éste ofrecerá mejores servicios que sus contendores tales como son TV. por cable, proyección de películas, canales de música a elección, tina con hidromasaje, servicio de comida ligera, artículos para adultos, garajes de fácil acceso con menor maniobrabilidad, mayor privacidad, servicio de despertador, habitaciones más elegantes, mejor

ventilación, mayor aseo, iluminación regulable, toallas, sábanas, cobijas y cobertores totalmente limpios; en fin todo aquello que lo diferenciará de sus contendores y lo dotará de valor agregado.

2.8.3 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La pregunta No. 22 del cuestionario, buscó definir las ofertas más llamativas o que provoquen que el cliente potencial demande con mayor agrado y frecuencia habitaciones en el Motel; el análisis de la variable Oferta se lo realiza en el ANEXO No. 48, específicamente en la TABLA A45, de donde se puede deducir que los encuestados se han inclinado a favor de las tarjetas de servicio privilegiado con el 4,2%; se identifican con los cupones de descuento con un 11,6%; se identifican con el pago diferido en un 17,9%; se identifican con los servicios descontados en un 30,5%; y preferirían un cocktail gratis en un 24,2% entre las más importantes opciones. En el GRÁFICO No. 34, se puede observar con mayor detalle la distribución de frecuencias de la variable Oferta.

La pregunta No. 18 del cuestionario buscaba definir los medios publicitarios que más recuerdan los encuestados, de tal manera que el análisis de la variable Publicidad se puede observar con mucho detalle en el ANEXO No. 49, específicamente en la TABLA A46, donde se muestran las frecuencias de cada medio, así como su porcentaje, de la información de dicha tabla se puede deducir que el 17,9% de los encuestados recuerda la publicidad en revistas; el 40% recuerda más la publicidad en radio; el 9,5% recuerda las hojas volantes, entre los más importantes, pero existe un elevado porcentaje (23,20%) que no recuerda ningún medio. En el GRÁFICO No. 35, se puede observar con mayor detalle esta distribución de frecuencias.

Atendiendo a las consideraciones anteriores, para llegar con el servicio del motel hacia el segmento objetivo de una manera precisa, se realizarán los siguientes esfuerzos diferenciados de mercadotecnia:

Para el primer año de operación: Se publicarán insertos semanales de preferencia cada día viernes con la publicidad del motel, y adicionalmente, se podría instar a los lectores para que recorten estos anuncios y que éstos sirvan como cupones de descuento, los cuales proporcionarían a sus portadores rebajas en el precio de los servicios que soliciten en el establecimiento, aceptándose un solo cupón por cada visita (Esta estrategia se aplicaría previa la aprobación del administrador del establecimiento). Para canalizar los insertos, se publicaría un octavo de página en los periódicos La Gaceta en Latacunga y Vanguardia en Salcedo.

Adicionalmente, se sugiere la contratación de 6 pautas comerciales en la programación musical diaria de radio Élite fm. stereo, debido a que su señal está orientada al público adulto de las provincias de Cotopaxi y Tungurahua.

Se sugiere además que se impriman y se repartan trescientas tarjetas finamente elaboradas con el logotipo de una razón social discreta, con el propósito de servir a los clientes como tarjeta de servicio privilegiado, las cuales les proporcionarían descuentos en los servicios adicionales, o en los productos del establecimiento (Esta estrategia al igual que los cupones de descuento, estará supeditada a la aprobación de la administración del establecimiento).

Para los años posteriores: El establecimiento, podría contratar un solo inserto mensual en el rotativo de mayor cobertura de la localidad, en este caso el diario "La Gaceta"; se podrían contratar solo tres meses de publicidad en radio, y se repartirían solamente cien tarjetas de servicio privilegiado. Todos estos esfuerzos se realizarán con el propósito de mantener la imagen del establecimiento, debido a que el mayor medio publicitario al que se sugiere acceda el establecimiento es a la publicidad boca a boca. Esto se lograría con un servicio realmente satisfactorio para los clientes, quienes no dudarían en recomendar a sus amistades los servicios que se ofrezcan en el Motel.

2.8.4 PLAZA

Surge la idea de este proyecto precisamente para aprovechar la existencia de un terreno en el sector rural de la Ciudad de Salcedo, en el cual se podría construir el Motel, es por este motivo que se analizaron los gustos, tendencias, y capacidad adquisitiva de los ciudadanos de Latacunga y Salcedo; es decir, que el estudio giró en torno a esta ubicación, misma que se convertiría en el canal de distribución del servicio, debido a que será en las instalaciones del establecimiento en las que se ofrezcan los servicios que el Motel propone.

En la encuesta se buscó dar un formato; una visión a la manera de acceder a este servicio, consultando a los encuestados en la pregunta No. 28 del cuestionario, de cuyos resultados se puede deducir que el 56,8% de los encuestados considera que el lugar está alejado de su ciudad, por lo que lo consideran discreto; el 53,7% considera que el acceso directo por la vía Panamericana sería discreto, pero también el 63,2% accedería por vías secundarias; el 57,9% considera que el flujo de vehículos que transitan por la panamericana podría interferir con el ingreso o salida del establecimiento; el 50,5% de los encuestados considera que no se necesitaría un gran rótulo para señalar el Motel; y el 77,9% considera que las vías de acceso secundarias deberían estar bien señalizadas, para facilitar el acceso al establecimiento.

En el Anexo No. 50, específicamente en los Gráficos No. 36 – 41, el lector podrá visualizar cada uno de los porcentajes alcanzados por las opciones de cada una de las preguntas de la variable Localización.

2.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Existe demanda potencial insatisfecha del servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo, cuantificada para el primer año de la proyección; es decir, el 2.002 de 15.884 prestaciones por plaza, o su equivalente a 29 plazas al año; para el siguiente año se estima que existirá una demanda insatisfecha de 20.303 PxP., o su equivalente a 38 plazas.
- Por la elasticidad ingreso de la demanda, el servicio que se propone, se identifica como un servicio de lujo; es decir que al aumentar los ingresos de los consumidores, estos tendrán mayor predisposición para demandarlos; en el caso contrario, al reducirse los ingresos, la demanda de este tipo de servicios también se reducirá.
- El servicio que se propone posee una elasticidad precio de la demanda mayor que la unidad; es decir, que un incremento en el precio del servicio en un punto porcentual, provocará una disminución de la cantidad demandada en 1,42 por ciento. Como consecuencia de lo anterior, si se deseara incrementar el monto de los ingresos totales, una estrategia de reducción de precios en este tipo de servicios sería adecuada.
- La Población Objetivo del total del mercado para el servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo, se estima en 8.083 individuos.
- El Segmento Objetivo así delimitado está integrado específicamente por Empleados Públicos, Empleados Privados, Empresarios; con edades

comprendidas entre los 20 y 39 años; Casados en mayor proporción, pero también se debe considerar a los solteros; con grados instrucción Superior y media; ocupados plenos; es decir, con ingresos superiores a los 200 dólares.

- La oferta actual de habitaciones es insuficiente en cantidad, pero especialmente sus prestaciones, no sirven para satisfacer las necesidades exigentes de los usuarios del servicio, debido a que su categoría ha descendido, y se han descuidado aspectos como el aseo, la dotación de agua caliente, el mobiliario es vetusto, no existe adecuada iluminación, y ventilación; muchos no poseen televisor, ni ofrecen otros servicios adicionales.
- Una porción de los usuarios del servicio de alojamiento, preferirían que en el baño de su habitación exista una tina con hidromasaje, apreciarían la existencia de un buen servicio de bar dotado de cocktails, bebidas calientes y comida ligera; servicios por los que estarían dispuestos a gastar en promedio 13 dólares.
- Las habitaciones del Motel serán modernas, cálidas, acogedoras, diseñadas para brindar total discreción a los usuarios del servicio, decoradas con colores delicados, con espejos estratégicamente ubicados, y dotadas de excelente ventilación. Adicionalmente el sistema de entretenimiento, programará música romántica, y en la televisión se proyectarán canales por cable y películas por catálogo.
- Los potenciales clientes del nuevo establecimiento, desearían tener la posibilidad de comprar artículos destinados al público adulto en las habitaciones y gastarían en promedio en esta clase de productos aproximadamente 13 dólares.
- Los clientes potenciales del servicio, preferirían que el establecimiento privilegie el aseo, la elegancia de las instalaciones, y la discreción como factores decisivos a la hora de demandar el servicio.

- El nombre más votado por los encuestados para identificar al establecimiento es “Jardín del Este”.
- El establecimiento que sería el contendor directo del Motel “Jardín del Este”, es el Motel “Castillo del Rey”, debido a que es un establecimiento nuevo, y con buenas prestaciones.
- El precio tentativo que se ha fijado para las habitaciones del Motel “Jardín del Este”, y para no superar a su contendor más próximo, se fija en quince dólares.
- Para promocionar el servicio, se podrían ofrecer cupones de descuentos, se obsequiarían cocktails de bienvenida, y se entregarían tarjetas de servicio privilegiado, las mismas que adicionalmente a la función publicitaria, pueden revertirse en descuentos especiales para los portadores de las mismas.
- Para promocionar el servicio del Motel “Jardín del Este”, se procederá a realizar estrategias de mercadotecnia diversas para el primer año de operación como para los posteriores, con diversos niveles de pautas comerciales en una emisora local, y publicación de insertos en los rotativos de la localidad.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Al haberse demostrado que existe demanda potencial insatisfecha para el servicio de alojamiento temporal; en este capítulo, se hace necesario comprobar que no existe ningún impedimento de tipo legal, técnico, tecnológico, o humano que permita satisfacer dicha demanda. Al estudiar las consideraciones anteriores surge el objetivo general del presente Estudio Técnico:

“Demostrar que es técnicamente posible la prestación del servicio de alojamiento temporal en el Motel “Jardín del Este”, para satisfacer la demanda potencial insatisfecha, debido a que se puede dotarlo de la estructura física, del equipo, los materiales, la tecnología, e incluso los recursos humanos indispensables para una prestación eficiente del servicio principal”.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Entre los objetivos específicos del presente estudio técnico tenemos:

- Analizar la normativa vigente que se aplica a la prestación de servicios de alojamiento temporal en las habitaciones de los moteles.

- Realizar un análisis de la localización propuesta para la construcción del motel.
- Estudiar de manera minuciosa la prestación del servicio de alojamiento temporal, con el propósito de optimizarlo y si fuese posible, ofrecer un valor agregado que lo diferencie de sus competidores.
- Determinar de acuerdo con la demanda potencial insatisfecha, la capacidad instalada óptima del establecimiento.
- Diseñar y distribuir el espacio físico del establecimiento, maximizando la capacidad instalada de habitaciones.
- Realizar un estudio adecuado que permita la determinación del equipo necesario para la prestación del servicio.
- Realizar un estudio de la mano de obra necesaria para afrontar las operaciones del establecimiento de una manera eficiente.
- Realizar una propuesta técnica de mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones del establecimiento con el propósito de mantener inalterable la categoría del Motel.
- Diseñar una propuesta de manejo de las instalaciones tendiente a lograr una utilización adecuada, y el pleno empleo de la capacidad instalada.

3.2 ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO

3.2.1 DE LA NATURALEZA Y CLASES DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Son establecimientos de alojamiento los dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

La categoría de los establecimientos hoteleros y no-hoteleros se determinará por medio del distintivo de la estrella y se clasificará en atención a las características y calidad de sus instalaciones y por los servicios que presten¹⁸, En el subgrupo 1.3 se encuentran los moteles que podrán poseer de una a tres estrellas plateadas.

Todos los establecimientos de alojamiento deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadro de metal en el que sobre fondo azul turquesa, figurarán en blanco la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría. La Dirección Nacional de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

La nomenclatura que se usará para el Motel es **M**.

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentos de los establecimientos deberá indicarse en forma que no induzca a confusión, el grupo, subgrupo y categoría en que estén clasificados.

Ningún establecimiento de alojamiento podrá usar denominación o indicativos distintos de los que le correspondan por su grupo y subgrupo, ni otra categoría que aquella que les fuera asignada.

Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos que pueda afectar a su clasificación deberá ser notificada previamente para su aprobación a la Dirección Nacional de turismo o Direcciones Regionales.

De la clasificación otorgada por la Dirección Nacional de Turismo, los establecimientos que presten servicios de alojamiento podrán recurrir a través de

¹⁸ REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR Acuerdo ministerial No. 1097, Registro Oficial No. 699 de 26 de Octubre de 1.978. Ministerio de Industrias, Comercio e Integración, Art. 1-2

su respectiva asociación ante el Ministerio de Industrias, Comercio e Integración en el término de 15 días¹⁹.

3.2.2 DE LA AUTORIZACIÓN DE LOS PROYECTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

Para la autorización de los proyectos de establecimientos de alojamiento hotelero o no hotelero a construirse con posterioridad a la vigencia del presente reglamento, se deberá presentar la siguiente documentación:

- Antecedentes de la Empresa y de los empresarios promotores.
- Proyecto de Inversión y Financiamiento.
- Anteproyecto arquitectónico.

Previamente a la aprobación de los planos definitivos por las autoridades competentes, la Dirección Nacional de Turismo o la Dirección Regional correspondiente, procederá a revisarlos y a dar su visto bueno. De no cumplirse con este requisito, los planos no podrán ser aprobados por dichas autoridades²⁰.

3.2.3 REGISTRO Y LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

De conformidad con lo previsto en el Art. 28 de la ley de fomento turístico, ningún establecimiento de alojamiento podrá anunciarse, ofrecer sus servicios ni prestarlos, si no hubiere obtenido el certificado de registro y la Licencia Anual de Funcionamiento en la Dirección Nacional de Turismo o en la Dirección Regional correspondiente.

Para obtener el Certificado de Registro y de la Licencia Anual de Funcionamiento, los establecimientos de alojamiento presentarán su solicitud a la Dirección

¹⁹ REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR Acuerdo ministerial No. 1097, Registro Oficial No. 699 de 26 de Octubre de 1.978. Ministerio de Industrias, Comercio e Integración, Art. 4-9

²⁰ REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR Acuerdo ministerial No. 1097, Registro Oficial No. 699 de 26 de Octubre de 1.978. Ministerio de Industrias, Comercio e Integración, Art. 10

Nacional de Turismo o a la Dirección Regional respectiva, acompañada de los siguientes documentos:

- Copia de la escritura de constitución, debidamente inscrita, cuando se trate de personas jurídicas.
- Copia del nombramiento del representante legal de la compañía cuando se trate de personas jurídicas.
- Certificado de la Dirección de Patentes y Marcas de no encontrarse registrada la razón social o denominación objeto de la solicitud.
- Justificar antecedentes personales y comerciales satisfactorios de los representantes legales y propietarios.
- Lista de los precios que regirán en el establecimiento, la misma que deberá ser aprobada por la Dirección Nacional de Turismo.
- Registro único de contribuyentes.
- Patente municipal
- Permiso sanitario
- Comprobantes de pago del valor del Certificado de Registro y Licencia Anual de Funcionamiento, de acuerdo a los valores establecidos en el Reglamento General.

El Registro y la Licencia Anual de Funcionamiento de nuevos establecimientos de alojamiento deberá solicitarse por lo menos con 30 días de anticipación a la fecha prevista para iniciar sus actividades.

El Registro y la Licencia Anual de Funcionamiento de que trata el presente reglamento no incluyen el registro y el permiso para el funcionamiento de instalaciones propias de casino y discoteca que operan dentro de los establecimientos hoteleros.

El Certificado de Registro y la Licencia Anual de Funcionamiento se expedirán en formularios especiales elaborados para tal objeto por la Dirección Nacional de Turismo.

Una vez presentada la solicitud de registro, la Dirección Nacional de Turismo o la respectiva Dirección Regional, realizará una visita de inspección al establecimiento con el fin de comprobar si reúne las condiciones necesarias para su funcionamiento y proceder a su clasificación.

La Dirección Nacional de Turismo o la Dirección Regional correspondiente, podrá hacer en cualquier tiempo una inspección del establecimiento de alojamiento y si hubieren variado las condiciones que sirvieron de base para su clasificación procederá a reclasificarlo. Igualmente, el establecimiento de alojamiento podrá solicitar su reclasificación si hubieren variado las condiciones que sirvieron de base para su clasificación²¹

3.2.4 PRESCRIPCIONES COMUNES A TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

Las condiciones de higiene y de los servicios de agua potable, electricidad, y sistema contra incendio así como de infraestructura y seguridad que deberán reunir los establecimientos, son las que prescriben las leyes y reglamentos correspondientes.

Todos los establecimientos tendrán acceso libre al público general, quedando terminantemente prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante estos establecimientos se reservarán el “derecho de admisión” a quienes incumplan las normas básicas de convivencia, moralidad y decencia.

La conserjería y recepción constituirán el centro de relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información. Salvo que sean asumidas por otros departamentos, corresponde a la recepción, aparte de otras funciones, atender las reservas de alojamiento, formalizar el hospedaje, recibir a clientes, cerciorarse de su identidad exigiéndoles la presentación de los correspondientes documentos, inscribirlos en la tarjeta de registro, asignarles habitaciones, atender

²¹ REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR Acuerdo ministerial No. 1097, Registro Oficial No. 699 de 26 de Octubre de 1.978. Ministerio de Industrias, Comercio e Integración, Art. 11-17

las reclamaciones, expedir facturas y percibir el importe de las mismas. Igualmente serán funciones de la recepción y de la conserjería, de haber esta última custodiar las llaves de las habitaciones, recibir, guardar y entregar a los huéspedes la correspondencia así como los avisos o mensajes que reciban, cuidar de la recepción y entrega de equipajes y cumplir en lo posible los encargos de los clientes. Estará a cargo del conserje de noche el servicio de despertador, cuando no exista servicio nocturno de telefonista.

El servicio de pisos cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupada por los huéspedes.

La prestación del servicio de comedor tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración del establecimiento, que en todo caso comprenderá un periodo mínimo de dos horas para el desayuno, dos para el almuerzo y dos para la merienda. Se cuidará especialmente que en la preparación de los platos se utilicen alimentos e ingredientes en perfecto estado de conservación, así como el que su presentación sea adecuada, según la categoría del establecimiento.

Los desayunos podrán ser servidos en el comedor, cafetería u otro lugar adecuado, o en las habitaciones.

El personal encargado del servicio telefónico, cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible, directamente o a través de recepción o conserjería de haberla. El personal mencionado llevará el control de las llamadas locales, interprovinciales y al exterior que efectúen los clientes, expidiendo al término de cada una de ellas un comprobante de su duración y el valor de las mismas.

Los establecimientos de alojamiento, de acuerdo con su categoría, prestarán el servicio de custodia de dinero y objetos de valor que para tal efecto les sean entregados por los huéspedes como constancia de lo cual se les conferirá el correspondiente recibo, siendo responsables los establecimientos de su pérdida o

deterioro. En todas las habitaciones, apartamentos o suites en un lugar fácilmente visible deberá constar la indicación en dos idiomas: español e inglés de que el establecimiento no se responsabiliza del dinero u objetos de valor que no sean depositados en la forma establecida en el presente artículo.

El servicio de lavandería y planchado podrá ser concertado con una empresa especializada, siendo en todo caso, el establecimiento de alojamiento el responsable de la correcta prestación del mismo y especialmente de la ropa que sea devuelta a los clientes en el plazo máximo de 48 horas o de 24 en el caso de servicio urgente.

En todos los establecimientos de alojamiento existirá un botiquín de primeros auxilios y se deberá disponer de asistencia médica, en caso de emergencia, para facilitarla a los clientes. El servicio de asistencia médica será con cargo a los clientes.

Todo el personal de servicio de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres de la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta presentación y se esmerarán en atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía. De manera especial el personal encargado de la preparación y elaboración de las comidas cuidará de la limpieza de su atuendo y deberá vestir el uniforme tradicional, debiendo además portar todos los documentos exigidos por las autoridades de salud y otros organismos competentes.

Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad del establecimiento, mediante la instalación de los correspondientes dispositivos extintores, en todas las dependencias generales y plantas del establecimiento, debiendo en todo caso observarse las normas establecidas por el Cuerpo de Bomberos. El personal deberá estar instruido sobre el manejo de los citados dispositivos y de las demás medidas que han de adoptarse en caso de

siniestro debiendo realizarse periódicamente pruebas de eficiencia con dicho personal.

Todas las dependencias e instalaciones de los establecimientos de alojamiento deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas de sanidad dictadas por los organismos competentes. Los reservorios de agua estarán dotados de registros que faciliten su periódica limpieza, así como de filtros que garanticen su pureza, debiendo estar asegurada en todo caso la potabilidad del agua. En los lugares donde no hubiera el servicio público de agua potable, los establecimientos estarán obligados por lo menos a purificar el agua advirtiendo a la clientela sobre este particular. La eliminación de las aguas residuales tendrá lugar precisamente a través de la red de alcantarillado y de no existir ésta, mediante un sistema eficaz y rigurosamente ajustado a las normas sanitarias establecidas en la legislación vigente.

Los locales, instalaciones, mobiliario y enseres de los establecimientos de alojamiento se mantendrán en condiciones óptimas de presentación, funcionamiento y limpieza²².

3.2.5 DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, SEGÚN SU CATEGORÍA

Los Moteles de Tres Estrellas (Primera Categoría) deberán contar con los siguientes servicios:

- Servicio de Recepción las 24 horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá además del español el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la Recepción.
- Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales en los lugares donde hubiere este servicio y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de Recepción.

²² REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR Acuerdo ministerial No. 1097, Registro Oficial No. 699 de 26 de Octubre de 1.978. Ministerio de Industrias, Comercio e Integración, Art. 18-31.

- Servicio de cafetería las 24 horas del día.
- Botiquín de primeros auxilios²³.

3.2.6 DISPOSICIONES LEGALES DEL MINISTERIO DE GOBIERNO

El Ministerio de Gobierno, representado por las respectivas Gobernaciones provinciales en la República del Ecuador, está facultado mediante el Decreto Ejecutivo No. 3310-B, a vigilar y a normar la apertura y funcionamiento de los establecimientos que se dediquen a realizar actividades turísticas. Dicho control lo ejecuta sólo sobre aquellos establecimientos que bajo el criterio de la inversión de los mismos, no alcancen el monto de 50.000 sucres.

En el artículo número dos del mencionado decreto se presenta la tabla que guía la aplicación de las respectivas tasas, esta tabla está expresada en Sucres, por lo que actualmente ha caído en desuso; los criterios por los que el ministerio de Gobierno cobra actualmente las mencionadas tasas de funcionamiento, fueron emitidos mediante los Acuerdos Ministeriales, No. 1.290 del 16 de junio del 2.000 y el No. 422 del 30 de julio del 2.002, los mismos que sobre una base de doce centavos de dólar, ajustan la mencionada tasa de acuerdo a los índices de la inflación que se han estimado convenientes para el efecto.

Cave mencionar que los fondos recaudados por los permisos de funcionamiento que emita el Ministerio de Gobierno y Policía, irán destinados a una cuenta especial que servirá para solventar las necesidades más apremiantes de cada Gobernación Provincial. El decreto 3310-B se muestra en el ANEXO No. 51

3.2.7 DISPOSICIONES LEGALES DE LA INTENDENCIA DE POLICÍA

La Intendencia General de Policía, al ser un órgano de control dependiente del Ministerio de Gobierno, posee como atribuciones principales y concernientes al funcionamiento de los moteles, las siguientes:

²³ REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR Acuerdo ministerial No. 1097, Registro Oficial No. 699 de 26 de Octubre de 1.978. Ministerio de Industrias, Comercio e Integración, Art. 47.

- Vigilar que todo establecimiento de alojamiento en este caso específico, el motel posea el Permiso Anual de Funcionamiento (PAF), concedido por el Ministerio de Gobierno.
- Vigilar que se cumplan con los respectivos horarios de funcionamiento, de acuerdo a lo establecido en el (PAF).
- Controlar el que el precio de las habitaciones sea acorde a la categoría y a las prestaciones que ofrezca el establecimiento.
- Controlar los precios de los productos que se comercializan al interior del establecimiento, apoyados en la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor.

La normativa explícita que faculta al Intendente a ejercer control sobre los establecimientos hoteleros, viene tipificada en el Acuerdo Ministerial publicado en el Registro Oficial No. 161 del jueves primero de abril de 1.999, el que se muestra en el ANEXO No. 52

3.2.8 DISPOSICIONES LEGALES DEL MUNICIPIO DE SALCEDO

La norma legal que regula la aprobación de proyectos hoteleros en la ciudad de Salcedo es el Código de Arquitectura y Urbanismo del Cantón Salcedo, que entró en vigencia en el año 2.001, el mismo que en su ámbito de aplicación abarca las áreas urbanas y rurales de Salcedo, así como su zona de incidencia.

La sección que norma la aprobación de proyectos hoteleros, se limita a reproducir de manera literal, los artículos 1 al 31 del Reglamento Hotelero del Ecuador, que fue analizado con anterioridad.

La norma técnica general establece que un motel se ubicará fuera de los núcleos urbanos; en el caso de la localización propuesta, esta se encuentra fuera del perímetro urbano, por lo que está considerado como un predio rústico, y deberá acoger las disposiciones de la ley de caminos del MOP, las cuales indican que se deberán respetar:

- 25 metros de distancia desde el eje de la Panamericana para la construcción de cerramientos y
- 30 metros de distancia desde el eje de la Panamericana para la edificación.

La Dirección de Planificación del Municipio de Salcedo, no exige la presentación de planos para la construcción de ninguna obra civil u hotelera fuera del perímetro urbano, ni existe disposición especial que regule la construcción, apertura y funcionamiento de los moteles.

3.2.9 DISPOSICIONES LEGALES DE LA DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD

La Dirección Provincial de Salud, como órgano regulador de la salubridad e higiene de la población en general, tiene como misión vigilar que todos los establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento adecuen sus instalaciones a las normas y disposiciones que la ley y los reglamentos establecen, tal es así que todo nuevo establecimiento debe cumplir ciertos requisitos entre los cuales tenemos:

1. Deberán los gestores extender una solicitud al Director Provincial de Salud, en la que se le invitará a realizar una inspección del lugar destinado a la construcción del Motel, para que los directivos del Ministerio de Salud, analicen los siguientes aspectos relacionados con la localización propuesta para el establecimiento:

- El terreno deberá encontrarse alejado de los núcleos urbanos, es decir estar localizado en predios rurales, de preferencia despoblados.
- El establecimiento propuesto, podrá tener acceso, pero de preferencia, deberá encontrarse alejado de vías de acceso con flujos importantes de vehículos tales como la Panamericana.
- El establecimiento, no podrá provocar problemas de vecindad.
- El establecimiento deberá construirse en un terreno totalmente cerrado.

- El Motel ofrecerá solamente alojamiento temporal de tipo transitorio.

2. Con posterioridad al visto bueno para la localización del motel, se hace necesario obtener el visto bueno de los planos sanitarios del establecimiento, en los cuales se especificarán los servicios que prestará, tales como: cafetería, comedor, casino, pista de bailes, entre otros.

3. Como paso final e importante, posterior a la construcción del motel y previo al funcionamiento del mismo, se deberá tramitar ante el Director Provincial de Salud el permiso anual de funcionamiento, y pagar la tasa anual de funcionamiento de acuerdo a la categoría tipificada en el Reglamento de Tasas por Permiso Sanitario y de Funcionamiento, que en este caso específico corresponde a un Motel de lujo de hasta treinta camas codificado con el número 17.31.2 y que equivale a 50 salarios mínimos vitales²⁴

3.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL ESTABLECIMIENTO

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital²⁵. El estudio de la localización consiste en el análisis de las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios, con frecuencia, la decisión de donde situar una nueva planta, puede ser determinante, para optar por continuar un proyecto²⁶.

Entre los factores que se pueden considerar para realizar la evaluación se encuentran los siguientes:

²⁴ Ministerio de Salud del Ecuador, MANUAL DE APLICACIÓN AL REGLAMENTO SUSTITUTIVO DE TASAS POR CONTROL SANITARIO, PERMISO DE FUNCIONAMIENTO, p. 8.

²⁵ Baca Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México. P. 98

²⁶ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. p. 79

- *Factores geográficos*, relacionados con las condiciones naturales que rigen en las distintas zonas del país, como el clima, los niveles de contaminación y desechos, las comunicaciones (carreteras, vías férreas y rutas aéreas), etc.
- *Factores institucionales*, que son los relacionados con los planes y las estrategias de desarrollo y descentralización industrial.
- *Factores sociales*, los relacionados con la adaptación del proyecto al ambiente y la comunidad. Estos factores son poco atendidos, pero no menos importantes. Específicamente, se refieren al nivel general de los servicios sociales con que cuenta la comunidad, como escuelas (y su nivel), hospitales, centros recreativos, facilidades culturales y de capacitación de empleados y otros.
- *Factores económicos*, que se refieren a los costos de los suministros e insumos en esa localidad, como la mano de obra, las materias primas, el agua, la energía eléctrica, los combustibles, la infraestructura disponible, los terrenos y la cercanía de los mercados y las materias primas²⁷.

La localización propuesta para el establecimiento es el terreno ubicado a 1,1 kilómetros de la ciudad de Salcedo, al lado este de la Panamericana al circular en sentido sur-norte; en el sector rural conocido como Rumipamba de la Universidad (El gráfico de la ubicación se puede apreciar en el anteproyecto arquitectónico que se muestra en el Anexo No. 54). La localización propuesta atendió a las siguientes consideraciones:

- La posibilidad de utilizar un terreno que está prácticamente en abandono, convirtiéndolo en un activo productivo.

²⁷ Baca Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México. P. 101

- La escasez de disposiciones legales por parte del Municipio de Salcedo que regulen la construcción de viviendas u otro tipo de edificaciones en el mencionado sector.
- Al tratarse de un predio rústico, el Municipio de Salcedo no regula la construcción de edificaciones, por lo que no se deben someter a trámite de aprobación los planos definitivos previos a la construcción, y tampoco se deberán pagar permisos de construcción.
- Existe poca distancia del terreno hasta la carretera Panamericana, vía por la que transitan continuamente vehículos de pasajeros, de las ciudades de Salcedo, Latacunga, y Ambato.
- Disponibilidad casi inmediata de alcantarillado, energía eléctrica, agua potable, e incluso línea telefónica.
- Posibilidad de acceder al mencionado terreno por dos vías secundarias.
- Posibilidad de encontrar mano de obra capacitada o no capacitada para realizar las operaciones tendientes al buen funcionamiento del establecimiento.
- Excelentes condiciones climáticas de las que goza la zona de Salcedo, con temperaturas ligeramente superiores a las de la ciudad de Latacunga.
- Disponibilidad de agua de regadío, que podría ser aprovechada para la manutención de los jardines del establecimiento, o para la creación de juegos de agua que conviertan al motel en un verdadero espectáculo.

La localización definitiva del establecimiento, deberá ser puesta a consideración de la Dirección Provincial de Salud, sin cuyo visto bueno, no se recomendaría la ejecución del proyecto, debido a que el terreno deberá apearse a las

consideraciones mencionadas en el párrafo 3.2.9; cuyo incumplimiento podría generar problemas, de costosa solución.

3.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El servicio de alojamiento temporal en el Motel “Jardín del Este”, será proporcionado a los usuarios de la siguiente manera:

El cliente al acceder a las instalaciones por medio del carril de ingreso, puede ser revisado de manera discreta por el guardia; a la altura de la recepción, no podrá ingresar al establecimiento mientras el recepcionista no le haya indicado por medio del intercomunicador sobre las características y precio de la habitación que se encuentra disponible, y le proporciona las instrucciones para que acceda a la misma.

De manera automática se abrirá la puerta del garaje privado de la habitación solicitada por el cliente, una vez que el vehículo está dentro, se abrirá también de manera automática la puerta de la habitación, en cuyo interior se encontrará: un sofá bipersonal, una cama de dos plazas, un televisor a color de veinte pulgadas y un armario en el cual colocar sus prendas.

El cliente podrá controlar la iluminación de la habitación con la ayuda de comandos ubicados al ingreso de la habitación y cerca de la cama, donde también encontrará los controles del sistema de entretenimiento compuesto por la música ambiental de la habitación, pudiendo regular el volumen de la música que se transmitirá a través de los difusores de sonido, y podrá también controlar la programación de la televisión.

Sobre el velador de la cama, y junto al teléfono que servirá de intercomunicador interno del cliente con la recepción del Motel; éste encontrará el menú de bebidas y alimentos que podrá consumir dentro del establecimiento, además encontrará una guía completa de entretenimiento que le indicará el tipo de música que se

transmitirá, la programación en televisión que puede mirar, o las películas que pueden ser proyectadas en su televisor.

A su disposición dentro de la habitación, el cliente podría disfrutar de un completo sistema de calefacción (si el costo de prestación de este servicio lo permite), para mantener las habitaciones a una temperatura agradable, realzando el ambiente acogedor de la habitación.

En el baño de la habitación, el cliente encontrará dos toallas limpias y bien dispuestas, en modo tal de invitar a la comodidad y al aseo, un set completo de útiles de tocador compuesto por una peinilla, un rollo de papel higiénico blanco, dos jabones de tocador, y champú. De manera adicional, el baño contará con canales extractores de aire, para ayudar a la evacuación de olores desagradables, también se dotará a los lavabos y duchas con monollaves; es decir, que mediante un solo movimiento el cliente podrá mezclar el agua del grifo a la temperatura deseada. Se colocarán secadores de cabello en lugares cercanos a los espejos del lavabo, para facilitar el secado del cabello de los clientes y evitar que ellos salgan del establecimiento con el cabello húmedo, lo que podría perjudicar su salud.

Se hace necesario indicar que previa solicitud del cliente a la recepción se podrá dotar al baño de la habitación con más jabón, champú, papel, o toallas, para bienestar y comodidad del cliente, todo previo el pago de una cantidad adicional.

Los clientes que deseen pernoctar en el establecimiento, podrán acceder al servicio de despertador, comunicándose con la recepción e indicando la hora a la que desean ser despertados.

Los clientes que deseen realizar llamadas al exterior del establecimiento, podrán hacerlo por intermedio de la central telefónica de la recepción, previa la aceptación de los costos de la llamada.

Los huéspedes también encontrarán el catálogo de los artículos que podrán adquirir en el sexy shop, solicitándolos por medio del intercomunicador, o a su vez, podrían acceder a la recepción, a través de la puerta interna de su habitación, que lo comunica con el mini hall de servicio, el mismo que lo llevará de manera directa al corredor del establecimiento en cuya recepción estará ubicado el sexy shop.

Los clientes que deseen solo adquirir productos en la tienda especializada, podrán acceder a la misma como visitantes, parqueando su vehículo en el área de parqueo exterior del motel e ingresar por la puerta principal.

Las bebidas, alimentos, artículos del sexy shop, y todo producto que solicite el cliente, serán colocados en la bandeja de servicio del mini hall interno que cada habitación poseerá, o dispuestas en modo agradable sobre un carro de servicio; todo lo anterior realizado con absoluta discreción, advirtiendo al cliente, mediante golpes en la puerta o por medio del teléfono intercomunicador, para asegurar la privacidad. Todos estos artículos serán facturados conjuntamente con el valor del servicio de la habitación, y serán cancelados al momento de abandonar la habitación.

El cliente para salir del establecimiento, deberá comunicar al personal de servicio su deseo de abandonar la habitación, para que antes de que le sea abierta la puerta del garaje, el personal de limpieza se cerciore del buen estado del mobiliario, equipos, catálogos, ropa de cama, toallas, vidrios, espejos, cuadros, sanitarios, azulejos, luminarias, en definitiva, verificará que todo permanezca como cuando se ofreció la habitación al cliente, caso contrario, éste no podrá salir del garaje del establecimiento, sin la cancelación de los daños provocados. Si durante esta labor de inspección o durante aquella del aseo, el personal encontrase algún objeto o pertenencia del cliente, deberá ser consignado a la recepción, donde reposará hasta que sea reclamado.

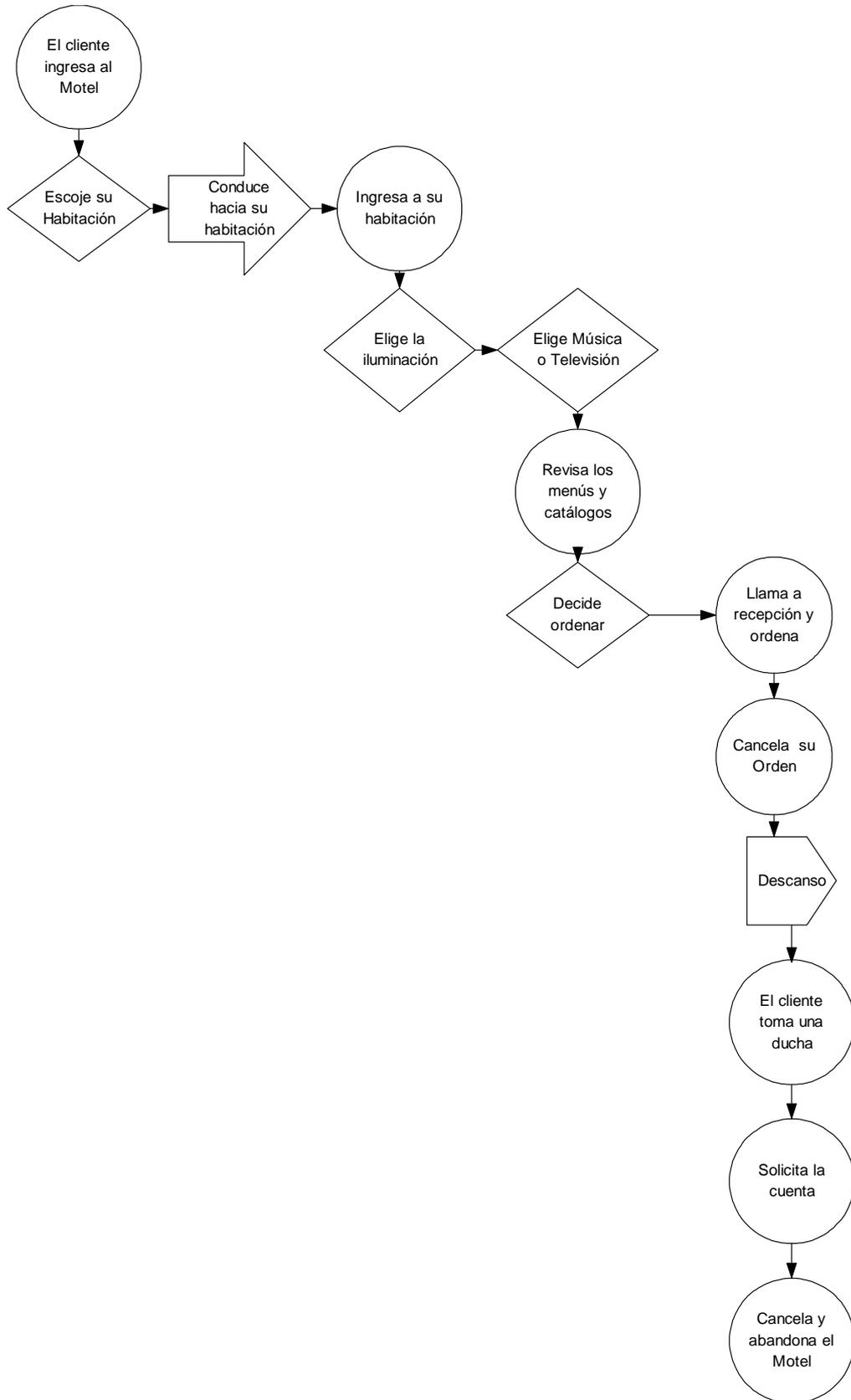
Posterior al uso, el personal de limpieza realizará el aseo de la habitación, cerciorándose de esterilizar el baño, y los pisos, cambiará las sábanas, toallas, y

cobijas de la habitación, limpiará los ceniceros, y basureros de la habitación, desechará todo remanente del set de aseo y en su lugar colocará uno nuevo, apagará el sistema de entretenimiento de la habitación, y permitirá la ventilación de la habitación y del baño.

Posteriormente comunicará a la recepción del Motel que la habitación está lista para ser utilizada en una nueva ocasión.

En el flujo grama siguiente, se puede observar el proceso de prestación del servicio, con aquellos componentes esenciales, que pueden o no ser modificados por el cliente, o aquellas prestaciones que pueden ser mejoradas, accediendo a las mismas por el canal de recepción.

GRÁFICO 3.1 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO



3.5 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL ESTABLECIMIENTO

Existen tres criterios principales, que deciden la determinación del tamaño óptimo de una planta, o en este caso específico del establecimiento; los cuales son:

- *La existencia de demanda potencial insatisfecha.* Bajo este criterio la determinación del tamaño óptimo de las instalaciones del establecimiento, se refiere al número de habitaciones que permitirá al Motel de una manera eficiente, satisfacer la demanda insatisfecha ó la porción de ésta que se haya decidido cubrir.
- *El monto de la inversión previsto.* Bajo este criterio, existen limitaciones económicas que podrían impedir la ejecución del proyecto, debido a que los costos de construcción, operación y mantenimiento del establecimiento se incrementarán en proporción directa al número de habitaciones que se construyan; es decir, que a un mayor número de habitaciones, la inversión inicial será mucho mayor, elevándose de esta manera los riesgos de no recuperación del capital de los gestores, o alargando el período de recuperación del capital.
- *La tecnología a emplearse y sus limitaciones en cuanto a la capacidad de maquinarias y equipos.* Para el caso específico del motel, la tecnología a emplearse es insipiente, y depende en mayor medida del recurso humano, quien será el encargado de prestar el servicio.

Atendiendo a las consideraciones anteriores y sobre la base de la demanda potencial insatisfecha calculada en el Estudio de Mercado específicamente en el párrafo 2.7.1, la que se estimó será de 15.884 prestaciones por plaza o su equivalente a 29 habitaciones para el año 2.002. Se escoge este año, debido en primer lugar a que es el más cercado a la demanda histórica, por lo que se espera sea el más exacto y adicionalmente, constituye uno de los valores más bajos, esto con el propósito de no crear falsas expectativas de ventas que en lo posterior no

se pudiesen cumplir. Se debe recordar que esta demanda potencial insatisfecha corresponde el total de la población objetivo calculada para las Ciudades de Latacunga y Salcedo, de los cuales, sólo un 38,5% de los encuestados manifestaron su deseo específico de utilizar de manera frecuente los servicios del nuevo Motel, por lo que al multiplicar la demanda insatisfecha estimada por el porcentaje de usuarios frecuentes del servicio, se obtiene una demanda para los clientes frecuentes del servicio de alojamiento temporal, estimada para el año 2.002 en 6.115 prestaciones por plaza.

Sobre la base de los parámetros utilizados para establecer la capacidad utilizada de los Moteles de la localidad; es decir, que las habitaciones se utilizan dos veces al día, los 360 días del año, con el empleo de la capacidad instalada al 75 por ciento, que delimita una rotación anual de una habitación en 540 veces (Ver el párrafo 2.6.1 del Estudio de Mercado). Para satisfacer la demanda insatisfecha calculada en el párrafo anterior, sería necesaria la construcción de un Motel que posea 12 habitaciones; resultaría costoso y podría significar destinar más tiempo y recursos dedicarse a la tarea de construir un motel con un mayor número de habitaciones; motivos por los que se estima conveniente que un nuevo establecimiento en sus primeros años de operación podría satisfacer esa porción de la demanda insatisfecha, aspirando en un futuro inmediato a utilizar al cien por ciento su capacidad instalada o a rotar un mayor número de veces sus habitaciones, y para un mediano plazo ampliar su capacidad instalada; es decir, una vez que se ha logrado el pleno empleo y si los medios así lo permiten, ampliar su infraestructura para ofrecer un mayor número de habitaciones .

3.6 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

El diseño arquitectónico del Motel tiene como propósitos fundamentales los siguientes:

1. Diseñar la estructura física en la que se prestará el servicio de alojamiento que desean los clientes potenciales, es así como la edificación se adecuará a las particulares necesidades de éstos.
2. El diseño se adecuará a las normas arquitectónicas vigentes, de resistencia de materiales, de seguridad, y sanitarias. Así como las normas técnicas del ministerio de Turismo del Ecuador, para asegurar que las prestaciones correspondan a un motel de primera categoría (Ver el Anexo No. 53).
3. El diseño servirá para ubicar de una manera eficiente todas las áreas de servicio que serán necesarias para dar soporte a la actividad principal del Motel.
4. El aspecto más importante es que el diseño proporcionará todos los elementos que sirvan para establecer los costos definitivos en los que se incurriría al momento de construir el Establecimiento.

De una manera detallada y específica, la elaboración de los planos definitivos del Motel obedeció a las siguientes consideraciones:

- Aprovechar de la mejor manera posible la extensión del terreno propuesto en la localización.
- Poseer instalaciones y prestaciones de un Motel de primera categoría, ajustando las instalaciones a las normas técnicas del Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Poseer jardines y zonas verdes muy bien distribuidas, presentadas y organizadas, que justifiquen el nombre “Jardín del Este”.

- Brindar mayor discreción y privacidad a los clientes, evitando el todo momento el contacto visual del cliente con el personal de servicio que laborará en el Motel.
- Simplificar el proceso de prestación del servicio de alojamiento temporal, y por consiguiente las tareas de mantenimiento de las instalaciones.
- Facilitar el acceso de los vehículos de los usuarios al garaje privado, al estar estos colocados en un ángulo que favorece el acceso y reduce el número de maniobras necesarias para ubicar el vehículo cercano a la habitación.
- Resaltar la elegancia, modernidad y funcionalidad de las habitaciones.
- Facilitar la prestación de servicios como la climatización, la música ambiental, el circuito cerrado de TV. y la dotación de alimentos y bebidas a las habitaciones.
- Facilitar el mantenimiento de las instalaciones, tales como la limpieza misma, u otro de tipo preventivo que fuere necesario aplicar al establecimiento, a fin de que la primera categoría se mantenga invariable en el tiempo.
- Facilitar una futura expansión de las instalaciones, con el propósito de aumentar la capacidad instalada de habitaciones y por consiguiente las ventas dentro del establecimiento.
- Procurar todas las áreas de servicio necesarias para la normal prestación del servicio de alojamiento temporal en las habitaciones del establecimiento.

El diseño arquitectónico y el detalle de los costos (por rubro) de la obra física que han sido elaborados por el Ingeniero Civil Sr. Rodrigo Tipantásig, se observan en el ANEXO No.54.

3.7 SELECCIÓN DEL EQUIPO NECESARIO

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipo y maquinaria, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. La mayoría de la información que es necesario recabar será útil en la comparación de varios equipos y también es la base para realizar una serie de cálculos y determinaciones posteriores. A continuación se menciona toda la información que se debe recabar y la utilidad que ésta tendrá en etapas posteriores:

- Proveedor
- Precio
- Dimensiones
- Capacidad
- Flexibilidad
- Mano de obra necesaria
- Consumo de energía
- Infraestructura necesaria
- Equipos auxiliares
- Costos de fletes
- Costo de instalación
- Existencia de refacciones en el país²⁸.

La selección del equipo necesario para asegurar una eficiente operación del Motel, se ha realizado atendiendo en primer lugar a la necesidad latente del equipo mismo, que tiene que ver con la satisfacción de una necesidad apremiante y específica, sin la que no se podría ofrecer un buen servicio de alojamiento temporal a los clientes, y de manera posterior, se han analizado cada uno de los aspectos listados anteriormente.

²⁸ Baca Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México. pp. 105-107

Por motivos técnicos y contables, se han agrupado a los equipos necesarios para el funcionamiento del Motel en: Instalaciones, rubro que incluye a aquellos equipos que de una manera generalizada no forman parte de una construcción habitual, pero que son necesarios para la prestación del servicio de alojamiento. La tabla que a continuación se muestra reúne estos rubros cuya depreciación se debe realizar en un diez por ciento anual, o su equivalente a 10 años.

TABLA 3.1 INSTALACIONES

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Precio	Total	miles USD
TINA HIDROMASAJE	2	1381,00	2.762,00	2,762
GARAJE APERTURA AUTOMÁTICA	12	336,00	4.032,00	4,032
VENTILADOR EXTRACTOR OLORES	12	52,83	633,96	0,634
ESPEJO BAÑO	12	4,80	57,60	0,058
ESPEJO TECHO	12	25,00	300,00	0,300
ESPEJO PARED	12	9,60	115,20	0,115
TOTAL (USD)			7.900,76	
TOTAL (MILES DE USD)				7,90076

FUENTE: Cotizaciones realizadas en los meses de Enero y Febrero año 2.003.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

La Maquinaria y Herramientas necesarias, se muestra en la tabla siguiente, rubro que tiene un porcentaje de depreciación del diez por ciento anual.

TABLA 3.2 MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Precio	Total	Miles USD
CALENTADOR AGUA, SOLAR	1	1.901,76	1.901,76	1,902
BOMBA DE AGUA	1	450,00	450,00	0,450
LAVADORA DE ROPA	2	535,00	1.070,00	1,070
SECADORA DE ROPA	1	475,00	475,00	0,475
PLANCHA INDUSTRIAL	1	220,00	220,00	0,220
BORDEADOR DE HIERBA	1	136,07	136,07	0,136
ASPIRADORA INDUSTRIAL	1	303,15	303,15	0,303
ESCALERA METÁLICA	1	50,82	50,82	0,051
TOTAL (USD)			4.606,80	
TOTAL (MILES DE USD)				4,60680

FUENTE: Cotizaciones realizadas en los meses de Enero y Febrero año 2.003.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

El Equipo de Oficina que se ha identificado indispensable se muestra en la siguiente tabla, rubro que tiene un porcentaje de depreciación del diez por ciento anual.

TABLA 3.3 EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Precio	Total	miles USD
CENTRAL TELEFÓNICA	1	320,00	320,00	0,320
TELÉFONO SENCILLO	12	12,00	144,00	0,144
AMPLIFICADOR	1	300,00	300,00	0,300
PARLANTES	13	10,00	130,00	0,130
GRABADORA, CD. PLAYER, RADIO	1	135,00	135,00	0,135
DVD PLAYER	1	142,00	142,00	0,142
TELEVISIÓN	13	165,00	2145,00	2,145
SECADOR CABELLO T. HOTEL	12	39,14	469,68	0,470
REFRIGERADOR	1	760,00	760,00	0,760
COCINA	1	125,00	125,00	0,125
HORNO MICROHONDAS	1	139,00	139,00	0,139
CAFETERA DE CAPUCHINO	1	70,19	70,19	0,070
WAFLERA	1	19,00	19,00	0,019
PLANCHADOR	1	39,51	39,51	0,040
TOTAL (USD)			4.938,38	
TOTAL (MILES DE USD)				4,93838

FUENTE: Cotizaciones realizadas en los meses de Enero y Febrero año 2.003.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

Los Muebles de Oficina necesarios para una correcta operación del Motel, se muestran en la siguiente tabla, rubro que tiene un porcentaje de depreciación del diez por ciento anual.

TABLA 3.4 MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Precio	Total	miles USD
SILLÓN BIPERSONAL	1	89,00	89,00	0,089
COUNTER CON CAJONERA	1	180,00	180,00	0,180
SILLA SECRETARIA	1	50,00	50,00	0,050
ANAQUEL	2	89,00	178,00	0,178
SOFÁBIPERSONAL	12	170,00	2040,00	2,040
ARMARIO	12	89,00	1068,00	1,068
MESA TELÉFONO	12	35,00	420,00	0,420
COLCHÓN	12	40,00	480,00	0,480
CONTENEDOR DE BASURA	2	22,19	44,38	0,044
CESTOS CONTENEDORES	4	6,59	26,36	0,026
TOTAL (USD)			4.575,74	
TOTAL (MILES DE USD)				4,57574

FUENTE: Cotizaciones realizadas en los meses de Enero y Febrero año 2.003.

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

Finalmente, todo el menaje necesario para el funcionamiento del Motel, se agrupa bajo la denominación de Enseres Menores, los que se listan en la siguiente tabla, rubro que no se deprecia, ya que por lo general se deteriora con facilidad o puede extraviarse.

TABLA 3.5 ENESERES MENORES

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Precio	Total	miles USD
CALCULADORA	1	6,80	6,80	0,007
RELOJ DE PARED	1	5,97	5,97	0,006
MANGUERAS DE RIEGO	2	9,99	19,98	0,020
PISTOLA DE RIEGO	1	3,33	3,33	0,003
ASPERGEADOR AGUA	1	11,49	11,49	0,011
SET DE JARDINERÍA	1	3,60	3,60	0,004
PALA	1	6,13	6,13	0,006
SIERRA	1	5,18	5,18	0,005
TIJERA PODAR	1	8,85	8,85	0,009
TIJERA PODA LARGA	1	8,10	8,10	0,008
ALMOHADAS	24	3,79	90,96	0,091
JUEGO SÁBANAS BLANCAS	36	22,27	801,56	0,802
COBIJAS	36	9,70	349,20	0,349
COBERTOR	36	7,00	252,00	0,252
TOALLA ALGODÓN BLANCA	72	3,94	283,68	0,284
ALFOMBRA TOALLA SUITE	6	6,47	38,82	0,039
ALFOMBRA RODAPIÉS	24	10,83	259,92	0,260
COCHES DE SERVICIO	3	4,95	14,85	0,015
BANDEJA SERVICIO ACERO	6	5,60	33,60	0,034
JUEGO DE SARTENES	1	11,22	11,22	0,011
JUEGO DE CUCHILLOS	1	5,48	5,48	0,005
JUEGO CUBIERTOS 3 PIEZAS	12	2,12	25,44	0,025
JUEGO OLLAS INOX 8 PCS.	1	69,99	69,99	0,070
COPA DE AGUA	12	2,90	34,80	0,035
COPA DE VINO	12	2,13	25,56	0,026
COPA DE CHAMPAGNE	12	2,80	33,60	0,034
VASO DE WHISKY	12	0,45	5,40	0,005
CENICERO CRISTAL	24	0,57	13,68	0,014
HIELERA CRISTAL	4	4,20	16,80	0,017
VAJILLA 6 PERSONAS	1	55,49	55,49	0,055
SET SERVILLETAS 6 UNDS.	3	2,76	8,28	0,008
ESCURRIDOR DE PLATOS	1	2,97	2,97	0,003
ARMADORES DE MADERA	24	3,93	94,32	0,094
CORTINAS DE TELA	12	25,00	300,00	0,300
CUADROS	12	40,00	480,00	0,480
BASURERO PLÁSTICO	12	4,97	59,64	0,060
TOTAL (USD)			3446,69	
TOTAL (MILES DE USD)				3,44669

FUENTE: Cotizaciones realizadas en los meses de Enero y Febrero año 2.003.
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

3.7.1 NECESIDADES DE INSUMOS

Para la realización de las tareas de limpieza, se necesitarán materiales de limpieza, tales como detergentes, sean estos líquidos, o en polvo, también se necesitarán artículos menores destinados al aseo de las instalaciones así como también de aquellos productos que forman parte del set de aseo que se ofrecerá a los clientes de manera conjunta con la prestación del servicio.

La TABLA 3.6 que se muestra a continuación, muestra todas las necesidades de insumos; esta tabla se encuentra dividida en tres cuerpos horizontales; en el primero se listan los detergentes o productos líquidos, en el segundo el detergente el polvo destinado específicamente al uso en las lavadoras, y en el tercero aquellos artículos menores necesarios e indispensables para realizar de manera adecuada las tareas de limpieza de una manera eficiente.

La mencionada tabla también se encuentra dividida en dos grandes secciones; en la primera columna se listan todos y cada uno de los insumos necesarios, en la siguiente se cuantifica la porción en la cual cada uno de ellos interviene en cada actividad de limpieza, en las siguientes columnas de la tabla, se despliegan las cantidades de insumos que se espera se utilicen de manera diaria, mensual y anual.

Las posteriores columnas de la tabla que se analiza, muestran los resultados de la multiplicación de las primeras columnas por el valor unitario por presentación del insumo, lo que da como resultado el costo de cada insumo que interviene en el proceso de prestación del servicio, de manera diaria, mensual y anual.

TABLA 3.6 INSUMOS NECESARIOS

DETERGENTES LIQUIDOS	CANTIDAD UTILIZADA				PRECIO 1.000cc.	COSTO (USD)			
	C/LIMPIEZA	DIARIA	MENSUAL	ANUAL		C/LIMPIEZA	DIARIA	MENSUAL	ANUAL
Desinfectante inodoro	0,019	0,334	10,0	120	3,52	0,07	1,18	35,26	423,12
Desinfectante superficies	0,025	0,450	13,5	162	4,86	0,12	2,19	65,61	787,32
Desinfectante pisos	0,025	0,450	13,5	162	1,34	0,03	0,60	18,09	217,08
Limpiador vidrios	0,009	0,167	5,0	60	4,42	0,04	0,74	22,14	265,65
Cera autobrillante	0,015	0,267	8,0	96	1,96	0,03	0,52	15,67	188,10
Cera para muebles	0,002	0,033	1,00	12	5,76	0,01	0,19	5,75	69,05
Suavizante líquido	0,019	0,334	10,0	120	1,93	0,04	0,64	19,33	231,99
Cloro líquido	0,015	0,267	8,0	96	0,93	0,01	0,25	7,44	89,25
Total detergentes líquidos			69,036			0,35	6,31	189,30	2.271,6

DETERGENTE EN POLVO	CANTIDAD UTILIZADA				PRECIO 1.000gr.	COSTO (USD)			
	C/LIMPIEZA	DIARIA	MENSUAL	ANUAL		C/LIMPIEZA	DIARIA	MENSUAL	ANUAL
Detergente en polvo	0,04	0,72	21,60	259,20	2,20	0,09	1,58	47,52	570,24
Total detergente en polvo			21,60			0,09	1,58	47,52	570,24

FUENTE: Cotizaciones realizadas en los meses de Enero y Febrero año 2.003.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	CANTIDAD UTILIZADA				PRECIO unidad	COSTO (USD)			
	C/LIMPIEZA	DIARIA	MENSUAL	ANUAL		C/LIMPIEZA	DIARIA	MENSUAL	ANUAL
Papel higiénico Primavera	1,0000	18,000	540,0	6480	0,150	0,15	2,70	81,00	972,00
Jabón Cristalino tipo hotel	2,0000	36,000	1080,0	12960	0,030	0,06	1,10	32,85	394,20
Shampú Sedal sachet	1,0000	18,000	540,0	6480	0,072	0,07	1,30	38,88	466,56
Peinillas plásticas	1,0000	18,000	540,0	6480	0,080	0,08	1,44	43,20	518,40
Fundas de Basura pequeñas	0,1000	1,800	54,0	648	0,210	0,02	0,38	11,34	136,08
Fundas de Basura Grandes	0,0556	0,100	3,0	36	1,050	0,06	0,10	3,15	37,80
Guantes de caucho	0,0039	0,070	2,1	25	0,650	0,00	0,05	1,37	16,43
Paño de limpieza	0,0040	0,071	2,1	26	2,220	0,01	0,16	4,76	57,08
Paño para pisos	0,0020	0,036	1,1	13	2,500	0,00	0,09	2,68	32,14
Paño para cera	0,0007	0,012	0,4	4	2,500	0,00	0,03	0,89	10,71
Bastón para pisos	0,0003	0,006	0,2	2	1,870	0,00	0,01	0,33	4,01
Escobas	0,0010	0,018	0,5	6	1,390	0,00	0,02	0,74	8,94
Escoba industrial	0,0003	0,006	0,2	2	1,410	0,00	0,01	0,25	3,02
Recolectores de Basura	0,0003	0,006	0,2	2	1,450	0,00	0,01	0,26	3,11
Cepillos de WC	0,0003	0,006	0,2	2	0,700	0,00	0,00	0,12	1,50
Limpiones de cocina	0,0007	0,012	0,4	4	1,430	0,00	0,02	0,51	6,13
Total artículos de limpieza			2764,3			0,46	7,41	222,34	2668,10

TOTAL INSUMOS MANTENIMIENTO	C/LIMPIEZA	DIARIA	MENSUAL	ANUAL
EN USD	0,90	15,31	459,16	5509,91
EN MILES DE USD	0,001	0,0153	0,4592	5,5099

FUENTE: Cotizaciones realizadas en los meses de Enero y Febrero año 2.003.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

3.8 CÁLCULO DE LA MANO DE OBRA NECESARIA

Es absolutamente necesario al momento de realizar el cálculo de la mano de obra, acoger las disposiciones del Código de Trabajo, el que señala lo siguiente:

- El cómputo de trabajo efectivo, será por jornada laboral de 8 horas diarias, la división de esta jornada de trabajo esta sujeta al acuerdo entre las partes, previa autorización de la autoridad competente, o en su defecto podría realizarse por jornada continua.
- El empleado gozará de dos días de descanso remunerados; días en los cuales no laborará bajo ningún concepto.
- El laboro en los días sábados y domingos, será permitido por las siguientes causales: en primer lugar por que la suspensión de la actividad en esos días irrogaría perjuicios a la empresa, segundo, debido a caso fortuito, y en tercero por fuerza mayor.
- El laboro en la jornada nocturna, se organizará de la siguiente manera: con horario de 19h00 hasta las seis de la mañana del día siguiente, se remunerará con el 25% de recargo, las ocho primeras horas de la jornada normal de trabajo, pasadas las cuales, se remunerará con el recargo del 100%.
- La jornada diurna, se remunerará bajo el principio de rendimiento; es decir; a igual trabajo, igual remuneración; de tal manera que los salarios, no podrán ser inferiores a los establecidos en las respectivas tablas sectoriales.

De una manera general, el Motel para llevar a cabo un normal desempeño de sus actividades, necesitará de la contratación de empleados que se desempeñarán en las siguientes áreas: seguridad, recepción, servicio a las habitaciones, jardinería y administración.

Para determinar el número de personas que se desempeñarán en cada una de estas actividades, es necesario delimitar el campo de acción de cada una, a continuación se describen las principales tareas que desempeñarán cada tipo de personal señalado:

- El personal de seguridad se encargará de controlar el ingreso de todas las personas al establecimiento, y velará por la seguridad del personal que labora en el Motel y de los huéspedes, así como de las pertenencias de éstos.
- El personal de recepción se encargará del manejo de la recepción, que incluye la facturación de las ventas dentro del establecimiento, será el responsable del manejo de los sistemas de música, televisión y proyección de películas, receptorá los pedidos de los clientes y los transmitirá al personal encargado del servicio a las habitaciones, y de manera adicional, atenderá el sexy shop.
- El personal de servicio a las habitaciones, se encargará en primer lugar, de realizar el mantenimiento adecuado de las habitaciones, procurando su limpieza y desinfección, asegurándose de cambiar las sábanas, toallas, cobijas y cobertores, se cerciorará que nada falte en la misma una vez que los clientes abandonan la habitación, reportará toda novedad a la recepción. Bajo su responsabilidad se encontrarán todos los útiles de de aseo, y se encargará además de la limpieza de la zona de recepción, de guardianía, y de la habitación de servicio; En segundo lugar, ser encargará de la preparación de los alimentos a ser comercializados dentro del establecimiento, además conocerá la preparación de las bebidas, y como tercera responsabilidad, tendrán que organizar la sala de lavado y planchado; es decir, también serán responsables de lavar los blancos (toallas, sábanas, cobijas y cobertores de las habitaciones), plancharlos y almacenarlos en los lugares determinados para el efecto.
- El personal de jardinería se encargará de la manutención adecuada de los jardines, limpiará las áreas exteriores del Motel, tales como los las vías de

acceso, el parqueadero de visitantes, los tejados; de manera adicional deberá estar capacitado en la manutención de los equipos de uso común al establecimiento tales como el sistema de calentamiento de agua, bombas de agua, cisternas, sistema eléctrico, sistema hidráulico, e implanto de gas; desempeñará sus funciones solo por dos días a la semana.

- El personal de administración se encargará de llevar el registro de las ventas dentro del establecimiento, coordinar los inventarios, en definitiva, llevar la contabilidad del Motel de una manera adecuada; no necesariamente deberán trabajar todos los días de la semana; es decir, cabe posibilidad de contratar servicios de asesoría externa de profesionales independientes o de empresas, para que desempeñen este tipo de actividad.

Acogiendo las consideraciones de los párrafos anteriores, se ha elaborado la tabla que se muestra a continuación, la misma en la que se han considerado las necesidades de personal, al igual que los horarios en los que desempeñarían sus actividades, de donde se deduce que el establecimiento, para una operación normal, necesitará de la contratación de ocho personas, las cuales rotarán por semana, y tendrán días de descanso diferentes, para no interrumpir la prestación de servicios dentro del establecimiento.

TABLA 3.7 NECESIDADES DE MANO DE OBRA

CARGOS NECESARIOS POR AREA DE GESTIÓN	HORARIO												EMPLEADOS NECESARIOS POR CARGO	HORAS LABORABLES		
	06h00	08h00	10h00	12h00	14h00	16H00	18h00	20h00	22h00	24h00	02h00	04h00		NORMALES	EXTRAS	
	08h00	10h00	12h00	14h00	16H00	18h00	20h00	22h00	24h00	02h00	04h00					
SEGURIDAD E INGENIERÍA																
Jefe de seguridad e ingeniería														1	12	
Asistente de seguridad														1		12
Asistente de ingeniería														1	8	
RESIDENCIA																
Jefe de residencia														1	5	3
Asistente de recepción														1	8	
SERVICIO A LAS HABITACIONES																
Jefe de Camareras														1	8	
Asistente nocturno														1		8
ADMISTRACIÓN																
Gerente General														1	8	
TOTALES														8	49	23

FUENTE: Información legal, Código de Trabajo del Ecuador.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

3.9 MANTENIMIENTO QUE SE APLICARÁ EN EL ESTABLECIMIENTO

Como norma general técnica y de seguridad, cada tres meses se realizará un mantenimiento preventivo de los equipos de uso común del establecimiento, tales como son las bombas de agua, el sistema de calentamiento solar, equipo de jardinería, mantenimiento que consistirá en una limpieza general del equipo, lubricación de partes móviles, revisión de conectores, cables, tubería, para evitar la fuga de fluidos o el desgaste de piezas.

El mantenimiento cotidiano a cada una de las habitaciones del motel incluirá: cambio de blancos, desinfección de baños, pisos, limpieza de espejos de paredes y baños, limpieza de la televisión, muebles de la habitación, alfombras; así como la limpieza de la cocina, recepción, corredores, lavandería, sala de planchado, vestidor, guardianía, entre otros.

En adición a la limpieza cotidiana; cada semana, de preferencia el Lunes que es considerado el día de menor afluencia de usuarios, se realizará una limpieza profunda de cada una de las habitaciones, la misma que incluirá; limpieza de espejos en el techo, ventanas, lámparas, cuadros, cortinas y sus accesorios, paredes de baños y habitaciones si fuere aplicable, alfombras o rodapiés, lubricación de muebles, y encerado de pisos.

Se prevé que cada año, se realizará una adecuación de las instalaciones, la misma que incluirá cambio de mobiliario vetusto, aplicación de pintura en las paredes de las habitaciones, tratamientos especiales para pisos, cambio de alfombras y cortinas si fuere necesario, cambio de sábanas, cobijas, entre otros.

Este último tipo de mantenimiento, al no ser certeramente previsible, ya que no se puede estimar que porción del edificio, mobiliario, o encerados menores necesitarían arreglo o reposición, no se incluirá como un gasto para la elaboración de los estados financieros del establecimiento.

3.10 OPTIMIZACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y DE LA CAPACIDAD INSTALADA

El servicio de alojamiento temporal en el Motel “Jardín del Este”, contará con las siguientes mejoras que se convertirán en una ventaja competitiva frente a sus contendientes:

- Se asegurará en todo momento la privacidad del cliente, debido a que éste en ningún momento mantendrá contacto con el personal del establecimiento; gracias al mini hall de servicio, y a que los garajes se abrirán de manera automática sin la necesidad de personal alguno.
- El acceso a los garajes privados de cada habitación, se facilita por el ángulo de inclinación con el que están contruidos, en modo tal de reducir al mínimo la maniobrabilidad sea para el ingreso como para la salida de los vehículos.
- Todas las habitaciones se mantendrán ventiladas, aromatizadas y si los costos del servicio de calefacción lo permiten, se mantendrán las habitaciones climatizadas a una temperatura agradable, evitando malestares a los usuarios, por cambios en la temperatura.
- Como una innovación, el establecimiento impulsará la venta por catálogo de artículos destinados al público adulto a través de un sexy shop.
- En cada habitación, se colocará un set de aseo pensado particularmente en las necesidades de los usuarios, compuesto por dos toallas, dos jabones, un rollo de papel higiénico blanco y un cojín de champú.
- El baño de cada habitación contará de manera adicional con un secador de cabello incorporado a su infraestructura, para evitar que los clientes salgan del establecimiento con el cabello húmedo.

- Luego del uso de cada habitación, todos los blancos de la cama, incluyendo las cobijas y el cobertor serán lavados, desinfectados, y se adicionará suavizante a este proceso, con el propósito de proporcionar mayor pulcritud a la prestación del servicio.
- Los clientes del nuevo establecimiento, podrán solicitar la proyección de la película de su predilección, mediante el catálogo que se colocará en el velador de la cama.
- Las suites del establecimiento contarán con una tina de hidromasaje, servicio único en su clase en la localidad.
- Los clientes que pernocten en el establecimiento, accederán al servicio de despertador, manejado por la recepción.

La capacidad instalada del edificio se optimizará de la siguiente manera:

- En el caso de requerirse un mayor número de suites, con tina de hidromasaje, se podrían ampliar las habitaciones aprovechando los pozos de luz.
- Por el empleo de lavadoras de 22 libras de capacidad, se podrá realizar el lavado de todos los blancos de una habitación en una sola lavadora, de esta manera, cada una de ellas realizará su labor por seis veces en el día, aprovechándose al máximo la capacidad instalada de las maquinarias.
- En adición a la sala de secado que es interna para no arruinar la estética del motel, se incorporará una secadora de ropa, la que se empleará en días nublados o en aquellos en los que se identifique una necesidad mayor de secado de los blancos.
- Para evitar que el establecimiento deje de prestar sus servicios de manera eficiente durante las 24 horas del día, siempre existirá alguien dispuesto a

realizar la limpieza de las habitaciones, y a manejar la recepción, con las obligaciones que esto acarrea; como ejemplo de lo anterior, se incorporará al staff de empleados del establecimiento, a un asistente nocturno.

3.11 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

- No existe norma legal alguna que impida la prestación del servicio de alojamiento temporal en el Motel “Jardín del Este”.
- La localización propuesta para el establecimiento cuenta con ventajas comparativas, tales como la inexistencia de obligatoriedad para tramitar los permisos de construcción del establecimiento ante el Municipio de Salcedo; la dotación casi inmediata de todos los servicios básicos; la cercanía a la Panamericana, lo que la hace muy tentadora; pero se deberá como última instancia someter la aprobación definitiva de esta localización ante la Dirección Provincial de Salud.
- La capacidad óptima establecida en número de habitaciones para el establecimiento, es de doce, dos de las cuales estarán dotadas de una tina con hidromasaje, por lo que resultarán más amplias.
- Las instalaciones diseñadas, acogen las recomendaciones técnicas del Ministerio de Turismo, con el propósito de asegurar la primera categoría para las prestaciones del establecimiento.
- Se ha identificado el equipo necesario e indispensable para asegurar las mejores prestaciones del servicio dentro del establecimiento.
- Se concluye que para realizar un eficiente mantenimiento de las habitaciones, el establecimiento necesitará dos camareras, de las cuales una fungirá como jefe de residencia, la otra se encargará específicamente del mantenimiento nocturno.

- Para procurar seguridad al Motel, se necesitarán dos guardias, de los cuales uno fungirá como jefe de seguridad, siendo el otro su asistente, el jardinero, desempeñará sus labores bajo la vigilancia del jefe de seguridad.
- Para coordinar todas las tareas en la residencia, en el área de recepción se requerirán los servicios de un recepcionista quién fungirá como jefe de residencia, y otro que fungiría como su asistente.
- Para el área administrativa, se necesitará de un gerente general, y de la asesoría de un contador externo.
- El servicio de alojamiento temporal en el motel, ha sido mejorado con relación a sus contenedores inmediatos, al proporcionar a los clientes, garajes de fácil acceso, mayor privacidad, un set de aseo pensado para él y para ella, mayor higiene al lavar todos los blancos de la habitación, dotación de secadores de cabello, climatización de las habitaciones, entre otras innovaciones del servicio propuesto.
- Se han identificado las áreas de la estructura física en las cuales se podrían realizar adecuaciones para mejorar la prestación del servicio de alojamiento temporal en el motel.
- Se ha diseñado un programa de mantenimiento de las instalaciones del Motel, con el propósito de mantener inalterable la primera categoría del establecimiento.

CAPÍTULO IV

4 PROPUESTA ADMINISTRATIVA

4.1 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA ADMINISTRATIVA

4.1.1 OBJETIVO GENERAL

Es absolutamente innegable que un establecimiento de alojamiento de primera categoría, necesita una estructura administrativa que facilite sus operaciones y que coordine el accionar de todos sus miembros, con el propósito de ofrecer siempre un servicio apegado a estándares de aseo, confort y prestaciones a un nivel superior que el de sus competidores. Al acoger estas consideraciones surge el objetivo general de la presente Propuesta Administrativa:

“Habilitar la constitución de la compañía que administrará el Motel “Jardín del Este”, acogiendo las disposiciones legales pertinentes, y organizándola para que todos sus recursos fluyan hacia el objetivo, misión y visión de la empresa.”

4.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Entre los principales objetivos específicos que persigue el presente capítulo se encuentran los siguientes:

- Escoger el tipo de compañía que convendría constituir para administrar el Motel.
- Analizar la normativa que regula la constitución y operación de la compañía.

- Ofrecer una visión global de las disposiciones legales que deben observarse al momento de constituir la compañía.
- Crear una estructura administrativa que ayude a la operación eficiente de la compañía.
- Definir la misión, visión, y objetivos de la compañía.
- Establecer valores corporativos y estrategias claras de administración y operación del Motel, tendientes a mantener la categoría del establecimiento durante toda su vida útil.
- Definir la organización estructural y funcional del Motel, con el propósito de propender a una administración adecuada del mismo.

4.2 MARCO LEGAL QUE RIGE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

El ente regulador de todas las empresas constituidas en la República del Ecuador, sin importar su tipo; es la Superintendencia de Compañías, la misma que guía sus actividades de control en la Ley de Compañías.

Del análisis de los tipos de compañías reconocidos por la mencionada ley, se ha decidido proponer que para la administración del Motel “Jardín del Este”, lo más apropiado sería hacerlo por medio de una compañía de responsabilidad limitada, la misma que reúne determinadas ventajas que se analizarán en los párrafos siguientes.

4.2.1 DISPOSICIONES GENERALES

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o

denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravienen a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en el precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. 113

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituir la, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad a las disposiciones de la presente sección.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden el número de quince, si excediere este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital²⁹.

4.2.2 DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta clase de compañías.

No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías³⁰.

²⁹ Superintendencia de Compañías, LEY DE COMPAÑÍAS, Resolución No. 01.QDSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2.001), Resolución No. 02.QDSC.006 (R.O. 566 de 30 abril del 2.002), Quito, Arts. 92-97.

³⁰ Superintendencia de Compañías, LEY DE COMPAÑÍAS, Resolución No. 01.QDSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2.001), Resolución No. 02.QDSC.006 (R.O. 566 de 30 abril del 2.002), Quito, Arts. 98-101.

4.2.3 DEL CAPITAL

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en la cuenta a disposición de los administradores.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva, se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

Estas serán evaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

La constitución del capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.

Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas, e indivisibles. No se admitirá la cláusula de interés fijo.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte correspondan.

La participación de cada socio es transmisible por herencia. Si los herederos fueren varios, estarán representados en la compañía por la persona que designaren. Igualmente, las partes sociales son indivisibles.

No se admitirán prestaciones accesorias ni aportaciones suplementarias, sino en el caso y en la proporción que lo establezca el contrato social.

La compañía formará un fondo de reserva hasta que este alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario en el contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implica la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma que se establezca en el contrato social, siempre que, para el efecto, se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.

La participación que tienen el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social.

La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolos o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolos del notario³¹.

4.2.4 DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS

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

- A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario

³¹ Superintendencia de Compañías, LEY DE COMPAÑÍAS, Resolución No. 01.QDSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2.001), Resolución No. 02.QDSC.006 (R.O. 566 de 30 abril del 2.002), Quito, Arts. 102-113.

constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación dará al socio el derecho a un voto.

- A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias.
- A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta ley se expresan.
- A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía.
- A no ser obligados al aumento de su participación social.
- Si la compañía acordare el aumento del capital, el socio tendrá derecho de preferencia en este aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa.
- A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercerá a prorrata de las participaciones que tuviere.
- A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercerá sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124 o la incapacidad de administrar en debida forma.

- A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o estatutos.
- A pedir convocatoria a la junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social.
- A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ser ejercitada si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

Son obligaciones de los Socios:

- Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley.
- Cumplir con los deberes que a los socios impusiere el contrato social.
- Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración.
- Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados.
- Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en el servicio personal de los socios.

- Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social.
- Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción en que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es elegible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía³².

4.2.5 DE LA FORMA DEL CONTRATO

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el superintendente de compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 de esta Ley, y además la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo,

³² Superintendencia de Compañías, LEY DE COMPAÑÍAS, Resolución No. 01.QDSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2.001), Resolución No. 02.QDSC.006 (R.O. 566 de 30 abril del 2.002), Quito, Arts. 114-115.

al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios por sí o por medio apoderado. En la escritura se expresará:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio.
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
- El objeto social, debidamente concretado.
- La duración de la compañía.
- El domicilio de la compañía.
- El importe del capital social con la expresión del número de participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocatoria y constituir la.

- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada. Si éstos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general. Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía.

En caso de remoción del administrador o del gerente designado en el contrato constitutivo o posteriormente, para que surta efecto la remoción bastará la inscripción de los documentos respectivos en el registro mercantil.

El pago de las aportaciones por la suscripción de nuevas participaciones podrá realizarse:

- En numerario.
- En especie, si la junta general hubiere resuelto aceptarla y se hubiere realizado el avalúo por los socios, o los peritos, conforme lo dispuesto en el Art. 104 de esta Ley.
- Por compensación de créditos.
- Por capitalización de reservas o de utilidades.

- Por la reserva o superávit proveniente de revalorización de activos, con arreglo al reglamento que expedirá la Superintendencia de Compañías.

La junta general que acordare el aumento del capital establecerá las bases de las operaciones que quedan enumeradas.

En cuanto a la forma de pago del aumento del capital, se estaría a lo dispuesto en el segundo inciso del Art. 102 de esta Ley.

Cuando por disposición contractual se designen funcionarios de fiscalización en esta especie de compañía, se aplicarán las disposiciones del capítulo 9, sección VI.

En lo no previsto por esta sección, se aplicarán las disposiciones contenidas en la sección VI, en cuanto no se opongan a la naturaleza de la Compañía de Responsabilidad Limitada³³.

4.2.6 REQUISITOS LEGALES INDISPENSABLES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

4.2.6.1 EL NOMBRE

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las Intendencias de Compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo³⁴

³³ Superintendencia de Compañías, LEY DE COMPAÑÍAS, Resolución No. 01.QDSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2.001), Resolución No. 02.QDSC.006 (R.O. 566 de 30 abril del 2.002), Quito, Arts. 136-142.

³⁴ Superintendencia de Compañías, INSTRUCTIVO PARA LA CONSTITUCIÓN AUMENTO DE CAPITAL Y MÁS ACTOS SOCIETARIOS DE LAS COMPAÑÍAS MERCANTILES SOMETIDAS A CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, abril del 2.002, Quito, pp. 1-2.

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

4.2.6.2 SOLICITUD DE APROBACIÓN

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, con que se pida la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías). Si se estimare conveniente, puede presentarse un proyecto de minuta junto a la petición antes referida, firmadas por abogado, para efectos de revisión previa³⁵

4.2.6.3 NÚMEROS MÍNIMO Y MÁXIMO DE SOCIOS

La compañía se constituirá con tres socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá trasformarse en otra clase de compañías o disolverse (Art. 95 de la ley de Compañías).

4.2.6.4 CAPITAL MÍNIMO

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de Norte América, de acuerdo con lo dispuesto en

³⁵ Superintendencia de Compañías, INSTRUCTIVO PARA LA CONSTITUCIÓN AUMENTO DE CAPITAL Y MÁS ACTOS SOCIETARIOS DE LAS COMPAÑÍAS MERCANTILES SOMETIDAS A CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, abril del 2.002, Quito, pp. 2.

la Resolución No. 99.1.13.008 de 7 de septiembre de 1.999, publicada en el R.O. 278 de 16 de septiembre del mismo año, en concordancia con el Art. 99 literal g) de la Ley para Transformación Económica del Ecuador, publicada en el R.O. 34 de 13 de Marzo del 2.000. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación³⁶.

4.2.6.5 EL OBJETO SOCIAL

Informes previos:

Del Ministerio de Turismo si la compañía ha incluido en el nombre con el que vaya a girar las palabras “turístico”, “turismo”, o cualquier otra derivada de ellas, sola o asociada con las palabras “parador”, “nacional”, “provincial”, “regional”, “servicio”, “transporte” y otras típicamente inherentes al sector turístico, se deberá obtener la autorización correspondiente del Ministerio de Turismo para el registro y uso de tales términos, en razón de ser reservados para las dependencias oficiales de turismo. Así lo dispone el Art. 51 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico publicada en el R.O. 118 de 28 de enero de 1.997³⁷.

4.2.6.6 FILIACIONES (PREVIAS A LA OBTENCIÓN DE LA RESOLUCIÓN APROBATORIA POR PARTE DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS)

A la Cámara de Turismo. Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así

³⁶ Superintendencia de Compañías, INSTRUCTIVO PARA LA CONSTITUCIÓN AUMENTO DE CAPITAL Y MÁS ACTOS SOCIETARIOS DE LAS COMPAÑÍAS MERCANTILES SOMETIDAS A CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, abril del 2.002, Quito, pp. 2-3.

³⁷ Superintendencia de Compañías, INSTRUCTIVO PARA LA CONSTITUCIÓN AUMENTO DE CAPITAL Y MÁS ACTOS SOCIETARIOS DE LAS COMPAÑÍAS MERCANTILES SOMETIDAS A CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, abril del 2.002, Quito, pp. 4-5.

disponen los Arts. 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, publicada en el R.O 689 de 5 de mayo de 1.995³⁸.

4.2.6.7 EL ORIGEN DE LA INVERSIÓN

Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1.991. Si se tratare de esta última deberán declararlo ante el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, para que esa secretaría de estado en respuesta les confiera el oficio en que conste tal declaración, oficio que será entregado en la Superintendencia de Compañías (Art. 19 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones, publicada en el R.O. 219 de 19 de diciembre de 1.997, en concordancia con el Art. 30 del Reglamento Sustitutivo de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones, publicado en el Registro oficial 252 de 25 de enero del 2.001)³⁹.

4.3 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

4.3.1 DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA COMPAÑÍA

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

³⁸ Superintendencia de Compañías, INSTRUCTIVO PARA LA CONSTITUCIÓN AUMENTO DE CAPITAL Y MÁS ACTOS SOCIETARIOS DE LAS COMPAÑÍAS MERCANTILES SOMETIDAS A CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, abril del 2.002, Quito, pp. 6-8.

³⁹ Superintendencia de Compañías, INSTRUCTIVO PARA LA CONSTITUCIÓN AUMENTO DE CAPITAL Y MÁS ACTOS SOCIETARIOS DE LAS COMPAÑÍAS MERCANTILES SOMETIDAS A CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, abril del 2.002, Quito, pp. 9-10.

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

Son atribuciones de la junta general:

- Designar y remover administradores y gerentes.
- Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo.
- Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes.
- Resolver acerca de la forma del reparto de utilidades.
- Resolver acerca de la amortización de las partes sociales.
- Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios.
- Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social.
- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía.
- Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía.
- Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley.
- Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.
- En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra.
- Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

Las ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, las extraordinarias en cualquier época en que fueren convocadas. En las juntas generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión, o por los medios previstos en el contrato. Es aplicable a estas compañías lo establecido en el Art. 238.

El o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías el derecho concedido en el artículo 213. Si el contrato social estableciese un consejo de vigilancia, éste podrá convocar a reuniones de junta general en ausencia o por omisión del gerente o administrador, y en caso de urgencia.

A las juntas generales concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada junta, a no ser que el representante ostente poder general, legalmente conferido.

El acta de deliberaciones y acuerdos de las juntas generales llevará las firmas del presidente y del secretario de la junta.

Se formará un expediente de cada junta. El expediente contendrá la copia del acta y de los documentos que justifiquen que las convocatorias han sido hechas en la forma señalada en la ley y en los estatutos. Se incorporarán también a dicho expediente todos aquellos documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

Las actas podrán extenderse a máquina, en hojas debidamente foliadas, o ser asentadas en un libro destinado para el efecto.

Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse desde la terminación del respectivo ejercicio económico, deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

Los que faltaren a sus obligaciones son responsables solidariamente si fueren varios, ante la compañía y terceros por el perjuicio causado.

Su responsabilidad cesará cuando hubieren procedido conforme a una resolución tomada por la junta general, siempre que oportunamente hubieren observado a la junta sobre la resolución tomada.

Los administradores o gerentes que incurrieren en las siguientes faltas responderán civilmente por ellas, sin perjuicio de la responsabilidad penal que pudieren tener:

- Consignar, a sabiendas, datos inexactos en los documentos de la compañía que, conforme a la ley, deben inscribirse en el Registro Mercantil, o dar datos

falsos respecto al pago de las aportaciones sociales y al capital de la compañía.

- Proporcionar datos falsos relativos al pago de las garantías sociales, para alcanzar la inscripción en el Registro Mercantil de las escrituras de disminución del capital, aún cuando la inscripción hubiere sido autorizada por el Superintendente de Compañías.
- Formar y presentar balances e inventarios falsos.
- Ocultar o permitir la ocultación de bienes de la compañía.

La responsabilidad de los socios administradores de la compañía se extinguirá en conformidad con las disposiciones contenidas en los Arts. 264 y 265 y en la Sección VI de esta Ley.

Sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar, los administradores o gerentes responderán especialmente ante la compañía por los daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia grave o incumplimiento de la ley o del contrato social. Igualmente responderán frente a los acreedores de la compañía y a los socios de ésta, cuando hubieren lesionado directamente los intereses de cualquiera de ellos.

Si hubieren propuesto la distribución de dividendos ficticios, no hubieren hecho inventarios o presentaren inventarios fraudulentos, responderán ante la compañía y terceros por el delito de estafa.

Si hubiere más de dos gerentes, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, en cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

Los administradores o gerentes no podrán dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la junta general.

Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el Registro Mercantil del Cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado. Si no hubiere acaecido alteración alguna en la nómina de los socios y en la cuantía de las aportaciones desde la presentación de la última lista, bastará presentar una declaración en tal sentido.

Son aplicables a los gerentes o administradores las disposiciones constantes en los Arts. 129 al 133, inclusive, del Código de Comercio.

El administrador no podrá separarse de sus funciones mientras no sea legalmente reemplazado. La renuncia que de su cargo presentare el administrador, surte efectos, sin necesidad de aceptación, desde la fecha en que es conocida por la junta general de socios. Si se tratare de administrador único, no podrá separarse de su cargo hasta ser legalmente reemplazado, a menos que hayan transcurrido treinta días desde la fecha en que la presentó.

La junta general podrá remover a los administradores o a los gerentes por las causas determinadas en el contrato social o por incumplimiento de las obligaciones señaladas en los Arts. 124, 125 y 131. La resolución será tomada por una mayoría que represente, por lo menos, las dos terceras partes del capital pagado concurrente la sesión. En el caso del Art. 128 la junta general deberá remover a los administradores o a los gerentes.

Si en virtud de denuncia de cualquiera de los socios de la compañía no tomare medidas tendientes a corregir la mala administración, el socio o socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán, libremente, solicitar la remoción del administrador o de los gerentes a un juez de lo civil. Este procederá ciñéndose a las disposiciones pertinentes para la remoción de los gerentes o de los administradores de las compañías anónimas.

Toda acción contra los gerentes o administradores prescribirá en el plazo de tres meses cuando se trate de solicitar la remoción de dicho funcionario.

En las compañías en las que el número de socios exceda de diez podrá designarse una comisión de vigilancia cuyas obligaciones fundamentales serán velar por el cumplimiento, por parte de los administradores o gerentes, del contrato social y la recta gestión de los negocios.

La comisión de vigilancia estará integrada por tres miembros, socios o no, que no serán responsables de las gestiones realizadas por los administradores o gerentes, pero sí de sus faltas personales en la ejecución del mandato⁴⁰.

4.3.2 MISIÓN

La misión de la empresa es la de brindar un servicio de alojamiento temporal en instalaciones de primera categoría, con la adición de servicios y productos que constituyan el valor agregado que conceda al Motel prestigio y marcada ventaja competitiva.

4.3.3 VISIÓN

La visión de esta empresa es la de mantener invariable la categoría del Motel “Jardín del Este” satisfaciendo la necesidad de alojamiento de los clientes de las ciudades de Salcedo, Latacunga y Ambato; se aspira en un futuro inmediato a utilizar la capacidad instalada del establecimiento al cien por ciento, y en un plazo mayor a la apertura de nuevos establecimientos en otras ciudades en las cuales se constate la existencia de demanda potencial por satisfacer.

⁴⁰ Superintendencia de Compañías, LEY DE COMPAÑÍAS, Resolución No. 01.QDSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2.001), Resolución No. 02.QDSC.006 (R.O. 566 de 30 abril del 2.002), Quito, Arts. 116-135.

4.3.4 OBJETIVOS

El objetivo general de la Compañía, es aquel de proporcionar los recursos económicos, técnicos y humanos que permitan una eficiente operación del Motel “Jardín del Este”, durante todo el tiempo de su vida útil, constituida en 20 años.

Entre los objetivos específicos que perseguirá la compañía están los siguientes:

- Proporcionar los recursos económicos que permitan la construcción y posterior operación del Motel “Jardín del Este”.
- Administrar con visión de futuro el Motel, para convertirlo en el líder absoluto del mercado local.
- Acogerse a las disposiciones legales, sanitarias y tributarias, que sean necesarias para mantener relaciones saludables con los organismos encargados del control de este tipo de establecimientos.
- Proporcionar bienestar, seguridad y estabilidad al personal dependiente de la empresa, con el propósito de insertarlos en la organización como partes fundamentales de un equipo de trabajo y no como simples medios de conseguir los fines de la compañía.
- Proporcionar al Motel los recursos económicos, técnicos y humanos necesarios e indispensables para realizar el mantenimiento correctivo y preventivo de las instalaciones que le permitan mantener la categoría del establecimiento durante toda su vida útil.

4.3.5 VALORES CORPORATIVOS

Es innegable que el Motel “Jardín del Este” como toda organización, corre el riesgo inexorable de asumir los valores de sus gestores o administradores; es por

este motivo que se delinearán criterios que tiendan a evitar distorsiones de la misión y objetivos específicos de la Compañía; se proponen valores corporativos que se sugiere sean recordados por todos sus miembros, con el propósito de refrescarlos y mantenerlos siempre presentes como una guía en cada una de sus actividades.

Estos valores, servirán principalmente para guiar al personal en su accionar diario, y propender a la realización de un trabajo de calidad, sin defectos y orientado por la misión, visión y objetivos de la compañía. Entre los principales valores que se sugieren están los siguientes:

a) HONESTIDAD

Somos una organización de gente que ante todo se considera honesta consigo misma y con los demás, estamos convencidos que solo el trabajo dignifica al ser humano, y solo por esta vía mejoraremos nuestras vidas y las de nuestras familias.

b) HONRADEZ

Estamos convencidos que la honradez es una virtud que conseguirá que nuestros huéspedes nos prefieran y confíen en nosotros, respetaremos los bienes del establecimiento y aquellos de los huéspedes, consignaremos a recepción cualquier objeto extraviado, para que sea entregado a su propietario.

c) PUNTUALIDAD

Seremos puntuales y respetaremos el tiempo de los demás, no desperdiciaremos nuestro valioso tiempo en holgazanerías, cada minuto perdido representa el descuido de alguna de nuestras tareas, y no permitiremos que por esto el servicio que prestamos se vea afectado.

d) LABORIOSIDAD

Creemos firmemente que las labores realizadas con esmero, no solo son nuestra fuente de ingresos, sino la satisfacción de los huéspedes, y el prestigio de nuestro establecimiento. Buscaremos siempre el pleno empleo de los recursos, procurando siempre ser eficientes.

e) COMPAÑERISMO

Solo trabajando en equipo conseguiremos que nuestra organización crezca, nuestra opinión y trabajo son fundamentales para ella, todos y cada uno de nosotros somos parte fundamental de ese equipo, y solo a través de una buena camaradería lograremos unirnos para alcanzar las metas propuestas.

f) AMABILIDAD

Seremos amables y corteses con los clientes del Motel, sabremos siempre responder a sus inquietudes con una sonrisa sincera y estaremos siempre dispuestos a satisfacer sus requerimientos, por que ellos son nuestra razón de ser y a ellos nos debemos.

g) PULCRITUD

Estamos convencidos que somos la imagen de nuestra organización, por ello respetaremos nuestras divisas y mantendremos siempre limpios y ordenados nuestros puestos de trabajo, procuraremos que siempre todo el motel esté limpio y ordenado.

4.3.6 ESTRATEGIAS

Para ayudarse a la consecución de sus objetivos, la Compañía adoptará estrategias que servirán como medios congruentes para conseguirlos, las mismas que se listan a continuación:

- Toda actividad de la empresa estará normada, nada se dejará al azar, todos y cada uno de los empleados, podrán revisar los manuales operativos, especialmente aquellos que desempeñan tareas de limpieza, para asegurar la pulcritud y asepsia de las instalaciones del Motel.
- Se organizarán sesiones periódicas de trabajo en equipo, en las cuales se evaluará el desempeño de la organización, en su realización todos los miembros tendrán la oportunidad de brindar sus criterios tendientes a la solución de problemas y conflictos.
- Se logrará la mayor participación de los miembros de la organización, para que ellos se sientan como personas muy importantes dentro de la organización, con total aceptación de parte del resto de miembros del equipo.
- Se logrará que todos los miembros de la organización queden comprometidos con la misión, visión y objetivos de la organización, con el propósito de que cada una de sus actividades, por más simples que éstas sean contribuyan a la consecución de los fines que persigue la empresa.
- La comunicación dentro de la organización será total, todos y cada uno de los miembros, conocerá el funcionamiento de la misma, y no dudará en brindar sus opiniones acerca del manejo del Motel.
- Todos los miembros de la organización deben poseer total convencimiento de los objetivos que persigue la organización, para así dirigir sus esfuerzos hacia resultados que son alcanzables y medibles.

Las siguientes expresiones resaltan la importancia de poseer estrategias bien definidas especialmente en el campo de la capacitación y entrenamiento del personal en un establecimiento hotelero:

- Los empleados que entran en contacto personal con los huéspedes, no sólo deben ser capacitados en las funciones y responsabilidades de sus puestos, sino que deben ser instruidos en cuanto a lo que deben decir a los huéspedes y a la manera de decirlo.
- La publicidad oral es el medio más poderoso en la industria del servicio para bien y para mal. Es muy difícil lograr una buena reputación y muy fácil arruinarla, por lo que la compañía, debe enfatizar en la necesidad de organización, capacitación y supervisión óptimas.
- La compañía debe estar conciente de que sólo los esfuerzos concentrados en el personal pueden crear un huésped satisfecho.
- El servicio es el producto más importante de un Motel y el buen servicio no ocurre espontáneamente. Es un trabajo en equipo que requiere de atención, capacitación y supervisión constantes.
- Desde el momento en que los huéspedes entran en contacto con el portero hasta que liquidan su cuenta con el cajero, su comodidad, felicidad y bienestar están en manos de cada empleado con el que hacen contacto⁴¹.

4.4 ORGANIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

La realización de un proyecto, al igual que su puesta en marcha, necesita del diseño de una infraestructura física que permita la acción conjunta y coordinada de un sinnúmero de elementos materiales, humanos y financieros a fin de alcanzar el objetivo propuesto.

⁴¹William Scholz, ADMINISTRACIÓN LUCRATIVA DE HOTELES Y MOTELLES, México 1.980. pp. 80-81.

En adición a la anterior, es necesaria una estructura administrativa que responda a las necesidades del proyecto o de su operación. Estas dos etapas deben ser diferenciadas, siendo la segunda la que se incluye en el cuerpo de este estudio, en congruencia con los datos y elementos del estudio técnico, y que originará como consecuencia toda la estructura financiera del proyecto.

De manera adicional a las estructuras organizacionales esquemáticas, deben presentarse las funciones generales por realizar y fundamentar la elección del modelo adoptado⁴².

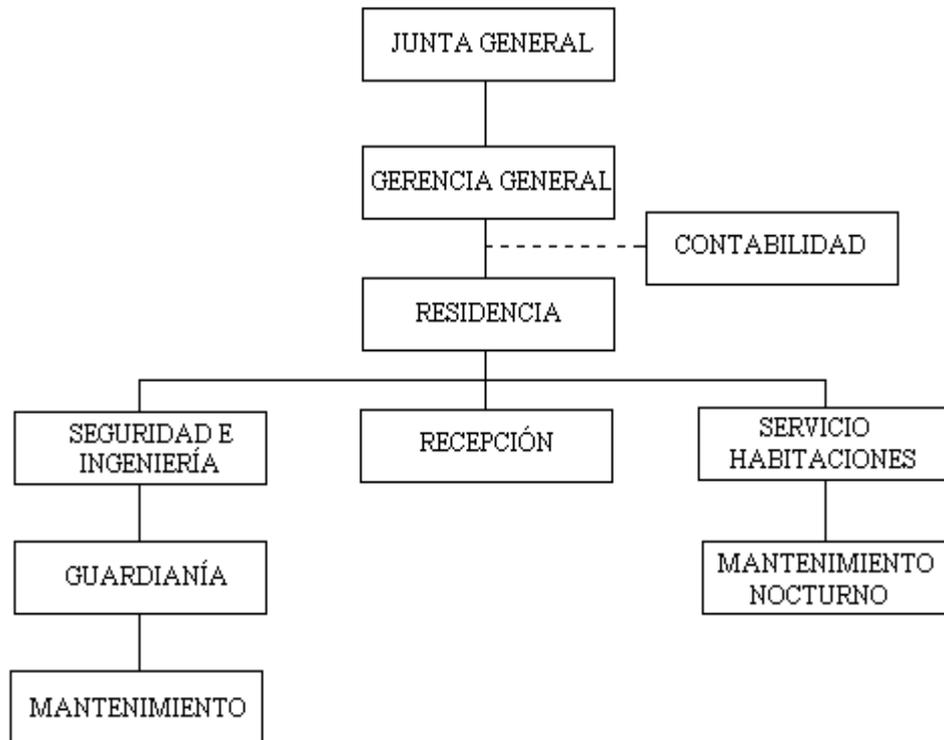
4.4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

A la estructura administrativa lineal tradicional escogida, y que con dificultad admite cambios o adaptaciones, y donde la autoridad y responsabilidad viajan en forma directa, se añade un nivel del tipo asesor externo, específicamente encargado del área contable, carente de autoridad directa sobre las unidades operativas de la organización.

Acogiendo las disposiciones legales del párrafo 4.3.1 referentes a la administración de las compañías de Responsabilidad Limitada, y a los requerimientos específicos de personal que se hicieran en el Estudio Técnico específicamente en el párrafo 3.8, se propone un Organigrama Estructural para el Motel “Jardín del Este”; el mismo que se muestra en el gráfico siguiente:

⁴² Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. p. 172.

GRÁFICO 4.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE”



FUENTE: Tabla 3.7

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

4.4.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

El organigrama funcional que se propone para una eficiente administración del Motel “Jardín del Este”, por fuerza obedece a la estructura básica del organigrama estructural mostrado en el párrafo anterior, con la diferencia vital que éste lleva añadidas ciertas funciones básicas que se estiman son convenientes y absolutamente necesarias para cada uno de los puestos de trabajo, a los que representan.

Se ha elaborado este organigrama, debido a la importancia que reviste la delimitación de las funciones de cada uno de los miembros de la organización con el propósito principal de asegurar que cada actividad, sea realizada de manera eficiente, se evite la duplicidad de funciones, y el desperdicio de recursos escasos como son el tiempo del personal y los insumos destinados a la prestación del servicio.

Una correcta normativa de las actividades a ser realizadas por todos y cada uno de los miembros del establecimiento, es importante ya que la sola existencia de claras disposiciones llevarán al establecimiento a un normal desempeño de la prestación del servicio; sin descuidar ninguna de las directrices de la empresa.

Los gráficos 4.2 y 4.3 que se muestran a continuación, reproducen la estructura del organigrama funcional que se propone para el establecimiento, los que incluyen las funciones básicas de cada unidad representada en ellos.

GRÁFICO 4.2

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE” PARTE I

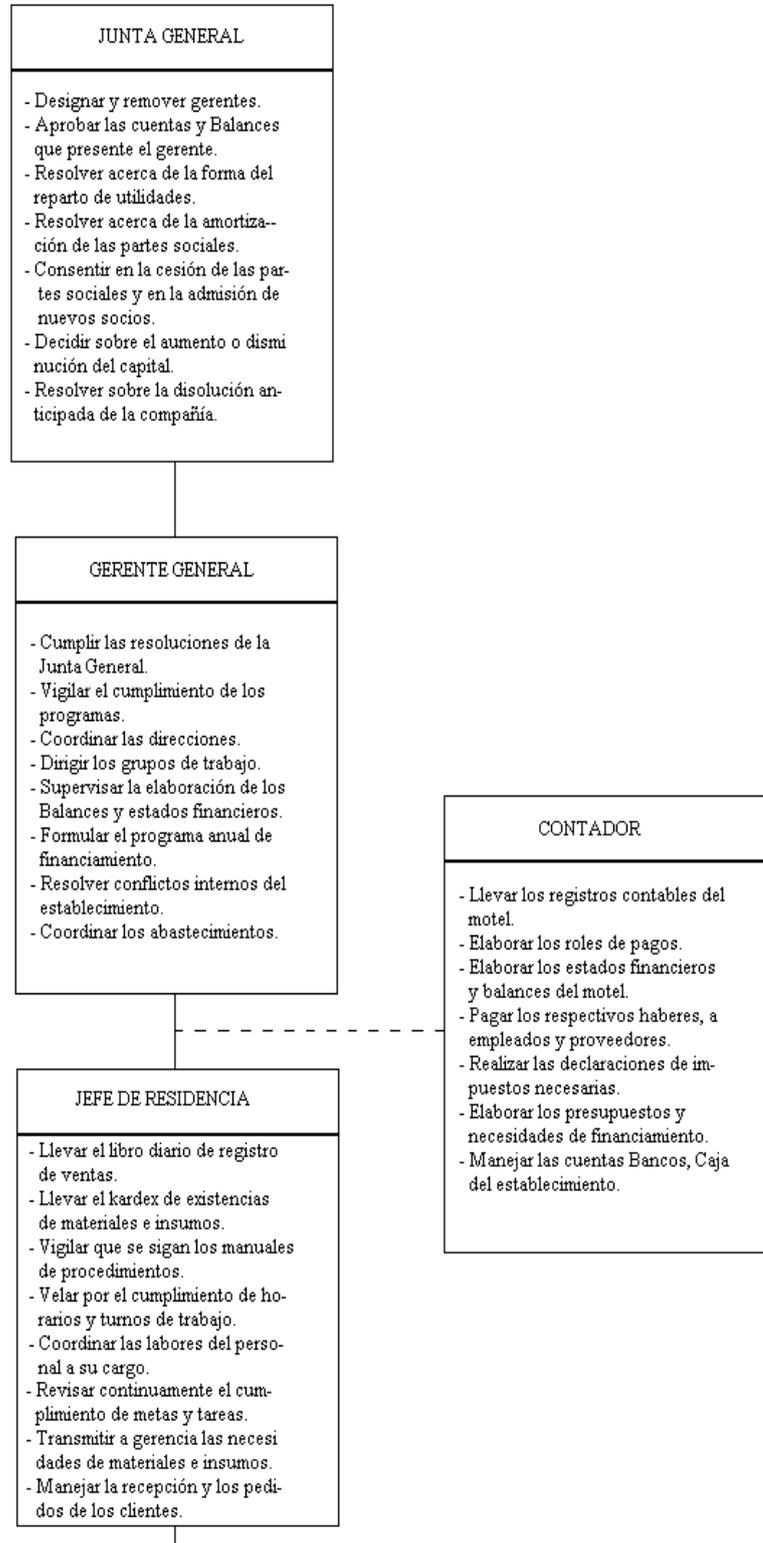
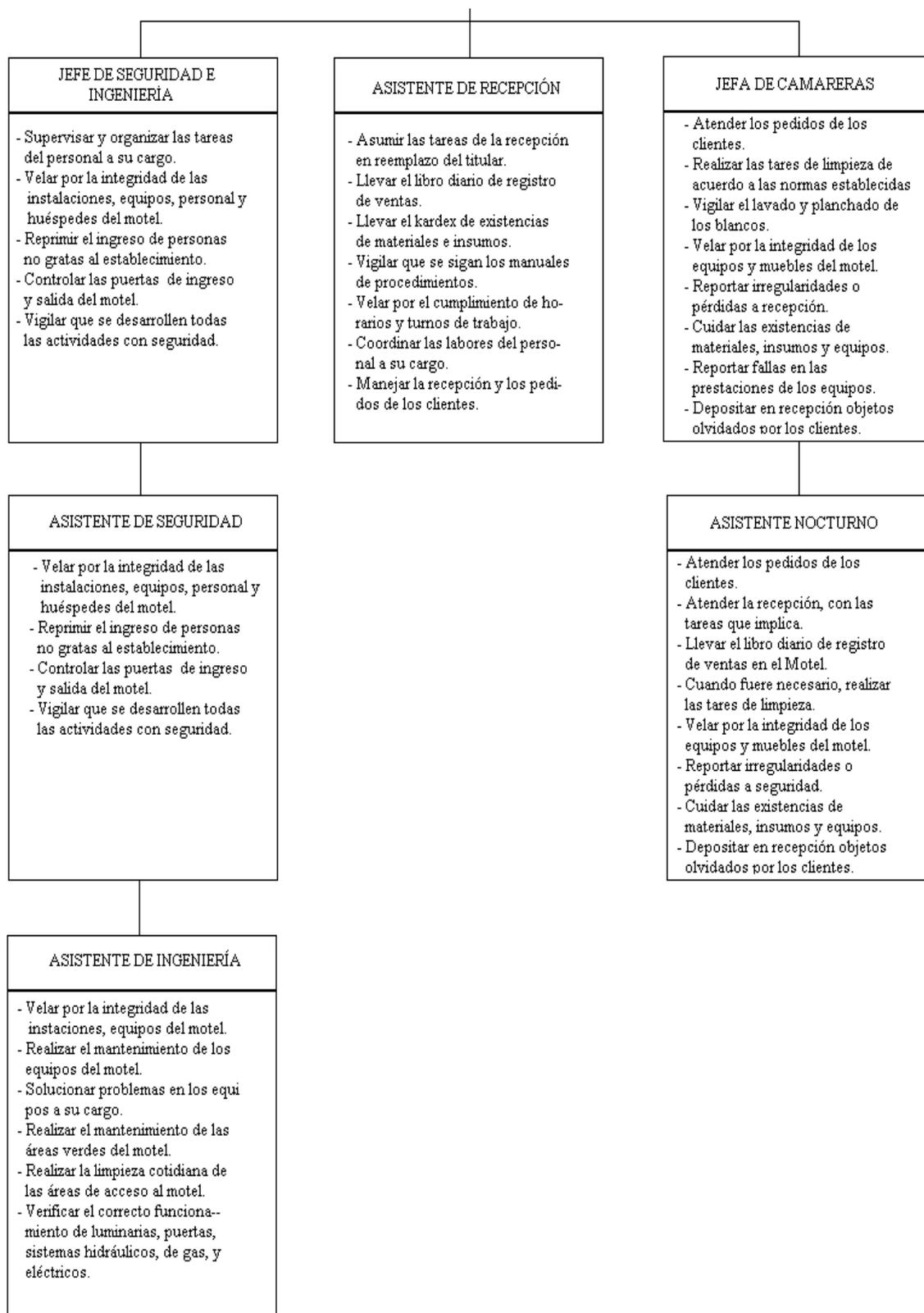


GRÁFICO 4.3 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE” PARTE II



4.5 CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA ADMINISTRATIVA

- El tipo de compañía que se recomienda para la administración del Motel “Jardín del Este”, es una de Responsabilidad Limitada, debido a que acepta un número adecuado y no excesivo de socios, y las participaciones no son transferibles si no tienen el consenso de la mayoría, lo que ayudaría a mantener el control del establecimiento en el seno de los socios fundadores.
- Existen pasos y normas esenciales que se deben respetar al momento de constituir la compañía, que por realizarse ante algunas instancias, llevan un determinado lapso de tiempo, por lo que se recomienda comenzar su ejecución con algunos meses de antelación a la construcción del motel.
- Para lograr un fiel cumplimiento de las estrategias de la empresa, y para que exista siempre un control por parte de un superior de las actividades de los subordinados; para una eficiente administración del Motel, se recomienda una estructura de administrativa de tipo lineal, en la cual la delegación de autoridad y el poder, fluyan de manera vertical, y que debido a su rigidez, sea improbable que se originen desviaciones de los objetivos que se persigan.
- Cada nivel tiene sus responsabilidades, y el funcionario que esté en un nivel superior a otro, tiene bajo su cargo y responsabilidad el desempeño suyo y el de sus subordinados.
- Se deberá siempre recordar a todos los colaboradores, la misión, visión, objetivos y valores de la compañía, para que el accionar de ninguno de ellos se desvíen de estas directrices.

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

5.1.1 OBJETIVO GENERAL

La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación del Motel (que abarque las funciones de operación del servicio, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. Del análisis de las consideraciones anteriores surge el objetivo general del presente estudio financiero:

“Analizar la estructura de costos, gastos e ingresos del Motel “Jardín del Este” que permitan la elaboración de los Estados Financieros que sustentarán una posterior evaluación de la salud financiera del proyecto”.

5.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Entre los objetivos que persigue el presente Estudio Económico tenemos los siguientes:

- Analizar todas las inversiones necesarias para la puesta en marcha del Motel “Jardín del Este”.
- Analizar las fuentes de financiamiento más apropiadas para la ejecución de la infraestructura física que soportará la prestación de los servicios del Motel “Jardín del Este”.

- Realizar un análisis de las necesidades de efectivo del proyecto, con el propósito de determinar el Capital de Trabajo necesario para afrontar las operaciones del Motel “Jardín del Este”.
- Analizar detalladamente la estructura de los costos en los que se incurrirá durante la operación del Motel “Jardín del Este”.
- Determinar un precio de venta adecuado de las habitaciones en el Motel “Jardín del Este”.
- Elaborar los Estados Financieros que permitan evaluar en lo posterior la salud financiera del Motel “Jardín del Este”.

5.2 INVERSIONES

La realización del proyecto implica utilizar recursos para dos acciones o etapas distintas:

- a) La instalación y montaje del proyecto.
- b) La etapa del funcionamiento u operación del proyecto.

Los recursos necesarios para la etapa de instalación, constituyen el capital fijo del proyecto y señalan los requisitos para la inversión, mientras que, los necesarios para el funcionamiento constituyen el capital de trabajo.

Las partes técnicas del estudio, hasta ahora, determinan el proceso de producción o algunas alternativas de producción y la capacidad, así como detalles de los insumos de materia prima. Para este momento de la investigación se debe disponer de toda la información relativa a la distribución de la planta, a las dimensiones y rendimiento de la maquinaria, las características y el costo de los edificios, construcciones y equipamiento complementario, etc. Esto permite la

estimación de todos los activos necesarios para obtener el total de la inversión requerida⁴³.

5.2.1 VALORACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Al utilizar la metodología de la contabilidad se agrupan los conceptos de activos fijos que comprenden el conjunto de bienes que no son objeto de transacciones corrientes por parte de la empresa; son su patrimonio, son bienes que se adquieren durante la etapa de instalación del proyecto y se usan durante toda la vida útil del proyecto. Su valor monetario constituye el capital fijo de la empresa. El dinero y el crédito destinado para el pago de estos bienes se denominan igual.

Los activos fijos se clasifican en:

- a) Activos fijos sujetos a depreciación, obsolescencia o agotamiento y activos que no lo están.
- b) Activos fijos tangibles e intangibles. Dentro de las componentes del capital fijo tangible están las maquinarias y equipos con sus costos de instalación, los edificios e instalaciones complementarias, en su caso el terreno y los recursos naturales; entre las componentes del capital fijo intangible están las patentes, los derechos de autor, los gastos de organización y puesta en marcha de la planta, y el estudio de preinversión, entre otros⁴⁴.

Para el caso específico del Motel “Jardín del Este”, los conceptos del activo fijo son:

- *El terreno.* En este caso, corresponde a una porción del total del terreno disponible, la que se destinaría a la construcción del establecimiento, empleando un área total de 1.943,88 m², valorados en 10,5 dólares cada uno.

⁴³ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. pp. 148

⁴⁴ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. pp. 148

Es decir, que se genera un costo total por este rubro equivalente a 20.410,74 dólares.

- *El edificio y las construcciones.* En el anteproyecto arquitectónico que se muestra en el ANEXO No. 54, se pueden apreciar las áreas de construcción de las habitaciones, garajes, baños, servicios, recepción, parqueaderos, que en total suman 948,64 m².; adicionalmente, en el mencionado anexo, y con la ayuda de los costos de los rubros que componen la obra física (Cuadros A4 – A53) se ha elaborado la TABLA A48, en la que se resumen los costos de la construcción del edificio; los mismos que representarían una inversión total de 134.893,20 dólares.
- *Las instalaciones.* Constituyen este rubro aquellos equipos adicionales a la construcción y que no se incluyen en el párrafo anterior tales como las dos tinas hidromasaje, los motores de aperturas de las puertas de los garajes, los ventiladores extractores de olores de los baños y los espejos de las habitaciones; los mismos que se deben agrupar en un rubro apropiado, el que representaría una inversión inicial de 7.900,76 dólares (Ver la Tabla 3.1 página 127).
- *La maquinaria y herramientas.* Rubro dentro de los cuales se han incluido aquellos bienes que se necesitan para la prestación del servicio, tales como el calentador solar de agua, la bomba de agua, las lavadoras de ropa, la secadora de ropa, la aspiradora, el bordeador de hierba para el jardín, entre otros artículos, los cuales en total suman 4.606,80 dólares (Ver la Tabla 3.2 página 127).
- *El equipo de oficina.* Rubro en el que se incluyen no solo el equipo propio de la recepción como son la central telefónica, el equipo de amplificación, los parlantes, la grabadora y el DVD. Player, que servirán para la programación del sistema de entretenimiento; sino también otros artículos necesarios para la prestación del servicio dentro de las habitaciones del Motel tales como los

televisores, los secadores de cabello, la refrigeradora, la cocina, el horno microondas, la cafetera, la waflera y el planchador, los cuales en total suman 4.938,38 dólares (Ver la Tabla 3.3 página 128).

- *Muebles de oficina.* Rubro dentro del cual se consideran no solo a los muebles de la recepción como son el sillón de espera, el counter, el anaquel, la silla del recepcionista, sino también los sofás para las habitaciones, los armarios, los colchones y los cestos; todos los cuales significan una inversión de 4.575,74 dólares (Ver la Tabla 3.4 página 129).
- *Enseres menores.* Rubro dentro del que se incluyen toda una serie de artículos menores necesarios para la prestación eficiente del servicio, los cuales representan una inversión inicial de 3.446,69 dólares (Ver la Tabla 3.5 p. 130).

Los conceptos del activo intangible son:

- *Gastos de preoperación.* Estos gastos son originados antes de la realización física del proyecto. Son gastos que resultan de investigaciones técnicas y económicas del proyecto, para el caso específico del Motel, se deberán incluir en este rubro los costos de la elaboración del presente proyecto valorados en mil quinientos dólares; el costo de la elaboración y aprobación de los planos de la estructura física del Motel por un valor de 3,20 dólares por cada metro cuadrado de edificación (948,64 m²) resultando un total de 3.035,65 dólares; la patente del nombre del establecimiento ante el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) inversión que costaría 90 dólares y se deberá realizar una renovación cada diez años; en este rubro, debería incluirse el costo del permiso de construcción del Municipio de Salcedo, pero como se trata de un predio rústico, no se necesita realizar el mencionado trámite. Se deberá incluir también en este rubro la afiliación a la Cámara de Turismo de Cotopaxi que corresponde a cien dólares y para mantenerla vigente, se necesitarán diez dólares mensuales; así como también, se deberán cancelar

12 dólares por concepto de suscripción de cada televisor al servicio de TV Cable, al que se afiliarán sólo doce televisores.

Todos los rubros enunciados anteriormente, se muestran en la TABLA 5.1.

TABLA 5.1 GASTOS DE PREOPERACIÓN

GASTOS DE PREOPERACIÓN	VALOR	
	(USD)	(MILES DE USD)
Proyecto de factibilidad	1.500	1,500
Elaboración y aprobación de planos	3.036	3,036
Constitución de la Compañía	1.200	1,200
Patente del nombre ante el IEPI.	90	0,090
Permiso de construcción del Municipio de Salcedo	-	-
Afiliación a la Cámara de Turismo de Cotopaxi	100	0,100
Suscripción TV. CABLE	144	0,144
TOTAL	6.070	6,070

FUENTE: Investigaciones realizadas en el mes de Marzo y Abril del 2.003

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

- *Licencias.* Para el caso específico del Motel, y previo a la prestación del servicio, se deberán tramitar las siguientes licencias o permisos de funcionamiento: del Ministerio de Turismo que corresponde a 100 dólares anuales; de la Dirección Provincial de Salud que corresponde a 200 dólares anuales; del Municipio de Salcedo el mismo por el que se pagarán 60 dólares trimestrales; de la Gobernación de Cotopaxi que corresponde a 11 dólares anuales; y la renovación de la afiliación a la Cámara de Turismo de Cotopaxi que corresponde a 10 dólares mensuales. Rubros que para el caso específico del Motel, se considerarán como gastos de ventas. La TABLA 5.2 que se muestra a continuación presenta los mencionados egresos.

TABLA 5.2 LICENCIAS

LICENCIAS	VALOR	
	ANUAL (USD)	ANUAL (MILES DE USD)
Permiso funcionamiento Dirección de Salud	200	0,200
Permiso funcionamiento Ministerio de Turismo	100	0,100
Permiso funcionamiento Ministerio de Gobierno	11	0,011
Permiso funcionamiento Municipio de Salcedo	240	0,240
Renovación afiliación Cámara Turismo Cotopaxi	120	0,120
TOTAL	671	0,671

FUENTE: Investigaciones realizadas en el mes de Marzo y Abril del 2.003

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

- *Gastos iniciales de organización e instalación.* Los gastos necesarios para establecer una planta o empresa son semejantes a los gastos preoperacionales y no siempre es fácil distinguir el uno del otro. Por tanto, en muchas ocasiones los dos grupos se integran en uno solo. Al establecer una empresa los gastos para su formación resultan en la preparación de los acuerdos de inversión, de escritura social y contratos de préstamo. Con frecuencia, estos documentos son elaborados por abogados o por el departamento jurídico de un banco. Para registrar la compañía, se deben pagar derechos de inscripción de ciertos documentos, para el caso específico del Motel, se incurriría en los gastos de constitución de la compañía los cuales según el Dr. Walter Chicaiza, jurisconsulto de la ciudad de Latacunga, ascenderían a un valor de mil doscientos dólares. El correspondiente valor se ha incluido en la TABLA 5.1.

Los rubros de la TABLA 5.1 y los gastos iniciales de organización e instalación que se analizaron en el párrafo anterior, se han agrupado bajo la denominación unificada de Gastos de Preoperación, y es así como se los identificará posteriormente.

Todos los componentes del activo fijo así como el rubro Gastos de Preoperación, se pueden apreciar con mejor detalle en la TABLA 5.3 **INVERSIONES**, que se muestra a continuación.

En la primera columna de la Tabla 5.3 que se analiza, se puede apreciar el concepto de la inversión, en la segunda columna se muestra el valor total de la inversión expresado en miles de dólares.

En la tercera, cuarta y quinta columnas de la misma tabla se aprecian los porcentajes de cada rubro que son asignables a los procesos operativo, administrativo y de ventas, la sexta columna muestra el porcentaje de depreciación o amortización (en el caso de los gastos de preoperación), que se aplicará a cada rubro del activo fijo, atendiendo a las normas de contabilidad generalmente aceptadas.

Las siguientes columnas de la tabla, muestran la multiplicación de las columnas número tres, cuatro y cinco, por la sexta; operación que da como resultado la depreciación/amortización anual correspondiente a cada rubro del activo, asignadas directamente a los correspondientes procesos sean estos operativo, administrativo y de ventas.

La última parte de la tabla, despliega los datos referentes al costo y financiamiento de la construcción del motel, en la que se puede apreciar que se necesitarán 186,84 miles de dólares por concepto de activos, y 35,64 miles de dólares por concepto de capital de trabajo, rubro que incluye los inventarios de mercaderías, e insumos, así como los gastos financieros en los que se incurrirán para la financiación de la construcción del Motel.

La tercera columna de la tabla de costo y financiamiento, muestra el porcentaje global del capital propio (57%) y de la deuda a largo plazo (43%), dato inicial que indica que la empresa en sus inicios, no se encuentra descapitalizada.

TABLA 5.3 INVERSIONES

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
INVERSIONES ACTIVO FIJO (MILES DE USD)

CONCEPTO DE LA INVERSION	TOTAL INVERSIÓN	OPERAT.	ADM.	VTAS.	% DEP.	DEPRECIACIÓN ANUAL		
						GASTOS OPERAT.	GASTOS ADM.	GASTOS VTAS.
TERRENO E INSTAL.								
TERRENO	20,411	18,370	2,041	0,000	0%	0,000	0,000	0,000
EDIFICIOS	134,893	121,404	13,489	0,000	5%	6,070	0,674	0,000
INSTALACIONES	7,901	7,111	0,790	0,000	10%	0,711	0,079	0,000
SUMA	163,205	146,884	16,320	0,000		6,781	0,753	0,000
MAQ. Y HERRAMIENTAS								
CALENTADOR DE AGUA SOLAR	1,902	1,902	0,000	0,000	10%	0,190	0,000	0,000
BOMBA DE AGUA	0,450	0,450	0,000	0,000	10%	0,045	0,000	0,000
LAVADORA DE ROPA	1,070	1,070	0,000	0,000	10%	0,107	0,000	0,000
SECADORA DE ROPA	0,475	0,475	0,000	0,000	10%	0,048	0,000	0,000
PLANCHA INDUSTRIAL	0,220	0,220	0,000	0,000	10%	0,022	0,000	0,000
BORDEADOR DE HIERBA	0,136	0,136	0,000	0,000	10%	0,014	0,000	0,000
ASPIRADORA INDUSTRIAL	0,303	0,303	0,000	0,000	10%	0,030	0,000	0,000
ESCALERA METÁLICA	0,051	0,051	0,000	0,000	10%	0,005	0,000	0,000
SUMA	4,607	4,607	0,000	0,000		0,461	0,000	0,000

EQUIPO DE OFICINA		90,00%	10,00%	0,00%				
CENTRAL TELEFÓNICA	0,320	0,288	0,032	0,000	10%	0,029	0,003	0,000
TELÉFONO SENCILLO	0,144	0,130	0,014	0,000	10%	0,013	0,001	0,000
AMPLIFICADOR	0,300	0,270	0,030	0,000	10%	0,027	0,003	0,000
PARLANTES	0,130	0,117	0,013	0,000	10%	0,012	0,001	0,000
GRABADORA, CD. PLAYER, RADIO	0,135	0,122	0,014	0,000	10%	0,012	0,001	0,000
DVD PLAYER	0,142	0,128	0,014	0,000	10%	0,013	0,001	0,000
TELEVISIÓN	2,145	1,931	0,215	0,000	10%	0,193	0,021	0,000
SECADOR CABELLO T. HOTEL	0,470	0,423	0,047	0,000	10%	0,042	0,005	0,000
REFRIGERADOR	0,760	0,684	0,076	0,000	10%	0,068	0,008	0,000
COCINA	0,125	0,113	0,013	0,000	10%	0,011	0,001	0,000
HORNO MICROONDAS	0,139	0,125	0,014	0,000	10%	0,013	0,001	0,000
CAFETERA DE CAPUCHINO	0,070	0,063	0,007	0,000	10%	0,006	0,001	0,000
WAFLEA	0,019	0,017	0,002	0,000	10%	0,002	0,000	0,000
PLANCHADOR	0,040	0,036	0,004	0,000	10%	0,004	0,000	0,000
SUMA	4,938	4,445	0,494	0,000		0,444	0,049	0,000
MUEBLES DE OFICINA		80,00%	20,00%	0,00%				
SILLÓN BIPERSONAL	0,089	0,071	0,018	0,000	10%	0,007	0,002	0,000
COUNTER CON CAJONERA	0,180	0,144	0,036	0,000	10%	0,014	0,004	0,000
SILLA SECRETARIA	0,050	0,040	0,010	0,000	10%	0,004	0,001	0,000
ANAQUEL	0,178	0,142	0,036	0,000	10%	0,014	0,004	0,000
SOFÁBIPERSONAL	2,040	1,632	0,408	0,000	10%	0,163	0,041	0,000
ARMARIO	1,068	0,854	0,214	0,000	10%	0,085	0,021	0,000
MESA TELÉFONO	0,420	0,336	0,084	0,000	10%	0,034	0,008	0,000
COLCHÓN	0,480	0,384	0,096	0,000	10%	0,038	0,010	0,000
CONTENEDOR DE BASURA	0,044	0,036	0,009	0,000	10%	0,004	0,001	0,000
CESTOS CONTENEDORES	0,026	0,021	0,005	0,000	10%	0,002	0,001	0,000
SUMA	4,576	3,661	0,915	0,000		0,366	0,092	0,000

ENSERES MENORES		90,00%	10,00%	0,00%				
SUMA	3,447	2,757	0,689	0,000	0%	0,000	0,000	0,000
TOTAL	180,772	162,354	18,419	0,000		8,052	0,894	0,000

CONCEPTO DE LA INVERSION	TOTAL INVERSIÓN	OPERAT.	ADM.	VTAS.	% AMORT.	AMOTIZACIÓN ANUAL		
						GASTOS OPERAT.	GASTOS ADM.	GASTOS VTAS.
GASTOS PREOPERACIÓN		90,00%	10,00%	0,00%				
SUMA	6,070	5,463	0,607	0,000	20%	1,093	0,121	0,000

TOTAL ACTIVOS	186,842	167,816	19,026	0,000
----------------------	----------------	----------------	---------------	--------------

COSTO Y FINANCIAMIENTO :

CONCEPTOS	MILES U.S.D.	%
ACTIVOS FIJOS	186,84	84%
CAPITAL DE TRABAJO	35,64	16%
COSTO TOTAL	222,48	100%
CAPITAL PROPIO	120,50	57%
DEUDA LARGO PLAZO	90,08	43%
FINANCIAMIENTO TOTAL	210,58	100%

FUENTE: Tablas 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5 y 5.1
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.2.2 COSTOS DE MANO DE OBRA

Sobre la base de las necesidades de mano de obra estimadas en el estudio técnico, específicamente en el párrafo 3.8, y considerando las disposiciones del Consejo Nacional de Remuneraciones del Ministerio de Trabajo del Ecuador, se estiman los sueldos mínimos que deberá percibir el personal; pero, se deben considerar los siguientes aspectos:

- Algunos de los empleados trabajarán en jornada nocturna, por tal motivo deberán recibir una remuneración mayor, al incrementarse a su salario normal con el 25% adicional por cada hora de trabajo en horario nocturno.
- Se deberá también agregar al rubro remuneraciones, aquella porción correspondiente a los aportes patronales al IESS.

Es así como la tabla TABLA 5.4A **SUELDOS**, muestra en la primera columna el puesto de gestión; en la segunda columna muestra la remuneración mensual mínima por categoría; las dos siguientes columnas muestran la remuneración por hora, y el costo que se debería aplicar por concepto de trabajo nocturno por cada hora de trabajo; la quinta columna de la tabla muestra la remuneración mensual total con el adicional por jornada nocturna (en los casos en los que se aplique). La sexta columna muestra el total de remuneración anual por puesto de gestión.

Las últimas dos columnas de la mencionada tabla, muestran el aporte patronal al IESS mensual y anual.

La TABLA 5.4B **SUELDOS**, incorpora el respectivo aporte patronal al IESS, a cada una de las remuneraciones por puesto de gestión, y en las tres últimas columnas muestra la asignación de los sueldos del personal, según su participación en el proceso productivo o en la prestación del servicio (sueldos operativos), en la administración del establecimiento (sueldos administrativos), o en la venta de los servicios (sueldos de ventas); con el propósito de clasificarlos como costos de cada una de esas dependencias.

TABLA 5.4A SUELDOS

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"	SUELDOS (EN USD)
-------------------------	-----------------------------

PUESTO	REMUNERACIÓN					APORTE PATRONAL AL IESS	
	MENSUAL NORMAL	POR HORA		TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	MENSUAL	ANUAL
		NORMAL	25% ADIC.				
GERENTE	250,00	1,04	0,26	250,00	3.000,00	27,88	334,50
CONTADOR	200,00	0,83	0,21	200,00	2.400,00	22,30	267,60
JEFE RESIDENCIA	132,63	0,55	0,14	145,06	1.740,77	16,17	194,10
ASISTENTE RECEPCIÓN	132,63	0,55	0,14	132,63	1.591,56	14,79	177,46
JEFE CAMARERAS	132,09	0,55	0,14	132,09	1.585,08	14,73	176,74
ASISTENTE NOCTURNO	132,09	0,55	0,14	165,11	1.981,35	18,41	220,92
JEFE SEGURIDAD	130,68	0,54	0,14	130,68	1.568,16	14,57	174,85
ASISTENTE SEGURIDAD	130,68	0,54	0,14	179,69	2.156,22	20,03	240,42
ASISTENTE INGENIERÍA	131,72	0,55	0,14	35,13	421,50	3,92	47,00
REMUNERACIONES TOTALES (USD)					16.444,64	152,80	1.833,58
REMUNERACIONES TOTALES (EN MILES DE USD)					16,44464	0,15280	1,83358

FUENTE: Tabla 3.7, Consejo Nacional de Remuneraciones, IESS.
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA 5.4B SUELDOS

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"	SUELDOS (EN USD)						
--------------------------------	-----------------------------	--	--	--	--	--	--

PUESTO	NUMERO	REM. MENSUAL PROMEDIO	SUELDO MENSUAL TOT.	MANO DE OBRA	SUELDOS OPERACIÓN	SUELDOS ADMINISTRACIÓN	SUELDOS VENTAS
GERENTE	1	277,88	277,88	277,88		277,88	
CONTADOR	1	222,30	222,30	222,30		222,30	
JEFE RESIDENCIA	1	161,24	161,24	161,24	161,24		
ASISTENTE RECEPCIÓN	1	147,42	147,42	147,42	147,42		
JEFE DE CAMARERAS	1	146,82	146,82	146,82	146,82		
ASISTENTE NOCTURNO	1	183,52	183,52	183,52	183,52		
JEFE DE SEGURIDAD	1	145,25	145,25	145,25	145,25		
ASISTENTE DE SEGURIDAD	1	199,72	199,72	199,72	199,72		
ASISTENTE DE INGENIERÍA	1	39,04	39,04	39,04	39,04		
SUMAS (USD)	9	1.523,19	1.523,19	1.523,19	1.023,01	500,18	0,00
SUMAS (MILES DE USD)	9	1,52	1,52	1,52	1,02	0,50	0,00

FUENTE: Tabla 5.4A.

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.2.3 COSTOS DE MATERIALES E INSUMOS

Existen dos rubros básicos que se emplearán para realizar la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones del establecimiento; que son los detergentes y los artículos de aseo, entre los primeros, se ha identificado que existen los detergentes líquidos para la limpieza de las habitaciones, y también el detergente el polvo para realizar el lavado de los blancos de cada habitación (Ver la Tabla 3.6 páginas 132 - 133). En la misma tabla se han identificado los artículos de limpieza, entre los cuales se incluyen el set de aseo para los huéspedes, las fundas de basura, las escobas, trapeadores, entre otros artículos necesarios para realizar las tareas de limpieza.

En la mencionada tabla, se ha identificado el costo en el que se incurre al emplear cada uno de los rubros mencionados anteriores, por tarea de limpieza, por día, mes y año.

5.2.4 GASTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los gastos indirectos de prestación de servicio, son aquellos en los que se incurren de manera obligatoria, pero que no son de una manera precisa asignables al costo directo de prestación del servicio, pudiéndose mencionar que existen tres tipos: los operativos indirectos, los administrativos y de ventas.

5.2.4.1 GASTOS OPERATIVOS INDIRECTOS

Los gastos operativos que representarán salidas de efectivo para el Motel “Jardín del Este” son los siguientes:

- *Sueldos personal operativo*; se identifica como gasto indirecto al sueldo del asistente de ingeniería o jardinero, quien laborará solo dos días a la semana o su equivalente a 16 horas; y también los sueldos de los guardias, que sirven de soporte a la prestación del servicio de alojamiento temporal.

- *Impuestos prediales*; los mismos que corresponden a 500 dólares pagaderos anualmente.
- *Mantenimiento de instalaciones*; el mismo que se ha identificado como un rubro mensual equivalente al uno por ciento del valor histórico de los enseres menores, debido a que son éstos los que se deterioran con mayor facilidad, o tienden a extraviarse, con el propósito de reponerlos. Si este rubro no es utilizado en su totalidad, lo que reste, se destinaría a la reparación y mantenimiento preventivo del edificio.
- *Combustibles*; rubro en el que se incluyen un cilindro de gas de uso doméstico destinado para la operación de la cocina del bar, y un galón de gasolina extra destinado a la bordeadora de hierba que servirá para realizar el mantenimiento de los jardines, todo por un valor total de 3,5 dólares mensuales.

5.2.4.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Entre los principales gastos administrativos en los que incurriría el motel para la prestación del servicio, son los siguientes:

- *Papelería y artículos de oficina*; rubro en el cual se incluyen cinco libretines para notas de ventas por un valor de cinco dólares cada uno; también se debe considerar la inclusión en este gasto de los catálogos de los productos que se comercializarán en el bar y en el sexy shop; así como otros artículos de papelería tales como esferos, papel, carpetas, por un valor estimado de 20 dólares mensuales, lo que sumado a lo anterior nos origina un gasto total de 45 dólares mensuales.
- *Sueldos de personal administrativo*; entre los que se incluyen el del gerente general y el del contador, incluidas las respectivas aportaciones al IESS.

- *Teléfonos*; por cuyo consumo se estima un valor promedio de 120 dólares mensuales.

5.2.4.3 GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas que se generarán durante la operación del Motel son los siguientes:

- *Permisos de funcionamiento*; entre los que se deben mencionar: Permiso de funcionamiento de la dirección de Salud de Cotopaxi (200 USD anuales), Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Turismo (100 USD anuales), Permiso de funcionamiento del Ministerio de Gobierno (11 dólares anuales), Permiso de funcionamiento y Capital en Giro del Municipio de Salcedo (60 dólares trimestrales), y la Renovación de la afiliación a la Cámara de Turismo de Cotopaxi (10 dólares mensuales). Todos estos rubros fueron analizados con anterioridad en el párrafo 5.2.1 Valoración de Activos Fijos, y se muestran en la TABLA 5.2 **LICENCIAS**.
- *Televisión por cable*; se incluye este gasto debido a que se debe cancelar el mantenimiento de la suscripción al servicio, rubro equivalente a ocho dólares mensuales por cada televisor suscrito; el valor total se ha calculado sobre la base de doce televisores considerando que una de las habitaciones estará colegada a la recepción, para efectos de programación.
- *Promoción y publicidad*; atendiendo a las consideraciones de la mezcla de mercadotecnia establecida en el Estudio de Mercado, se han desglosado los gastos de publicidad y promoción para el primer año de operación, los que incluyen la publicación de insertos en los diarios “La Gaceta” y “Vanguardia”, por una sola vez a la semana específicamente los días viernes y domingos respectivamente, por un valor de 8,96 dólares y 8 dólares respectivamente; se incluirá además la promoción mediante 8 pautas publicitarias diarias en la programación de radio Élite por un valor de 80 dólares mensuales; y la

elaboración de 300 tarjetas VIP por un valor de 10 dólares cada ciento. Para los años posteriores, se incluirán solo un inserto mensual en el diario la Gaceta (8,96 USD. mensuales), la promoción en Radio Élite por solo tres meses (80 USD. mensuales) y se imprimirán solo 100 tarjetas VIP (10 USD. por ciento).

Con el propósito de crear una gran imagen inicial de la calidad del servicio en la mente del consumidor, se optará por una mezcla de promoción y publicidad agresiva en el primer año de operación del establecimiento, la mezcla de promoción y publicidad que se aplicará en los años posteriores es menos agresiva, ya que se la adopta con el propósito de recordar la existencia del servicio a los usuarios, y se apoyará mucho en la publicidad boca a boca.

Todos los gastos indirectos de prestación del servicio se pueden apreciar en la TABLA 5.5 **ANÁLISIS DE GASTOS MENSUALES**, que se muestra a continuación; la misma que en la segunda columna, despliega el indicativo de la condición del gasto; es decir, si es fijo o variable, según su participación en la operación directa del establecimiento; este dato servirá para calcular en lo posterior el punto de equilibrio de la prestación del servicio.

Las tres siguientes columnas de la tabla que se analiza, muestran la clasificación de los gastos asignándolos de manera directa a los procesos identificados con la prestación del servicio, tales como son el operativo, administrativo y de ventas.

En la tabla que se analiza, el lector podrá visualizar los costos fijos totales, los costos variables totales, y los costos anuales totales; desglosados para cada uno de los procesos, mismos que servirán para calcular las utilidades netas del establecimiento.

TABLA 5.5 ANÁLISIS DE GASTOS MENSUALES

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"				
ANÁLISIS DE GASTOS MENSUALES (DOLARES)				
CONCEPTOS	F o V	GASTOS	GASTOS	GASTOS
		OPERATIVOS	ADM.	VENTA
PAPELERIA Y ARTS. DE OFICINA	F		45,00	
SUELDOS	F	384,01	500,18	
TELEFONOS	F		120,00	
IMPUESTO PREDIAL	F	41,67		
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	F			55,92
MTTO. EDIFICIO	F	34,47		
TV. CABLE	F			96,00
COMBUSTIBLES	F	3,50		
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	F			150,34
TOTAL FIJOS		463,65	665,18	302,26
TOTAL FIJOS ANUALES EN MILES USD		5,56	7,98	3,63
ENERGIA ELECTRICA	V	315,03		
AGUA	V	236,70		
TOTAL VARIABLES		551,73	0,00	0,00
TOTAL VARIABLES ANUALES EN MILES		6,62	0,00	0,00
TOTAL		1.015,38	665,18	302,26
TOTAL ANUALES EN MILES USD		12,18	7,98	3,63

FUENTE: Tablas 3.6, 5.2 y 5.4

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.2.5 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS

La depreciación es un gasto anual que se aplica con el propósito legal, que los inversores recuperen en un determinado período de tiempo la inversión inicial realizada en la ejecución del proyecto; ésta se aplica solo a los activos tangibles sujetos a depreciación, tales como los edificios, las instalaciones, maquinaria y herramientas, equipo de oficina, muebles de oficina. Los terrenos, si bien son

activos fijos tangibles, no se deprecian sino que por el contrario se revalorizan por efectos de la plusvalía; los enseres menores, debido a su bajo costo y la facilidad con la que se deterioran o se extravían, no se deprecian.

La amortización de los activos intangibles, tiene el mismo propósito que las depreciaciones; es decir, permitir que en el plazo de cinco años, el inversionista recupere la inversión que realizó en gastos de preoperación, licencias, y otros gastos inherentes a la constitución de la compañía.

Las depreciaciones y amortizaciones correspondientes a las inversiones se pueden apreciar en las tres últimas columnas de la TABLA 5.3 del presente capítulo, bajo el título de Depreciación Anual.

5.3 FINANCIAMIENTO

El financiamiento es el abastecimiento y uso eficiente del dinero, línea de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa.

El financiamiento del proyecto señala las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describe los mecanismos a través de los cuales se canalizarán a los usos específicos del proyecto. Se demostrará que las fuentes señaladas son accesibles y que los mecanismos propuestos están de acuerdo con la realidad.

Los bancos comerciales otorgan por lo regular, créditos a corto plazo, con facilidades de sobregiro en cuentas corrientes que puedan renovarse en caso necesario. Los préstamos a largo plazo se otorgan en instituciones específicas. En ocasiones se requieren garantías hipotecarias para respaldar el crédito y permitir que el inversionista obtenga fondos.

El financiamiento con crédito tiene como ventajas:

- Mantenimiento del control de la empresa por uno o varios empresarios o por el Estado.
- Hay casos en que las instituciones de inversión no están autorizadas para asociarse con otras empresas y sólo participan en el financiamiento externo a través de bonos u obligaciones.
- Los bonos son una obligación legal de pagar intereses de una manera periódica y amortizar el capital a los plazos de vencimiento preestablecido, lo que permite un planeación financiera adecuada.
- En algunos casos el financiamiento con crédito tiene importantes ventajas fiscales ya que los intereses que se pagan pueden deducirse de los impuestos, es el escudo fiscal, en tanto que los dividendos no.

La desventaja de utilizar crédito es que el interés es una carga fija que hay que pagar aunque las utilidades disminuyan⁴⁵.

5.3.1 CAPITAL SOCIAL

El término patrimonio se refiere a los fondos que pertenecen a los propietarios de una empresa. Se supone que estos fondos están a la disposición de la empresa durante toda su vida útil, participan en las utilidades y son el soporte del riesgo financiero de una empresa.

Otra aportación importante de los propietarios es la responsabilidad administrativa y su participación en la administración. Las aportaciones de los propietarios, de acuerdo a la forma en que se acordaron, se clasifican en dos tipos; el primero el capital social y el otro los pasivos.

El Capital Social se paga por los propietarios cuando se forma la empresa o durante el período operacional al necesitarse nuevos fondos. Desde el punto de vista de la empresa, estos fondos vienen de afuera y no se derivan de las

⁴⁵ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. pp. 157-160.

operaciones de la compañía. El término capital social se refiere a cierta estructura legal que, por lo común, se encuentra en empresas medianas o grandes expresado en forma de acciones.

También las reservas forman parte del patrimonio de una empresa. Normalmente no se paga en efectivo o no se han aportado u obtenido por contribuciones sino se generan por ella misma y se mantienen como parte de las utilidades no repartidas. Por lo tanto se denominan utilidades retenidas, acumuladas o no distribuidas, otro método de formar reservas es el de emitir nuevas acciones a un valor sobre la par. La diferencia entre el precio de emisión y el valor sobre la par se suma a las reservas. Bajo circunstancias normales no se distribuyen las reservas y, además, se supone que permanecen en la empresa durante un período limitado⁴⁶.

Para el caso específico del Motel “Jardín del Este”, el capital social estará constituido por 120.500 dólares dividido en acciones valoradas en 100 dólares; de los cuales 20.500 serán aportados por concepto del terreno; y el restante estará constituido por la inversión de 10 socios, con una aportación individual de 10.000 dólares.

5.3.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Los pasivos, son aquellos fondos que una empresa pide prestados, y que deben ser reintegrados al acreedor. No obstante que los términos y las condiciones varían considerablemente para diferentes tipos de pasivos, son disponibles por tiempo limitado. Esta obligación de regresar el dinero prestado constituye la diferencia principal en comparación con el capital contable o patrimonio. Por lo regular se necesitan garantías para obtener créditos. Los acreedores reciben una tasa de interés acordada y no la incluyen en la administración de la empresa.

⁴⁶ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995. pp. 160-161.

Los pasivos se clasifican de acuerdo con su plazo de vencimiento; los pasivos a largo y mediano plazo son deudas con vencimiento a más de un año. Las deudas pagaderas en un plazo menor de un año se denominan pasivos circulantes o pasivos a corto plazo. Se generan por las acciones normales de una compañía y con frecuencia el acreedor los concede sin acuerdo crediticio formal, como por ejemplo los créditos de proveedores de materias primas. Los sobregiros bancarios que originalmente necesitan de un contrato constituyen los pasivos circulantes. En esta categoría entran también los anticipos de clientes a cuenta de pedidos, créditos fiscales, letras y cuentas por pagar, y cuentas varias por pagar o acreedores diversos⁴⁷.

Entre las opciones de financiamiento de recursos para solventar la inversión inicial del Motel, se sugiere recurrir a un crédito en una institución financiera, para efectos del presente proyecto, se ha considerado al Banco del Pichincha, institución que por lo general cobra una tasa de interés del 17% anual, y una comisión bancaria del 2% del valor del crédito, y por un tiempo estimado de 5 años como plazo para la amortización de la deuda.

Los conceptos de amortización de la deuda, se muestra en la TABLA 5.6 **AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO**, de la que se deduce, que para cubrir las erogaciones por concepto de inversiones, se deberá gestionar un préstamo por 90.093 dólares, rubro que incluye la comisión de 1.802 dólares y los intereses que se deberán cancelar durante el primer trimestre correspondientes a 3.829 dólares.

El crédito original se amortizará en un plazo de cinco años, de los cuales se pagará anualmente por concepto de capital la cantidad de 18.019 dólares, y se generarán intereses sobre saldos promedios para el primer año de operación correspondientes a 13.784 dólares, mismos que irán descendiendo conforme se pague el capital, hasta cancelar totalmente la deuda.

⁴⁷ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1995. pp. 161

TABLA 5.6 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
AMORTIZACION DEL CREDITO MILES DE DOLARES

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
CREDITO AL INICIO	90,093	90,093	72,074	54,056	36,037	18,019
PAGO CAPITAL	-	18,019	18,019	18,019	18,019	18,019
CREDITO AL FINAL	90,093	72,074	54,056	36,037	18,019	-
CREDITO PROMEDIO	90,093	81,084	63,065	45,047	27,028	9,009
PAGO INTERESES	-	13,784	10,721	7,658	4,595	1,532
PAGO COMISION	1,802	-	-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	1,802	13,784	10,721	7,658	4,595	1,532

FUENTE: Política financiera
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.3.3 COSTO DEL CAPITAL

Todo proyecto de inversión involucra usar una cantidad de recursos conocidos hoy a cambio de una estimación de mayores recursos a futuro, sobre los que no existe certeza. Por ello en el costo del capital debe incluirse un factor de corrección por el riesgo que enfrenta.

Los recursos que el inversionista destina al proyecto provienen de dos fuentes generales: de recursos propios y de préstamos de terceros.

El costo de utilizar los fondos propios corresponde a su costo de oportunidad (o lo que deja de ganar por no haberlos invertido en otro proyecto alternativo de similar nivel de riesgo) El costo del capital propio se puede calcular mediante el

uso de la tasa libre de riesgo más una prima por riesgo, mediante la siguiente fórmula:

$$R_m = TLR + Pr$$

Donde:

R_m = Costo del capital propio

TLR = Tasa libre de riesgo

Pr = Prima por riesgo

La tasa que se utiliza como libre de riesgo es generalmente la tasa de los documentos de inversión colocados en el mercado de capitales por los gobiernos⁴⁸.

Para calcular el costo de oportunidad del capital de los inversionistas del Motel "Jardín del Este", se ha considerado como tasa libre de riesgo a la tasa de los bonos del estado con plazo a 5 años, debido a que se han proyectado los balances de la empresa para el mismo periodo, esta tasa corresponde al 18% anual, a la que se ha agregado una prima por riesgo equivalente al 5% como recomienda la revista EKOS en el artículo sobre el riesgo país y su incidencia sobre la rentabilidad de las empresas (Edición de Febrero del 2.003). Operación que da como resultado un costo de oportunidad o rendimiento máximo del mercado esperado para los inversionistas equivalente al 23%.

El costo de los préstamos de terceros corresponde al interés de los préstamos corregidos por su efecto tributario, puesto que son deducibles de impuestos.

El costo de una deuda (K_d) después de impuestos será: $K_d \cdot (1-t)$; donde (t) representa la tasa marginal de impuestos⁴⁹.

⁴⁸ Nassir Sapag Chain, CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México, pp 290-291.

⁴⁹ Nassir Sapag Chain, CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México, pp. 291-292.

Para el caso específico del Motel “Jardín del Este”, se ha propuesto un crédito con el Banco del Pichincha, institución que cobra una tasa de interés del 17%; las utilidades del establecimiento están grabadas con un impuesto equivalente al 25%. Al reemplazar estos valores en la fórmula anterior, se obtiene un costo de deuda K_d equivalente al 12,75%, éste es el interés real que grava la deuda de la empresa al financiar los activos y las operaciones del Motel.

El enfoque del modelo del costo ponderado del capital (WACC) define el riesgo como la variabilidad en la rentabilidad de una inversión y plantea que el inversionista puede reducir el riesgo diversificando sus inversiones. El riesgo total puede clasificarse como no sistemático (asociado a una empresa por probables huelgas, nuevos competidores, etc.), y como sistemático (no se puede eliminar y está circunscrito a las fluctuaciones de otras inversiones que afectan a la economía y al mercado). El riesgo sistemático se puede disminuir diversificando la inversión en varias empresas, en lugar de destinarla a una sola.

El costo de mercado del capital de una firma (o de un Proyecto) puede calcularse, ya sea por los costos ponderados de las distintas fuentes de financiamiento o por el retorno exigido a los activos, dado su nivel de riesgo.

El costo de mercado del capital propio por este método está dado por:

$$K_e = TLR + \beta (R_m - TLR)$$

Donde:

K_e = Costo de mercado del capital

R_m = Tasa de rentabilidad esperada sobre la cartera del mercado de activos riesgosos.

β = (beta) factor de medida del riesgo no sistemático.

TLR = Tasa libre de riesgo⁵⁰.

⁵⁰ Nassir Sapag Chain, CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México, pp.296.

Recordemos que, el riesgo de una acción tiene dos partes:

- a) El riesgo sistemático, también conocido como riesgo de mercado, no evitable; es un tipo de riesgo no diversificable, en razón de que aquel proviene de las afectaciones del nivel general del mercado o de la economía. Este riesgo no es controlable. Es así que las acciones se mueven en el mismo sentido que oscila el mercado.
- b) El riesgo no sistemático, también conocido como riesgo único o específico evitable, se denomina así porque proviene de causas propias o únicas de la empresa o del sector al que pertenece.

Este riesgo del mercado, es medido por el coeficiente beta. Éste es el que permite determinar el grado de dependencia entre los retornos del portafolio y los retornos del mercado, Se establece ponderando el beta de cada título incluido en la mezcla de la cartera con la porción invertida.

Cuando el beta es menor que uno, representa que el riesgo al que está expuesto el portafolio es menor al promedio del mercado. Si es mayor que uno, indica una mayor variabilidad del portafolio que la del índice bursátil de todo el mercado.

Un título con beta mayor a uno significa que es muy sensible a las oscilaciones del mercado, el riesgo es más alto. Un título con beta menor que uno, representa que la sensibilidad al mercado es menor ⁵¹.

El cálculo del beta del proyecto, se basa en la siguiente fórmula:

$$\beta = \beta_i / (1 + (1-t) (\text{Pasivo Total}/\text{Patrimonio}))$$

Donde:

β = Beta ajustado del proyecto que se desea calcular.

⁵¹ Mariana Montalvo G, INTRODUCCIÓN AL MUNDO DEL MERCADO DE CAPITALES TOMO II , Ed. Imprima, Ecuador, pp 105-114.

β_i = Beta del sector.

t = Tasa de impuestos sobre las utilidades.

Sobre la base de datos de Standard&Poors, el beta para el sector de los servicios corresponde a 0,97; y se conoce que la tasa de impuestos es de 25%. Al reemplazar los datos precedentes en la fórmula anterior, se obtiene el beta ajustado del proyecto Motel "Jardín del Este", el mismo que corresponde a 0,86; es decir, que las acciones del presente proyecto poseen una menor sensibilidad al mercado, y representan un menor riesgo a la inversión.

TABLA 5.7 CÁLCULO DE LA BETA

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
CÁLCULO DE LA BETA

Betas Industriales en Estados Unidos, (Fuente Standar & Poor's)		
Industria		Bi
Financieras		1,80
Sevicios Varios		0,97
Servicio Salud		1,12
Farmaceúticas		0,83
Textileras		0,67
Plásticos		0,78

Beta Proyecto "Jardín del Este"	
Bi	0,97
T = impuesto	25,00%
Pasivo Total	\$ 41
Patrimonio	\$ 242
Beta AJUSTADO	0,86

FUENTE: Estándar & Poor's

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

Una vez definido el Beta del proyecto, se procederá a calcular el costo de mercado del capital, aplicando la fórmula que se analizó con anterioridad, $K_e = TLR + \beta (R_m - TLR)$, con una tasa libre de riesgo equivalente al 11,20%, y el

costo de oportunidad del capital del 23%. Operación que da como resultado un costo de mercado del capital K_e equivalente al 21,36%.

Una vez que se ha definido el costo del préstamo, K_d , y el costo del mercado del capital (rentabilidad exigida al capital propio) K_e , debe calcularse una tasa de descuento ponderada K_o , que incorpore los dos factores en la proporcionalidad adecuada.

El costo ponderado del capital es un promedio de los costos relativos a cada una de las fuentes de fondos que la empresa utiliza, los que ponderan de acuerdo con la proporción de los costos dentro de la estructura de capital definida. De acuerdo con la fórmula:

$$K_o = K_d(D/V) + K_e (P/V)$$

Donde:

K_o = Costo ponderado promedio del capital.

K_d = Costo del préstamo.

K_e = Costo del mercado del capital.

D = Monto de la deuda.

P = Monto del patrimonio

V = Valor de la firma en el mercado, incluyendo deuda y aportes⁵².

Al reemplazar en la fórmula precedente todos los datos obtenidos con anterioridad, se obtiene un costo ponderado del capital (WACC) o K_o equivalente al 20,12%.

⁵² Nassir Sapag Chain, CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México, pp. 300.

TABLA 5.8 COSTO PONDERADO DEL CAPITAL

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"	COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO (WACC)
--------------------------------	---

$$WACC = K_d(D/V) + K_e(P/V)$$

Donde:

D = Proporción de la Deuda
P = Proporción de capital año de análisis
K _d = Costo de mercado de la deuda después de impuestos
K _e = Costo de mercado de capital
V = Valor de la firma en el mercado

Proyecto Motel "Jardín del Este"	<i>Monto</i>	%	<i>Ke</i>	<i>Imp. (1-t)</i>	<i>Kd</i>	<i>WACC</i>
D	40,754	14,40%	17,00%	75,00%	12,75%	1,84%
P	242,294	85,60%	21,36%		21,36%	18,29%
Costo Promedio de Capital						20,12%

COSTO DE MERCADO DEL CAPITAL

$$K_e = TLR + B (R_m - TLR) \quad 21,36\%$$

TLR = Tasa libre de riesgo	11,2%
B = Beta	86,1%
R _m = rendimiento de mercado	23,0%

FUENTE: Tabla 5.7

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

5.4 ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

5.4.1 COSTOS DIRECTOS TOTALES

Por motivos didácticos, se ha identificado que el Motel desempeñará sus actividades básicamente en dos turnos diferenciados, como son el día y la noche; es precisamente en la tarde y noche, el horario de atención en el que se espera una mayor afluencia de clientes; por este motivo tan particular, se ha procedido a identificar las necesidades de mano de obra, e insumos necesarios para cada uno de estos turnos.

Son precisamente estos costos, los que se constituirán en los costos directos de la prestación del servicio.

El cálculo del costo promedio directo por prestación del servicio, se muestran en la TABLA 5.9 **COSTO DIRECTO PROMEDIO**, en la que se puede apreciar la cantidad de camareras y recepcionistas que intervienen en la prestación del servicio, así como sus remuneraciones, originando un costo directo promedio por estos dos rubros equivalentes a 0,612 y 0,573 dólares respectivamente.

En la misma tabla, se pueden apreciar las cantidades en litros y el costo de los detergentes líquidos que intervienen en la prestación del servicio, los que originan un costo promedio de 0,351 dólares, bajo los mismos criterios, se aprecian las cantidades de detergentes en polvo que intervienen en el lavado de los blancos, los cuales originan un costo promedio directo de 0,088 dólares. Los artículos de limpieza, presentan un costo por turno de 111 dólares, lo que origina un costo directo promedio en la prestación del servicio de alojamiento temporal equivalente a 0,412 dólares. Todos los costos analizados anteriormente, originan un costo directo promedio por la prestación del servicio de 2,035 dólares. En la última sección de la tabla se puede apreciar que de manera mensual, el establecimiento, deberá erogar 550 dólares por concepto de costos directos por cada turno de trabajo.

TABLA 5.9 COSTO DIRECTO PROMEDIO

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"															
COSTO DIRECTO PROMEDIO															
(EN USD)															

No. TURNOS	PROD. MES	MANO DE OBRA				TOTAL M.O.	DETERGENTES				ARTÍCULOS DE LIMPIEZA		TOTAL DE INSUMOS	COSTO DIRECTO TOTAL	COSTO UNITARIO (DOLARES)
		CAMARERAS		RECEPCIONISTAS			LIQUIDOS		EN POLVO		UNDS.	COSTO			
		CANT.	SUELDO	CANT.	SUELDO		LITS.	COSTO	KGS.	COSTO					
DÍA	270	1	147	1	148	295	35	95	11	24	1.382	111	230	525	1,944
NOCHE	270	1	184	1	161	345	35	95	11	24	1.382	111	230	574	2,127
PROM. MES		1	165	1	155	320	35	95	11	24	1.382	111	230	550	2,035
% S/TOTAL			30,05%		28,17%	58,23%		17,22%		4,32%		20,23%	41,77%	100,00%	
COSTO UNITARIO															
PROM. EN \$			0,612		0,573	1,185		0,351		0,088		0,412	0,850	2,035	

RESUMEN DE COSTOS MENSUAL POR TURNO		
	U.S.D.	%
M.O.D.	320	58,23%
INSUMOS	230	41,77%
DETERGENTES LÍQUIDOS	95	17,22%
DETERGENTES EN POLVO	24	4,32%
ARTÍCULOS DE ASEO	111	20,23%
TOTAL COSTOS	550	100,00%

FUENTE: Tablas 5.4, 3.6

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.4.1.1 COSTOS FIJOS

Entre los costos fijos necesarios para la prestación del servicio, se identifican aquellos relacionados con los sueldos del personal administrativo y del personal operativo que no participan directamente en la prestación del servicio (guardias y jardinero), depreciaciones, amortizaciones, impuestos; y otros costos identificados como costos indirectos de prestación del servicio, tales como los gastos de operación, administrativos y ventas que se analizaron en el párrafo 5.2.4.

5.4.1.2 COSTOS VARIABLES

Entre los costos variables más importantes que se han identificado para la prestación del servicio de alojamiento temporal en el Motel, están aquellos inherentes a la energía eléctrica, los cuales se han calculado sobre la base de la potencia instalada de los equipos eléctricos, así como de las lámparas y artefactos eléctricos que funcionarán en el establecimiento. Si bien los encuestados manifestaron su deseo de disfrutar de habitaciones climatizadas, la adquisición de calefactores, está condicionada al consumo de electricidad de estos artefactos; sobre la base de la experiencia de técnicos de la Empresa Eléctrica de Cotopaxi, se ha estimado que el costo del consumo de electricidad mensual de estos artefactos equivale a 185 dólares, hecho por el que se aconseja prescindir de ellos.

La TABLA A49 **POTENCIA INSTALADA Y CONSUMO DE ENERGÍA**, que se muestra en el Anexo No. 55, muestra en la primera columna, todo el equipo que funciona a base de electricidad y que se considera necesario para la correcta operación del Motel; en la segunda columna de la tabla se muestra la cantidad requerida de cada artículo; la tercera columna muestra el consumo en vatios de cada uno de los equipos basados en la información remitida por los fabricantes; la cuarta columna muestra el total de vatios por el equipo total instalado (obtenida multiplicando la segunda columna por la tercera); y finalmente en la quinta columna se muestra el consumo anterior expresado en Kilowatios.

Con la información de la tabla anterior, y con la ayuda de técnicos de la Empresa Eléctrica de Cotopaxi, se ha estimado que del total de los equipos instalados, se utilizará diariamente de una manera efectiva solo el 60% de ellos; adicionalmente, de esta porción se estima que en promedio, estos equipos funcionarían de manera continua durante 5,72 horas al día. Al multiplicar el valor de la potencia instalada en Kilowatios por estos dos índices, resulta la utilización de energía en Kilowatios/hora, la misma que si se multiplica por el valor de 10 centavos de dólar el kilowatio/hora, da como resultado el consumo de energía eléctrica mensual estimado para el Motel.

En lo referente a la estimación del consumo de agua potable dentro del establecimiento, ya sea para las tareas de limpieza, o así como también por parte de los usuarios del servicio y del personal que laborará dentro del establecimiento; se ha acudido a la asesoría de técnicos del Departamento de Agua Potable del Municipio de Salcedo, los mismos que bajo los estándares de consumo preestablecidos, han ayudado a la elaboración de la TABLA A50 **CONSUMO DE AGUA**, que se muestra en el Anexo No. 56.

Estos dos rubros, es lógico que se incrementen en proporción directa a las prestaciones de servicio; es decir, que mientras más veces roten las habitaciones, mayores cantidades de estos dos recursos se necesitarán. Pero al hablar de gastos variables, no solo se debe considerar a estos dos rubros, sino también al costo directo del servicio que se calculó en el párrafo 5.4.1, rubro que incluye a la mano de obra directa, los costos por detergentes líquidos, detergentes en polvo, y los artículos de limpieza que se analizaron con anterioridad.

5.5 DETERMINACIÓN DEL COSTO DEL SERVICIO

En los párrafos precedentes se ha realizado el análisis de los costos totales del servicio de alojamiento temporal; de los cuales, 19.067,7 dólares corresponden a los gastos variables totales y 53.733,7 dólares corresponden a los gastos fijos totales; para realizar el cálculo del costo unitario del servicio, en primer lugar se

debe considerar que el Motel aspira a vender 6.115 prestaciones por plaza en su primer año de operación. Se empleará la siguiente fórmula para determinar el costo unitario:

$$C.U. = (CV + CF)/Ventas$$

Donde:

C.U.= Costo unitario

CV = Costo variable total

CF = Costo fijo total

Reemplazando los datos anteriores, se estima que el costo unitario del servicio de alojamiento para el primer año de operación del Motel corresponde a 11,9053 dólares.

5.6 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

5.6.1 PRECIO POR MARGEN BRUTO

Para establecer el precio del alojamiento temporal en una habitación del motel, se procede a calcular el precio por margen bruto, considerando un margen mínimo de utilidad; en este caso se considera el costo en el mercado del capital de los inversores K_e equivalente al 21,36%, basados en la siguiente fórmula:

$$P.M.B = C.U. / (1 - K_e)$$

Donde:

P.M.B = Precio por margen bruto

C.U. = Costo unitario

k_e = Rendimiento esperado o costo del mercado del capital

Sobre la base del costo unitario y considerando un margen bruto de rendimiento del 21.36%, se obtiene como resultado un precio por margen bruto equivalente a 15,1360 dólares.

5.6.2 PRECIO CON RENDIMIENTO META

Para realizar este cálculo, se debe considerar que la empresa posee un capital social pagado de 120.500 dólares, del cual se obtuvo un costo ponderado del capital; es decir, un rendimiento meta del 20,12%. Al calcular el precio con este rendimiento, se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$P.R.M = C.U. + (K_o * K) / \text{ventas}$$

Donde:

P.R.M = Precio con rendimiento meta

C.U. = Costo unitario

K_o = Costo ponderado del capital

K = Capital social

Reemplazando los datos considerados anteriormente en la fórmula precedente, se obtiene un precio con rendimiento meta de 15,867 dólares.

En el estudio de mercado, se propuso que el precio de venta de las habitaciones sea de 15 dólares, para no superar a su contendor más inminente el Hostal “Castillo del Rey”, y por que la media del precio sugerido en las encuestas por los usuarios potenciales del servicio es de 15,10 dólares. En este párrafo, no se puede sino solo corroborar que por motivos técnicos, el precio de la habitación no podrá ser inferior a los 15 dólares, debido a que se corre el riesgo de no poder cubrir las erogaciones en gastos, especialmente los costos del dinero de terceros (los intereses de la deuda), que se deberán cumplir sin retardo. Es por este motivo que se aconseja mantener éste como el precio para las proyecciones de las ventas.

5.6.3 INGRESOS

5.6.3.1 INGRESOS TOTALES PROVINIENTES DEL SERVICIO

Acogiendo las proyecciones de la demanda potencial insatisfecha de prestaciones por plaza, que se estimaron en el estudio de mercado, se fijó la capacidad de plazas del motel "Jardín del Este" en doce habitaciones, con mencionada capacidad, el establecimiento solo satisface un 38,5% de esta demanda insatisfecha, que corresponde en su primer año de operación a 6.115 prestaciones por plaza, capacidad que por motivos de eficiencia, se espera que se incremente cada año en un cinco por ciento. Sobre la base de la capacidad instalada del motel, estas habitaciones podrían generar 6.480 prestaciones por plaza al año, lo que se constituiría en su capacidad instalada máxima a la cual el establecimiento aspiraría alcanzar en plazo no superior de 3 años.

Es así como producto de la multiplicación del número de prestaciones por plazas vendidas dentro del establecimiento por el precio sugerido en el párrafo anterior, se obtienen ingresos brutos por concepto de venta de habitaciones para el primer año de operación equivalentes a 91.725 dólares. (Ver la Tabla A51 del anexo No.57).

5.6.3.2 OTROS INGRESOS

Entre los ingresos adicionales que percibirá el motel, se encuentran aquellos originados por la comercialización de mercaderías para adultos en el sexy shop, así como también por la comercialización de bebidas y comida ligera en el bar del establecimiento.

Estos ingresos se han calculado basados en la información de las encuestas aplicadas a la población objetivo; en primer lugar, se identificó que sólo el 38,5% de toda la población demandaría de manera frecuente los servicios del Motel.; y de éstos, existen ciertos segmentos definidos de usuarios que sí comprarían los

artículos del sexy shop, así como los alimentos y bebidas del bar, en un monto establecido por medio de intervalos de consumo.

La TABLAS A52 y A53 **VENTAS POR AÑO**, que se muestran en el Anexo No 57; en su primera columna reproducen la media de cada intervalo de gasto aplicado en las encuestas; en la columna siguiente la porción de encuestados que se identificaron con ese promedio de gasto; la tercera columna, reproduce el número de clientes frecuentes del servicio de alojamiento; la cuarta columna es el resultado de la multiplicación de la segunda y tercera columnas que corresponde a la porción de usuarios frecuentes de los productos del sexy shop o del bar, respectivamente. La última columna de cada tabla corresponde a la multiplicación de la cuarta por la primera columna, la misma que representaría el gasto promedio en artículos del sexy shop o del bar respectivamente.

Cabe mencionar que en las encuestas, se sugirieron más intervalos de gasto, y hubieron personas que señalaron que demandarían artículos por esos montos, pero por efectos de austeridad y acogiendo el gasto promedio por cliente en esos artículos equivalente a 13 dólares, se ha realizado el cálculo anterior hasta la media de 12,5 dólares en consumo, cifra que se considera aceptable.

Otro rubro importante de ingresos para el Motel es el diferencial de precios entre las dos suites que poseen tina hidromasaje en comparación con las restantes del establecimiento, debido a que las primeras no pueden ser vendidas al mismo precio que las habitaciones normales, como consecuencia del empleo de mayores recursos en su mantenimiento, tales como el agua del hidromasaje, y electricidad para la bomba del jacuzzi, así como también para el calentador del agua de la tina. Se ha estimado que las suites podrían tener un precio de veinte dólares cada una, y como las habitaciones normales tienen un precio base de 15 dólares, es ésta diferencia la que se transforma en un ingreso adicional de 2.700 dólares, anuales, calculado sobre la base de rotación normal de dos habitaciones; los cálculos se observan en la TABLA A54, que se muestra en el Anexo No. 57

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1 POLÍTICA FINANCIERA

Antes de iniciar el análisis de los estados financieros proyectados del Motel “Jardín del Este”, se debe como paso previo revisar las políticas financieras que delimitarán el accionar de la empresa, y que servirán de manera conjunta a la información económica como la base sobre la que se elaborarán los estados financieros. Entre las que se pueden mencionar:

- El precio unitario de las habitaciones normales se fijó en 15 dólares, y se estableció la cantidad de 20 dólares como precio para las suites con tina de hidromasaje.
- El número de prestaciones por plaza vendidas de acuerdo al resumen de ventas, se estima en 6.115 unidades, los cuales se incrementarán en un 5% cada año.
- El porcentaje de impuesto a la renta sobre las utilidades, corresponde al 25%.
- El porcentaje de participación de los empleados en las utilidades de la empresa, corresponde al 15%.
- El porcentaje de comisión sobre las ventas se fija en el 0%; pero si se desease permitir que los empleados reciban una comisión sobre las ventas para mantenerlos motivados y que participen de manera activa en las operaciones de la empresa, se podría aplicar otro porcentaje.
- Los días de cartera; es decir, el periodo permitido para cuentas por cobrar, para el caso del Motel se ha fijado en un día, debido a que no se concederán créditos sobre facturas, sino que se cobrará todo en efectivo o cheques

personales, quedando abierta la posibilidad de facilitar el pago mediante tarjetas de crédito, lo que podría manejarse como crédito corriente.

- El inventario de mercaderías se ha establecido de la siguiente manera, del monto total de ventas netas por conceptos de mercadería del bar y del sexy shop, se descontará el 30% que corresponde a la utilidad, operación que dará como resultado el inventario anual de mercaderías.
- Los días de detergente líquido se fijan en un mes de 30 días como manera de proveer un inventario de estos materiales que duren por ese periodo de tiempo.
- Bajo los mismos criterios del detergente líquido, se estima conveniente que se establezca un inventario de detergentes en polvo que abastezca por 30 días las necesidades de este insumo.
- Bajo similares consideraciones que los anteriores insumos, los artículos de limpieza, se organizarán en modo tal de formar un inventario que permita la operación del Motel sin contratiempos por un lapso de 30 días.
- En lo referente al inventario de mercaderías, por motivos de reducción de costos e inconvenientes en el despacho de pedidos se estima necesario que este inventario tenga la capacidad de suplir las ventas dentro del bar y del sexy shop por un lapso de 30 días.
- Los días transcurridos, se refieren a los días en los que se cerrarán las operaciones de caja del Motel; es decir, se saldarán caja/bancos, inventarios, cuentas por cobrar, a efectos de poseer un mejor control de las existencias de insumos, mercaderías y efectivo dentro del establecimiento, y que se estima conveniente en un mes o 30 días calendario.
- Los días de financiamiento se refiere al plazo normal estimado de financiamiento de efectivo dentro del establecimiento; es decir, que para

financiar las operaciones mensuales del establecimiento, se podría recurrir a sobregiros, los cuales en su plazo máximo se estiman en 15 días.

- Los días proveedores, se refiere al plazo concedido por los proveedores para cancelar las facturas de insumos y mercaderías que se fija en un promedio de 30 días.
- La inversión de los socios se estableció en 120.500 dólares.
- Las acciones poseerán un valor nominal de 100 dólares cada una.
- El número de acciones se calcula de la división del capital social por el valor nominal de cada acción.
- La política de dividendos, se refiere al porcentaje de repartición de dividendos que se aplicará en la empresa, que en este caso se ha fijado que cada año los socios se repartirán el 25% de las utilidades generadas por el negocio.
- La capacidad turno mes de prestaciones por plaza, se refiere a la productividad de las habitaciones establecida por una rotación diaria por turno, en este caso el día o la noche, y con un empleo de la capacidad instalada del 75%. La capacidad anual por turno y la anual total, se refieren a la multiplicación de la anterior por 12 y por 24 respectivamente.
- La tasa de interés aplicable para los cálculos de la amortización de la deuda, se fija en 17% anual.
- La comisión bancaria es del 2%.
- El tiempo de amortización del crédito, se fija en 5 años; para que coincida con el período de proyección de los estados financieros.

Todas las consideraciones anteriores, se pueden observar en la TABLA A55 **POLÍTICA FINANCIERA**, que se muestra en el Anexo No. 58.

5.7.2 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Sobre la base de los ingresos que se generarían durante la operación del establecimiento, y sobre la base de los gastos que implicaría dicha operación, se ha elaborado el estado de resultados proyectado total, del Motel “Jardín del Este”, que se muestra en la TABLA 5.10 **ESTADO DE RESULTADOS**.

En la mencionada tabla se pueden apreciar todas las aplicaciones de ingresos, entre las que se encuentran ventas de habitaciones (91.725 dólares), ventas sexy shop (9.046 dólares), ventas bar (1.649 dólares), ventas Hidromasaje (2.700 dólares); rubros que en conjunto originan ventas netas para el primer año de operación equivalentes a 105.480 dólares.

Entre las aplicaciones de gastos originados por la operación del establecimiento se observan: costo directo (12.447 dólares), gastos operativos (12.185 dólares), gastos administrativos (7.982 dólares), gastos de ventas (3.672 dólares), las depreciaciones y amortizaciones (operación, administración y ventas); rubros que originan un costo de ventas (42.280 dólares), gastos de operación (12.625 dólares); los gastos financieros corresponden a 13.784 dólares.

La utilidad neta resultante de la operación del establecimiento durante su primer año correspondería a 22.074 dólares. Para el año 0; es decir, el año de las inversiones, se presenta una pérdida de 1.802 dólares que corresponde a la comisión bancaria pagada por el trámite del crédito para financiar los activos del establecimiento.

En esta tabla también se pueden apreciar los rubros correspondientes a las deducciones por impuestos y por participación de los trabajadores en las utilidades.

TABLA 5.10 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
ESTADO DE RESULTADOS TOTAL
MILES DE DOLARES

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
VENTAS HAB. (PxP.)	6.115,000	6.115,000	6.420,750	6.741,788	7.078,877	7.432,821
PRECIO (MILES USD)	0,000	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015
VENTAS NETAS HAB.	0,000	91,725	96,311	101,127	106,183	111,492
VENTAS NETAS SEXYSHOP	0,000	9,406	9,406	9,406	9,406	9,406
VENTAS NETAS BAR	0,000	1,649	1,649	1,649	1,649	1,649
VENTAS NETAS HIDRO.	0,000	2,700	2,700	2,700	2,700	2,700
TOTAL VENTAS NETAS	0,000	105,480	110,066	114,882	119,938	125,248
COSTO DIRECTO	0,000	12,447	13,069	13,723	14,409	15,129
GASTOS OPERATIVOS	0,000	12,185	12,516	12,847	13,178	13,509
INV. MERCADERÍAS	0,000	8,504	8,504	8,504	8,504	8,504
DEPRECIACION	0,000	8,052	8,052	8,052	8,052	8,052
AMORTIZACIÓN	0,000	1,093	1,093	1,093	1,093	1,093
COSTO DE VENTAS	0,000	42,280	43,234	44,218	45,236	46,287
UTILIDAD BRUTA	0,000	63,200	66,833	70,664	74,703	78,961
GASTOS DE ADM.	0,000	7,982	7,982	7,982	7,982	7,982
GASTOS S/VENTA	0,000	3,627	2,181	2,181	2,181	2,181
DEPRECIACIONES	0,000	0,894	0,894	0,894	0,894	0,894
AMORTIZACIONES	0,000	0,121	0,121	0,121	0,121	0,121
GASTOS DE OPERACIÓN	0,000	12,625	11,178	11,178	11,178	11,178
UTILIDAD DE OPERACION	0,000	50,575	55,654	59,485	63,524	67,782
GASTOS FINANCIEROS	1,802	13,784	10,721	7,658	4,595	1,532
UTIL. ANTES ISR PTU	(1,802)	36,791	44,933	51,827	58,930	66,251
ISR EJERCICIO	0,000	9,198	11,233	12,957	14,732	16,563
PTU TRABAJADORES	0,000	5,519	6,740	7,774	8,839	9,938
UTILIDAD NETA	(1,802)	22,074	26,960	31,096	35,358	39,750

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.7.3 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS PROYECTADO

El flujo de fondos proyectado o también conocido como Estado de Orígenes y Aplicaciones, resume las entradas de efectivo (orígenes) y las salidas del mismo (aplicaciones), que se generan durante la operación normal de establecimiento.

En este estado, se puede apreciar el destino que se da al dinero que genera la empresa, en este caso, las utilidades netas a las que se deben sumar las amortizaciones y depreciaciones, debido a que estas si bien son gastos no representan salidas físicas de efectivo; de igual manera se deben sumar los rubros por capital social, dinero de terceros (créditos), los impuestos a la renta por pagar y la participación de los empleados en las utilidades de la empresa, lo que origina un total por ingresos de 46.951 dólares para el primer año de operación.

Las aplicaciones de fondos, que constituyen las salidas, suman 18.312 dólares; en este rubro se incluyen entre otros el pago de los inventarios, que al estar financiados por proveedores, constituyen un rubro muy pequeño, exceptuando el año de las inversiones en el cual se destinará para este propósito la cantidad de 13.704 dólares.

La diferencia entre estos los orígenes y las aplicaciones de efectivo, origina un saldo final de caja de 50.589 dólares.

En la TABLA 5.11 **ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS**, que se muestra a continuación, se pueden observar las necesidades de efectivo para los cinco años de proyección de los estados financieros.

TABLA 5.11 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
ESTADO DE ORIGEN Y APLICACION DE RECURSOS
MILES DE DOLARES

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
ORIGENES DE FONDOS:						
UTILIDAD NETA	(1,802)	22,074	26,960	31,096	35,358	39,750
+DEPRECIACION	0,000	8,947	8,947	8,947	8,947	8,947
+AMORTIZACION	0,000	1,214	1,214	1,214	1,214	1,214
SUBTOTAL	(1,802)	32,235	37,121	41,257	45,519	49,911
OTROS ORIGENES:						
CAPITAL SOCIAL	120,500	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CREDITOS BANCARIOS	90,093					
ISR POR PAGAR	0,000	9,198	11,233	12,957	14,732	16,563
PTU POR PAGAR	0,000	5,519	6,740	7,774	8,839	9,938
PROVEEDORES	13,704	0,000	0,260	0,273	0,287	0,301
TOTAL ORIGENES	222,495	46,951	55,354	62,261	69,377	76,712
APLICACIÓN FONDOS:						
COMPRA ACTIVOS	180,772	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
GASTOS PREOPERACION	6,070	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
CUENTAS POR COBRAR	0,000	0,293	0,013	0,013	0,014	0,015
PAGO CREDITOS	0,000	18,019	18,019	18,019	18,019	18,019
ISR ANTERIOR	0,000	0,000	9,198	11,233	12,957	14,732
PAGO PTU	0,000	0,000	5,519	6,740	7,774	8,839
PAGO INVENTARIOS	13,704	0,000	0,260	0,273	0,287	0,301
SUB TOTAL:	200,546	18,312	33,008	36,278	39,050	41,906
DIVIDENDOS	0,000	0,000	5,519	6,740	7,774	8,839
TOTAL APLICACIONES	200,546	18,312	38,526	43,018	46,824	50,746
SUPERAVIT (DEFICIT)	21,949	28,640	16,828	19,243	22,553	25,967
SALDO INICIAL CAJA	0,000	21,949	50,589	67,417	86,660	109,212
SALDO FINAL CAJA	21,949	50,589	67,417	86,660	109,212	135,179
MINIMO NECESARIO	18,120	17,874	18,366	18,875	19,400	19,400
DIFERENCIA	3,829	32,715	49,051	67,785	89,812	115,779

FUENTE: Tabla 5.10

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.7.4 CAPITAL DE TRABAJO

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 (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Aunque el capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido, y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. Esto implica que mientras la inversión fija y la diferida pueden recuperarse por la vía fiscal, mediante la depreciación, y la amortización, la inversión en capital de trabajo no puede recuperarse por este método, ya que se supone que, dada su naturaleza, la empresa se resarcirá de él a corto plazo⁵³.

Para el caso específico del Motel “Jardín del Este”, el capital de trabajo anual estará constituido básicamente por el saldo mínimo de efectivo necesario calculado en el estado de orígenes y aplicaciones, el mismo que indica una necesidad de dinero para el año de las inversiones (año 0), equivalente a 18.120 dólares.

Este rubro financia el costo directo promedio anual de operación del establecimiento, que incluye el costo del inventario de insumos y artículos de limpieza, y el costo de la mano de obra directa; adicionalmente incluye la totalidad de los gastos operativos, los gastos administrativos y los gastos de ventas; todos estos rubros financiados considerando un ciclo operativo de 30 días y atendiendo a las limitaciones sobre el financiamiento del efectivo (quince días). Al rubro anterior, se deberá sumar el dinero necesario para cubrir temporalmente la recuperación de las cuentas por cobrar, y la adquisición normal de los inventarios

⁵³ Baca Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México, pp. 168.

de insumos y de mercaderías, valorados en 13.704 dólares, dinero que desde el inicio de las operaciones del establecimiento estará financiado por los proveedores de estos inventarios.

Bajo estas consideraciones se consolida para el primer año de operación un capital de trabajo equivalente a 18.167 dólares, el cual no varía mucho para los años posteriores o de funcionamiento como se puede observar en la última fila de la TABLA 5.12 **CAPITAL DE TRABAJO**, que se muestra a continuación.

TABLA 5.12 CAPITAL DE TRABAJO

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"		CAPITAL DE TRABAJO				
		MILES DE DOLARES				
CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
EFFECTIVO BANCOS	18,120	17,874	18,366	18,875	19,400	19,400
+ CUENTAS POR COBRAR	0,000	0,293	0,306	0,319	0,333	0,348
INVENTARIOS:						
DETERGENTE LÍQUIDO	2,144	2,144	2,251	2,363	2,481	2,606
DETERGENTE EN POLVO	0,538	0,538	0,565	0,593	0,623	0,654
ARTS. DE LIMPIEZA	2,518	2,518	2,644	2,776	2,915	3,060
MERCADERÍAS	8,504	8,504	8,504	8,504	8,504	8,504
+ TOTAL INVENTARIO	13,704	13,704	13,964	14,237	14,523	14,824
- PROVEEDORES	13,704	13,704	13,964	14,237	14,523	14,824
CAPITAL DE TRABAJO	18,120	18,167	18,672	19,194	19,733	19,748
CAMBIOS CAP. TRAB.	18,120	0,046	0,505	0,522	0,540	0,015

FUENTE: Tabla 5.11

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.7.5 BALANCE DE SITUACIÓN PROYECTADO

Con la ayuda de los dos estados financieros anteriores, y la recopilación de la información sobre las inversiones iniciales del Motel “Jardín del Este”, se ha elaborado el Balance de Situación proyectado, el mismo que se muestra en la TABLA 5.13 **BALANCES GENERALES**, que se observa a continuación; en el que se han agrupado las cuentas del Motel “Jardín del Este”, atendiendo a las normas de contabilidad generalmente aceptadas, y a efectos de facilitar el análisis posterior de los rubros del mencionado balance.

En el Balance de situación para el primer año de operación se puede observar que el activo total suma 241.267 dólares, de los cuales 64.586 corresponden al activo circulante, 171,825 dólares corresponden al activo fijo, y 4.856 dólares corresponden al activo intangible.

El pasivo total para el primer año de operación del establecimiento corresponde a 100.494 dólares, de los cuales, por concepto de pasivo a largo plazo se tienen 54.056 dólares y por concepto de pasivo corriente 46.438 dólares.

El patrimonio de la empresa para el primer año de operación, corresponde a 140.772 dólares, de los cuales 120.500 corresponden al capital social aportado por los accionistas y 22.074 correspondientes a la utilidad neta de ese año de operación.

La penúltima fila de la tabla que se analiza muestra los datos concernientes a la acumulación de las utilidades, mismas que para el primer año de operación alcanzan un valor de 20.272 dólares. La última fila muestra los datos referentes a la acumulación de dividendos, rubro que para el segundo año de operación corresponde a 5.519 dólares.

TABLA 5.13 BALANCES GENERALES

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"						
BALANCES GENERALES						
MILES DE DOLARES						
CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CIRCULANTE						
CAJA Y BANCOS	21,949	50,589	67,417	86,660	109,212	135,179
CLIENTES	0,000	0,293	0,306	0,319	0,333	0,348
INV. INSUMOS	5,200	5,200	5,460	5,733	6,019	6,320
INV. MERCADERÍAS	8,504	8,504	8,504	8,504	8,504	8,504
TOTAL A. CIRCULANTE	35,653	64,586	81,686	101,215	124,069	150,351
ACTIVO FIJO:						
TERRENO	20,411	20,411	20,411	20,411	20,411	20,411
EDIFICIOS	134,893	134,893	134,893	134,893	134,893	134,893
INSTALACIONES	7,901	7,901	7,901	7,901	7,901	7,901
MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	4,607	4,607	4,607	4,607	4,607	4,607
EQUIPO DE OFICINA	4,938	4,938	4,938	4,938	4,938	4,938
MUEBLES DE OFICINA	4,576	4,576	4,576	4,576	4,576	4,576
ENSERES MENORES	3,447	3,447	3,447	3,447	3,447	3,447
SUBTOTAL	180,772	180,772	180,772	180,772	180,772	180,772
DEPREC. ACUM.	0,000	(8,947)	(17,894)	(26,840)	(35,787)	(44,734)
TOTAL ACTIVO FIJO	180,772	171,825	162,879	153,932	144,985	136,038
ACTIVO INTANGIBLE						
GASTOS PREOPERACIÓN	6,070	6,070	6,070	6,070	6,070	6,070
SUBTOTAL	6,070	6,070	6,070	6,070	6,070	6,070
AMORT. ACUM.	0,000	(1,214)	(2,428)	(3,642)	(4,856)	(6,070)
TOTAL ACTIVO INTANGIBLE	6,070	4,856	3,642	2,428	1,214	0,000
TOTAL ACTIVO	222,495	241,267	248,206	257,575	270,268	286,389

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"**BALANCES GENERALES
MILES DE DOLARES**

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
PASIVO CORTO PLAZO						
CREDITOS BANCARIOS	18,019	18,019	18,019	18,019	18,019	0,000
PTU POR PAGAR	0,000	5,519	6,740	7,774	8,839	9,938
PROVEEDORES	13,704	13,704	13,964	14,237	14,523	14,824
IMPUESTO S/LA RENTA	0,000	9,198	11,233	12,957	14,732	16,563
TOTAL PASIVO C. P.	31,722	46,438	49,955	52,986	56,114	41,324
PASIVO LARGO PLAZO						
CREDITOS LARGO PLAZO	72,074	54,056	36,037	18,019	0,000	0,000
TOTAL PASIVO L. P.	72,074	54,056	36,037	18,019	0,000	0,000
TOTAL PASIVO	103,797	100,494	85,993	71,005	56,114	41,324
CAPITAL CONTABLE						
CAPITAL SOCIAL	120,500	120,500	120,500	120,500	120,500	120,500
RESERVA LEGAL	0,000	1,014	2,362	3,916	5,684	7,672
UTILIDAD ACUMULADA	0,000	(2,815)	12,392	31,057	52,612	77,143
UTIL. DEL EJERCICIO	(1,802)	22,074	26,960	31,096	35,358	39,750
TOTAL CAPITAL	118,698	140,772	162,214	186,570	214,154	245,065
PASIVO + CAPITAL	222,495	241,267	248,206	257,575	270,268	286,389
DIFERENCIA ACT-PAS-CAP	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
% DE RESERVA:	0,050					
ACUMULACIÓN DE UTILIDADES	(1,802)	20,272	47,232	78,329	113,687	153,437
ACUML. DE DIVID.	0,000	0,000	5,519	12,259	20,033	28,872

FUENTE: Tablas 5.3, 5.6, 5.10, 5.11
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

5.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

- Acogiendo las recomendaciones del estudio de mercado, el establecimiento estaría en capacidad de satisfacer el 38,5% de la demanda potencial

insatisfecha, cantidad que equivale a la generación de 6.115 prestaciones por plaza anuales.

- La capacidad productiva del establecimiento se incrementaría cada año en un cinco por ciento, permitiendo al mismo emplear de mejor manera sus instalaciones y aprovechar al máximo su capacidad instalada total.
- Para la construcción de un Motel de 12 habitaciones, se hace necesaria la inversión en infraestructura física, en instalaciones, maquinaria y equipo, equipo de oficina, muebles de oficina y enceres menores por un valor de 180.772 dólares.
- En adición a los activos fijos, se hace necesaria la inversión en gastos preoperacionales, los mismos que suman 6.070 dólares.
- El financiamiento más adecuado para la construcción de obra física, constituye la aportación de varios socios en un monto equivalente a 120.500 dólares, dividido en acciones de 100 dólares cada una.
- El dinero restante para afrontar las inversiones iniciales e incluso el capital de trabajo del Motel, se obtendrá mediante un crédito en una institución financiera con una tasa de interés del 17% anual, y a un plazo de cinco años.
- Los costos de la prestación del servicio en el Motel “Jardín del Este”, suman en su totalidad 72.801,4 dólares para el primer año de operación del motel; de los cuales 19.067,7 dólares son variables y 53.733,7 son fijos.
- El costo unitario de la prestación del servicio de alojamiento temporal en el Motel es de 11,9053 dólares.
- El precio de venta de las habitaciones considerando un margen bruto del 21,36% sobre el costo unitario equivale a 15,1360 dólares; mientras que el precio de venta considerando un rendimiento meta del 20,12% sobre el capital,

se estima en 15,867 dólares. Por motivos de competencia, se fija el precio del servicio en 15 dólares para las habitaciones normales y en 20 para las suites con tina de hidromasaje.

- Los ingresos por ventas de habitaciones dentro del Motel, se estiman para el primer año de operación en 91.725 dólares. Los ingresos por ventas de artículos en el sexy shop se estiman en 9.405,88 dólares. Los ingresos por ventas de comida y bebidas en el bar se estiman en 1.649,34 dólares.
- Del Estado de Resultados, se deduce que el Motel generaría en su primer año de operación utilidades netas por un valor de 22.074 dólares.
- Del estado de Origen y Aplicación de fondos, se estima que el Motel cerraría el primer año de operación con un saldo final mínimo de efectivo de 17.874 dólares.
- Del análisis del Capital de Trabajo del establecimiento, se deduce que para el año de las inversiones, se necesitaría por este concepto la cantidad de 18.120 dólares, rubro dentro del que se incluyen los inventarios de insumos, mano de obra directa, los gastos operativos, administrativos y de ventas. Para los años posteriores, el saldo del capital de trabajo no variará mucho, y para el primer año de operación será de 18.167 dólares.
- Del Balance de General, se descubre que los activos totales del Motel para el primer año de operación suman 241.267 dólares, de los cuales 64.586 dólares corresponden al activo circulante, 171.825 dólares corresponden al activo fijo, y 4.856 dólares corresponden al activo intangible.
- Los pasivos de la empresa para el primer año de operación suman 100.494 dólares de los cuales 46.438 dólares corresponden a obligaciones de corto plazo, y 54.056 dólares corresponden a obligaciones de plazos mayores a un año.

CAPITULO VI

6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1.1 OBJETIVO GENERAL

Para que un proyecto sea satisfactorio estará ampliamente justificado desde el punto de vista social o empresarial, para lo que debe proveerse una rentabilidad atractiva que justifique la asignación de recursos o bien, existirá una justificación muy clara de los beneficios sociales esperados frente a los costos de inversión y de operación del proyecto.

En general el análisis de un proyecto consiste en verificar que éste se encuentre definido en su totalidad y que todas las decisiones adoptadas con respecto a sus características básicas estén fundamentadas. Todo proyecto lleva implícito un riesgo que debe ser ponderado cuidadosamente no sólo por las consecuencias directas en los inversionistas, sino por los efectos indirectos en la rama industrial correspondiente y en la economía del país donde se plantea su realización⁵⁴.

De las consideraciones anteriores, surge el objetivo general de la presente evaluación económica:

“Evaluar la situación financiera del Motel “Jardín del Este”, con la ayuda de métodos de valoración de empresas adecuados, con el propósito de emitir las recomendaciones que se estimen necesarias para mejorar dicha situación, y propender a la concesión de un mejor retorno a la inversión de los gestores del proyecto”.

⁵⁴ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995, pp 182.

6.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Entre los objetivos específicos que persigue la presente Evaluación Económica, tenemos los siguientes:

- Realizar un análisis de sensibilidad de las ventas en relación con los costos de prestación del servicio de alojamiento temporal.
- Evaluar los flujos de efectivo del proyecto, con el método del Valor Actual Neto.
- Evaluar el rendimiento del proyecto con la ayuda de la Tasa Interna de Retorno de la Inversión.
- Evaluar el periodo de recuperación de la inversión ya sea sobre la base de las utilidades netas, así como por el flujo de fondos.
- Realizar un análisis de la relación costo beneficio del proyecto.
- Analizar los posibles precios de venta del proyecto, atendiendo a tasas de descuento aceptables.

6.2 ANÁLISIS COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD

6.2.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

La utilidad general que se le da al punto de equilibrio es que es posible calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias éstas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

En el punto de equilibrio, los ingresos se igualan a los costos totales.

$$P \times Q = CF + CV$$

Donde:

P = Precio de venta

Q = Cantidad (unidades)

CF = Costos fijos totales

CV = Costos variables totales⁵⁵.

En la TABLA 6.1 **PUNTO DE EQUILIBRIO HABITACIONES**, que se muestra a continuación, se puede observar que para un precio de quince dólares, el punto de equilibrio en unidades se alcanza en el primer año al vender 4.522,34 prestaciones por plaza, al generarse ingresos totales por un valor de 67.835,1 dólares; en la misma tabla, el lector podrá verificar los cálculos de estos dos índices para cada uno de los años de la proyección.

El porcentaje del total de los ingresos generados en el punto de equilibrio sobre el total de las ventas corresponde en el primer año al 74%. De similar manera, el porcentaje alcanzado por el punto de equilibrio en unidades sobre la capacidad instalada total es equivalente al 69,8%. Las ventas esperadas con relación a la capacidad instalada total, representan un porcentaje del 94,4%; alcanzándose el pleno empleo de dicha capacidad al tercer año de operación del establecimiento.

⁵⁵ Baca Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México, pp. 171-172.

En el Gráfico No. 42 que se observa en el Anexo No. 59, se puede apreciar de manera visual el punto de equilibrio en Prestaciones por Plaza, al considerarse un precio de venta de las habitaciones del motel en quince dólares.

En el Gráfico No. 43 que se observa en el Anexo No. 59, se puede apreciar que cuando el precio de venta de las habitaciones desciende a 10 dólares, el punto de equilibrio se lograría en el primer año al vender 7.808,06 prestaciones por plaza, al generarse ingresos totales por venta de habitaciones equivalentes a 78.080,6 dólares.

De la misma manera, en el Gráfico No. 44 que se observa en el Anexo No. 59, se puede apreciar que cuando el precio de venta de las habitaciones se eleva a 20 dólares, el punto de equilibrio se lograría en el primer año al vender 3.182.93 prestaciones por plaza, al generarse ingresos totales por venta de habitaciones en un monto equivalente a 63.658,6 dólares.

TABLA 6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO HABITACIONES

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"						
PUNTO DE EQUILIBRIO HABITACIONES						
MILES DE DOLARES						
CONCEPTO / AÑOS	0	1	2	3	4	5
VENTAS EN UNIDADES (PxP.)		6.115,00	6.420,75	6.741,79	7.078,88	7.432,82
PRECIO DE VENTA		0,015	0,015	0,015	0,015	0,015
VENTAS NETAS		91,73	96,31	101,13	106,18	111,49
COSTOS VARIABLES (COSTO DIRECTO)		12,45	13,07	13,72	14,41	15,13
GASTOS VARIABLES		6,62	6,95	7,28	7,61	7,94
TOTAL VARIABLES		19,07	20,02	21,01	22,02	23,07
CONTRIBUCION		72,66	76,29	80,12	84,16	88,42
COSTOS Y GASTOS FIJOS		53,73	53,35	53,04	52,82	52,69
UTILIDAD NETA		18,92	22,94	27,08	31,34	35,73
VERIF. UTILIDAD NETA		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COSTO UNITARIO		0,0119	0,0114	0,0110	0,0106	0,0102
PUNTO DE EQUILIBRIO (USD.)		67,84	67,35	66,95	66,64	66,44
PRECIO DE VTA.		0,015	0,015	0,015	0,015	0,015
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES (PxP.)		4.522,35	4.489,96	4.463,33	4.442,88	4.429,06
CAPACIDAD INSTALADA		6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00	6.480,00
TOTAL EN UNIDADES						
P.E.\$/VTAS		74,0%	69,9%	66,2%	62,8%	59,6%
P.E. U'S/CAP. INST.		69,8%	69,3%	68,9%	68,6%	68,3%
VENTAS/CAP. INST.		94,4%	99,1%	104,0%	109,2%	114,7%

FUENTE: Tablas A51, 5.10

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

6.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

La construcción de los flujos de caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio de proyectos. Para un proyecto que busca medir la rentabilidad de la inversión el ordenamiento propuesto es el que se muestra a continuación:

- + Ingresos afectos a impuesto
- Egresos afectos a impuesto
- Gastos no desembolsables
- = Utilidad antes de impuesto
- Impuesto
- = Utilidad después de impuesto
- + Ajustes por gastos no desembolsables
- Egresos no afectos a impuesto
- + Beneficios no afectos a impuesto
- = Flujo de caja.

Ingresos y egresos afectos a impuesto son todos aquellos que aumentan o disminuyen la riqueza de la empresa. Gastos no desembolsables son los gastos que para fines de tributación son deducibles pero que no ocasionan salidas de caja, como la depreciación, la amortización de los activos intangibles o el valor de un activo que se venda. Al no ser salidas de caja se restan primero para aprovechar su descuento tributario y se suman en el ítem ajuste por gastos no desembolsables; de esta forma, se incluye sólo su efecto tributario. Egresos no afectos a impuesto son las inversiones, ya que no aumentan ni disminuyen la riqueza contable de la empresa por el solo hecho de adquirirlos. Generalmente es sólo un cambio de activos (máquina por caja) o un aumento simultáneo con un pasivo (máquina y endeudamiento). Beneficios no afectos a impuesto son el valor de desecho del proyecto y la recuperación del capital de trabajo. Ninguno está disponible como ingreso aunque son parte del patrimonio explicado por la inversión del negocio⁵⁶.

El flujo de caja proyectado del Motel “Jardín del Este”, se puede apreciar en la **TABLA 6.2 VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO**, la que se describirá con mayor detalle en los párrafos siguientes.

⁵⁶ Nassir Sapag Chain, CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México, pp. 262-263.

6.4 MÉTODO DEL VALOR ACTUAL NETO

Pese a que los métodos tradicionales del cálculo de la rentabilidad establecen una relación entre el capital invertido y los rendimientos a recibir, estos no toman en consideración el hecho de que a mayor tiempo que se reciban las utilidades, menor es su valor actual. El método del valor presente establece la relación de rentabilidad, y toma en consideración el valor actual de las futuras utilidades⁵⁷.

6.4.1 TASA DE DESCUENTO

El factor de actualización o de descuento es el recíproco del factor de interés compuesto, que reduce los valores sucesivos a un valor presente equivalente descontados de una tasa específica. El valor presente se calcula por medio de la siguiente fórmula:

$$C = M / (1+i)^t$$

Donde:

C = Valor presente

M = Monto

i = Tasa de descuento

t = Tiempo en años⁵⁸.

Para el caso específico del Motel “Jardín del este, se considerará una tasa de descuento equivalente al costo ponderado del capital del inversionista, calculado en el Capítulo V, específicamente en el párrafo 5.3.3. Por efectos didácticos, el lector podrá observar en la TABLA 6.2, que se consideraron diversas tasas de descuento, tales como el 5, 10, 15 y 20%, con el propósito de ilustrar las variaciones de los valores actuales de los flujos del proyecto, y así poder estimar un precio de la firma en el mercado bursátil.

⁵⁷ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995, pp. 200-201.

⁵⁸ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995, pp. 203.

6.4.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto es la diferencia entre el valor actual de la inversión y el valor actual de la recuperación de fondos, en tal forma que al aplicar una tasa, que se considere como la mínima aceptable para la aprobación de un proyecto de inversión, se determina además, el índice de conveniencia del proyecto, que no es sino el factor que resulte de dividir el valor actual de la recuperación de fondos entre el valor actual de la inversión; así, una empresa en donde se establezca un parámetro de rendimiento de la inversión y a las entradas de fondos, se obtenga por diferencia el valor actual neto, que si es positivo, indicará que la tasa interna de retorno excede el mínimo necesario y que si es negativo, la tasa de rendimiento es menor de lo requerido y por lo tanto estará sujeta a rechazo⁵⁹.

En la Tabla 6.2 que se muestra a continuación, se puede apreciar, que para el quinto año, se recuperan la inversión en activos fijos, a su valor en libros (136.038 dólares), y el capital de trabajo invertido en la operación del establecimiento (19.748 dólares); la mencionada tabla también reúne el flujo de fondos proyectado para el Motel “Jardín del Este”, y en la parte inferior, muestra el cálculo del valor actual neto, considerando varias tasa de descuento, como se mencionó en el párrafo 6.4.1 del presente capítulo.

La tasa de descuento que se aplicará para descontar los flujos de fondos, es aquella identificada con el costo ponderado del capital (20,12%).

El valor actual neto (VAN) de los flujos netos originados de la operación del establecimiento, descontados con la tasa establecida, originan un valor positivo equivalente a 6.779,6 dólares; cifra que al ser positiva, indica que existe un retorno a la inversión inicial, que excede la tasa de descuento, motivo por el cual se podría recomendar se destinen los fondos necesarios para la constitución de la compañía y la posterior operación del Motel.

⁵⁹ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995, pp. 204.

TABLA 6.2 VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"						
VALOR ACTUAL NETO (VAN) Y TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						
MILES DE DOLARES						
CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(1,802)	22,074	26,960	31,096	35,358	39,750
+DEPRECIACIONES	0,000	8,947	8,947	8,947	8,947	8,947
+AMORTIZACIONES	0,000	1,214	1,214	1,214	1,214	1,214
+GASTOS FINANCIEROS	1,802	13,784	10,721	7,658	4,595	1,532
-INCR. ACT. FIJO	180,772	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
-INCR.O VARIAC. CAP. TRAB.	18,120	0,046	0,505	0,522	0,540	0,015
SUB TOTAL	(198,893)	45,973	47,337	48,393	49,574	51,428
RECUPER. AC. FIJO						136,038
RECUPER. C. TRABAJO						19,748
FLUJO NETO	(198,893)	45,973	47,337	48,393	49,574	207,214
VALOR ACTUAL NETO						VAN
1) CON TASA DEL	5,00%					132,77
2) CON TASA DEL	10,00%					80,90
3) CON TASA DEL	15,00%					40,06
4) CON TASA DEL	20,00%					7,48
5) CON TASA DEL	20,12%					6,78
6) CON TASA DEL	30,00%					(40,33)
7) CON TASA DEL	40,00%					(72,83)
8) CON TASA DEL	50,00%					(95,79)
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						21,32%

FUENTE: Tablas 4.8, 5.1, 5.12, 5.13.

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

6.5 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de rendimiento (TIR), es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero, o es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Si el valor actual neto es positivo, esto significa que se obtienen ganancias a lo largo de los cinco años de estudio por un monto igual a la tasa de descuento aplicada, más el valor del VAN. Es claro que si el VAN = 0, sólo se estará

ganando la tasa de descuento aplicada, o sea la WACC o K_o , y un proyecto debería aceptarse con ese criterio, ya que se está ganando lo mínimo fijado como rendimiento.

Con el criterio de la aceptación que emplea el método de la TIR; si esta es mayor que la WACC, acepte la inversión, es decir, si el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable, la inversión es económicamente rentable⁶⁰.

En la última fila de la Tabla 6.2, se puede observar que la tasa interna de retorno del Motel “Jardín del Este” equivale a 21,32%, misma que al ser mayor a la tasa de descuento de los flujos de fondos del proyecto, genera un valor presente neto del proyecto positivo, por lo que se sugiere bajo este criterio, que se acepte la inversión.

6.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PAY BACK)

Este método se utiliza para conocer el número de períodos en que se recuperará la inversión. El período de recuperación representa el número de años en que la inversión se recupera vía facturación, cobranza, o utilidades; debe recordarse que en este caso el término inversión considera a la suma total de activos del proyecto.

Como los proyectos de inversión implican una serie de riesgos, la evaluación por el método pay-back es recomendable para casos en que las empresas tratan de reducir el tiempo de recuperación de su inversión.

Tiene la ventaja de rapidez en el cálculo y la facilidad en la interpretación. Sin embargo, no toma en cuenta la vida probable de la inversión y tampoco refleja ninguna base de comparación con los índices de rentabilidad del proyecto.

El pay-back se conoce al aplicar la siguiente fórmula:

⁶⁰ Baca Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México, pp. 216.

Periodo de recuperación = Inversión total / utilidad promedio anual⁶¹.

La recuperación de la inversión en base a los flujos de fondos; es decir, en base a las utilidades netas, más los egresos que no significan salidas de efectivo (Amortizaciones y Depreciaciones), se muestra en la TABLA 6.3 **RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN BASE FLUJO DE FONDOS**, en la que se puede apreciar que por esta vía, se recuperaría la inversión de los accionistas del Motel "Jardín del Este", en un plazo de 3,26 años.

TABLA 6.3 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN BASE FLUJO DE FONDOS

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"						
RECUPERACION DE LA INVERSION BASE FLUJO DE FONDOS						
MILES DE DOLARES						

CONCEPTO/AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(1,8)	22,1	27,0	31,1	35,4	39,8
+ DEPRECIACIONES	0,0	8,9	8,9	8,9	8,9	8,9
+ AMORTIZACIONES	0,0	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
FLUJO DEL AÑO	(1,8)	32,2	37,1	41,3	45,5	49,9
FLUJO ACUMULADO	(1,8)	30,4	67,6	108,8	154,3	204,2
- INV. SOCIOS	120,5	120,5	120,5	120,5	120,5	120,5
CAPITAL POR RECUPERAR	122,3	90,1	52,9	11,7	(33,8)	(83,7)
AÑOS X TRANSCURRIR	0,0	2,8	1,4	0,3	0,0	0,0
RECUPERACION (AÑOS)					3,26	3,26

FUENTE: Tablas 5.1, A55

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

La recuperación de la inversión en base a las utilidades netas del proyecto, una vez descontados todos los egresos por tributos y participaciones, se muestra en la

⁶¹ Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995, pp. 193-194.

TABLA 6.4 **RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON BASE EN UTILIDADES**, en la que se puede apreciar que por esta vía, se recuperaría la inversión de los accionistas del Motel “Jardín del Este”, en un plazo de 4,17 años.

TABLA 6.4 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON BASE EN UTILIDADES

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
RECUPERACION DE LA INVERSION CON BASE EN UTILIDADES
MILES DE DOLARES

CONCEPTO/AÑOS	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA	(1,8)	22,1	27,0	31,1	35,4	39,8
UTILS. ACUMULADAS	(1,8)	20,3	47,2	78,3	113,7	153,4
-INVERSION SOCIOS	120,5	120,5	120,5	120,5	120,5	120,5
CAP X RECUPERAR	122,3	100,2	73,3	42,2	6,8	(32,9)

AÑOS X TRANSCURRIR	0,0	4,5	2,7	1,4	0,2	0,0
RECUPERACION (AÑOS)						4,17

FUENTE: Tablas 5.1, A55

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

6.7 RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son razones entre cantidades de los estados financieros de una empresa, las cuales indican y explican de mejor forma el desempeño y posición de una compañía en un momento dado. A continuación se describen las más importantes para este proyecto; en la TABLA 6.5 **RAZONES FINANCIERAS**, que se mostrará al final del presente párrafo, el lector podrá ver los valores correspondientes a cada uno de los índices que se explican a continuación, y para cada uno de los años de proyección de los estados financieros.

6.7.1 INDICE CORRIENTE O DE SOLVENCIA (ACTIVO CIRCULANTE/PASIVO CIRCULANTE)

Este indicador mide la capacidad que el Motel “Jardín del Este” posee para pagar sus obligaciones en el corto plazo (menor a un año). Así se determinaría su habilidad para cubrir sus deudas inmediatas con sus activos inmediatos (caja, bancos, inventarios de mercaderías), se calcula de la división del Activo Circulante para el Pasivo Circulante. Para el primer año de operación, este índice se ubica en 1,39, y significa que el Motel sí puede cubrir sus compromisos de corto plazo; para los años posteriores, incluso, el índice llega a ubicarse en 3,64; lo que indicaría que se posee dinero ocioso, y se estaría desperdiciando la oportunidad de invertir el excedente y poder así obtener una rentabilidad adicional para el proyecto en general.

6.7.2 PRUEBA ÁCIDA (ACTIVO CIRCULANTE – INVENTARIO/PASIVO CIRCULANTE)

Esta es una forma de medir la liquidez del Motel de una manera más rigurosa, ya que en el cálculo de este índice, se debe desechar el valor de los inventarios; es decir, se considera todo aquello que es absolutamente líquido (Caja, Bancos, Cuentas x Cobrar) y se lo divide para el pasivo circulante de la empresa: Es así como para el primer año de operación del establecimiento este índice se ubica en 1,1; lo que indica que el motel sí dispone del dinero suficiente para cubrir sus obligaciones de efectivo en el plazo menor a un año.

6.7.3 INDICE DE APALANCAMIENTO FINANCIERO (PASIVO TOTAL/CAPITAL CONTABLE)

Este índice muestra los niveles de endeudamiento del Motel “Jardín del Este” con respecto a su patrimonio total, se calcula de la división del Pasivo Total para el Capital Contable, y sirve para ver que tipo de fuente de fondos predominan en la

empresa; para el primer año de operación del establecimiento el índice es de 0,71, lo que indica que el patrimonio predomina en la constitución de los pasivos de la empresa, mejorando esta situación en los años posteriores, al ubicarse este índice para el último año en 0,17.

6.7.4 INDICE PATRIMONIAL (CAPITAL CONTABLE/ACTIVO TOTAL)

Este índice indica que proporción de los activos del Motel “Jardín del Este” ha sido financiada con el patrimonio, determinándose de esta manera la solvencia de la empresa, se calcula dividiendo el Capital Contable para los Activos Totales; resultando un índice que para el primer año de operación del establecimiento, se ubica en el 58%; es decir que mayoritariamente, los activos le pertenecen a la empresa, situación que mejora con el paso de los años hasta ubicarse este índice en el 86%.

6.7.5 INDICE DE SOLIDEZ (PASIVO TOTAL/ACTIVO TOTAL)

Este índice representa la porción de los activos del Motel “Jardín del Este” que están comprometidos como respaldo para los acreedores, se calcula de la división de los Pasivos Totales para los Activos totales, y sirve además para determinar el porcentaje de los activos de la empresa que han sido financiado por terceros. Para el primer año de operación del establecimiento, se observa que el 42% de los activos totales están comprometidos con los acreedores del establecimiento, mientras que para el quinto año, la situación mejora, debido a que de todos los activos, solo el 14% de éstos se encuentran comprometidos.

6.7.6 INDICE DE ROTACIÓN DEL CAPITAL (VENTAS NETAS/CAPITAL CONTABLE)

Este índice indica en qué porcentaje rotó el capital social del Motel “Jardín del Este”, para generar las ventas dentro del establecimiento, debido a que se calcula de la división de las Ventas Netas para el Capital Contable de la empresa;

operación que da como resultado un índice que para el primer año de operación indica que el Capital rotó solo en 0,75; es decir, ni siquiera una sola vez. Se podría justificar este hecho debido a que al ser un servicio de lujo, sus ingresos se obtienen mayoritariamente debidos al margen de utilidades antes que por la rotación de las ventas de las habitaciones; y se debe considerar también que la inversión del establecimiento, especialmente en estructura física es elevada.

6.7.7 INDICE DE ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO (VENTAS NETAS/ACTIVO FIJO)

Este índice indica en qué porcentaje rotaron los activos del Motel “Jardín del Este”, para generar las ventas dentro del establecimiento, debido a que se calcula de la división de las Ventas Netas para los Activos Fijos, resultando un índice que para el primer año de operación, nos indica que los activos fijos rotaron solo en 0,61; es decir, ni siquiera una sola vez. Situación que mejora con el paso de los años, debido al hecho cierto del incremento de las ventas y a la reducción del valor de los activos (por efectos de la depreciación), hasta ubicarse en el quinto año en 0,92.

6.7.8 INDICE DE ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL (VENTAS NETAS/ACTIVO TOTAL)

Este índice indica en qué porcentaje rotaron los activos totales del Motel “Jardín del Este”, para generar las ventas dentro del establecimiento, debido a que se calcula de la división de las Ventas Netas para los Activos Totales, resultando que para el primer año de operación, estos activos rotaron en una relación equivalente al 0,44; Situación que se mantiene estable durante todos los cinco años de proyección de los estados financieros.

6.7.9 MARGEN BRUTO DE UTILIDADES (UTILIDAD BRUTA/VENTAS NETAS)

Este índice mide el porcentaje de las ventas netas del Motel “Jardín del Este” que están disponibles para cubrir los gastos, intereses, e impuestos. Para el primer año de operación del establecimiento se observa que el 60% de las ventas netas representan utilidades antes de descontar los gastos que se generan durante la operación del Motel.

6.7.10 RENTABILIDAD SOBRE VENTAS (UTILIDAD NETA/VENTAS NETAS)

Este índice conocido comúnmente como el margen neto, muestra el monto unitario de utilidades que se obtienen por cada dólar vendido en el Motel “Jardín del Este”; para el primer año de operación del establecimiento, se obtiene un margen neto equivalente al 21%, situación que mejora con el pasar de los años hasta ubicarse en el 32% al quinto año de proyección de los estados financieros.

6.7.11 RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO (UTILIDAD NETA/CAPITAL CONTABLE)

La rentabilidad sobre el patrimonio muestra la relación de la ganancia que obtuvo el Motel “Jardín del Este” en el ejercicio frente al patrimonio; es decir, mide la rentabilidad de la propiedad de los accionistas. Para el primer año de operación del establecimiento, este índice se ubica en 0,16; situación que de manera relativa se mantiene estable durante los cinco años de proyección de los estados financieros.

6.7.12 RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO TOTAL (UTILIDAD NETA/ACTIVO TOTAL)

Este índice mide la relación entre la utilidad que se obtiene frente a total de los activos del Motel “Jardín del Este”, este indicador sirve para cuantificar la utilidad por dólar de inversión en activos, sin imponer la procedencia de los fondos. Es así como para el primer año de operación del establecimiento se obtiene una

rentabilidad equivalente al 0,09, situación que mejora con el paso de los años hasta ubicarse en el 0,14.

6.7.13 COBERTURA DE INTERESES (UTILIDAD OPERACIONAL/INTERESES)

Este índice relaciona la utilidad operacional (antes de pagar los gastos financieros) y la totalidad de los intereses. Mide el grado en el que la Utilidad operacional cubre los requerimientos de pago de los gastos financieros en este caso de los intereses y comisiones por créditos. Para el primer año de operación del Motel “Jardín del Este”, este índice nos indica que por cada dólar en gastos financieros, el establecimiento ha generado 3,67 por concepto de utilidad operacional, este índice indica el alto grado de cobertura de los gastos financieros que posee el establecimiento, situación que mejora con el paso de los años hasta ubicarse en el índice en el quinto año en 44,26.

La tabla 6.5 que se muestra a continuación muestra los índices calculados anteriormente, y para cada uno de los cinco años de la proyección de los estados financieros.

TABLA 6.5 RAZONES FINANCIERAS

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
RAZONES FINANCIERAS

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CIRCULANTE/ PASIVO CIRCULANTE		1,39	1,64	1,91	2,21	3,64
(A.CIRC.- INVENTARIO)/ PASIVO CIRCULANTE		1,10	1,36	1,64	1,95	3,28
PASIVO TOTAL/ CAPITAL CONTABLE		0,71	0,53	0,38	0,26	0,17
CAPITAL CONTABLE/ ACTIVO TOTAL		0,58	0,65	0,72	0,79	0,86
PASIVO TOTAL/ ACTIVO TOTAL		0,42	0,35	0,28	0,21	0,14
VENTAS NETAS/ CAPITAL CONTABLE		0,75	0,68	0,62	0,56	0,51
VENTAS NETAS/ ACTIVO FIJO		0,61	0,68	0,75	0,83	0,92
VENTAS NETAS/ ACTIVO TOTAL		0,44	0,44	0,45	0,44	0,44
UTILIDAD BRUTA/ VENTAS NETAS		0,60	0,61	0,62	0,62	0,63
UTILIDAD NETA/ VENTAS NETAS		0,21	0,24	0,27	0,29	0,32
UTILIDAD NETA/ CAPITAL CONTABLE		0,16	0,17	0,17	0,17	0,16
UTILIDAD NETA/ ACTIVO TOTAL		0,09	0,11	0,12	0,13	0,14
UTILIDAD OPERACION/ INTERESES		3,67	5,19	7,77	13,83	44,26

FUENTE: Tablas 5.1, 5.13
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

6.8 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

La relación costo beneficio mide la capacidad que presentan los flujos netos del proyecto para cubrir las inversiones del Motel “Jardín del Este”; ésta se calcula con el empleo de la siguiente fórmula:

$$B/C = \Sigma F_n / I$$

Donde:

B/C = Relación costo beneficio.

ΣF_n = Sumatoria de flujos netos.

I = Inversión año cero.

De los datos que se muestran en la TABLA 6.2, se obtiene que la sumatoria de los flujos netos del proyecto corresponde a 398.491 dólares; así también en la primera columna de la mencionada tabla, en la fila de los flujos netos, se observa un flujo negativo de 198.893, que corresponde a la inversión inicial al construir el Motel; al reemplazar estos datos en la fórmula precedente, se obtiene una relación costo beneficio igual a 2; es decir que por cada dólar invertido en el proyecto, se recupera una cantidad equivalente.

6.9 TASA DE RENDIMIENTO POR ACCIÓN

La tasa de rendimiento por acción, es la tasa de interés generada por las acciones de los inversionistas del Motel “Jardín del Este”, al cobrar los dividendos correspondientes a las utilidades del establecimiento.

Para su cálculo, se deben traer a un valor actual todos los dividendos cobrados, descontados a una tasa que para este caso es nula; es decir, cero, de esta manera se obtiene la utilidad por acción en el año cero, misma que correspondió

a 127,33 dólares; lo que significa que a ese valor en el año 0 corresponden las utilidades futuras que cobrarían los accionistas durante los cinco años de operación, por cada una de las acciones emitidas. La Tasa de Rendimiento por Acción (TRA), se calcula en modo similar a la TIR, pero no sobre la base de los flujos netos, sino sobre la base de los dividendos; lo que da como resultado una tasa equivalente al 18,52%. En la Tabla que se muestra a continuación se observan los cálculos realizados.

TABLA 6.6 TASA DE RENDIMIENTO POR ACCIÓN

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"	TASA DE RENDIMIENTO POR ACCION (TRA)					
MILES DE DOLARES						

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
Inversión socios PO	120,50	-	-	-	-	-
Dividendos	-	-	5,52	6,74	7,77	8,84
Subtotal	(120,50)	-	5,52	6,74	7,77	8,84
Recup. CC	-	-	-	-	-	245,06
Flujo Neto	(120,50)	-	5,52	6,74	7,77	253,90
No. de acciones	1.205	1.205	1.205	1.205	1.205	1.205
Flujo Neto por Acción	(100,00)	-	4,58	5,59	6,45	210,71
VPN (0%)	UTILIDAD POR ACCIÓN					\$ 127,33
TRA	TASA DE REND. POR ACCIÓN					18,52%

FUENTE: Tabla A55, 5.13

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

De manera complementaria al análisis anterior, se ha procedido a estimar los posibles precios de venta del proyecto en el año cero, así como también el precio de las acciones del Motel "Jardín del Este", sobre la base del valor actual neto de los flujos generados por los dividendos percibidos por cada acción (incluida la recuperación del capital contable), y descontados a diversas tasas.

La TABLA 6.7 **VALOR DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE”**, que se muestra a continuación, en la segunda columna despliega las diversas tasas de descuento consideradas, en la tercera columna se muestra el número de acciones emitidas, en la cuarta columna se muestra el valor en el mercado de cada acción, y en la última columna se muestra el valor total de la empresa en el mercado bursátil.

La última fila de la tabla muestra el valor de la empresa al aplicar una tasa de descuento igual a la tasa de rendimiento de las acciones, criterio según el cual, el proyecto podría ser vendido en 120.500 dólares, es decir el Capital Social de los inversionistas.

TABLA 6.7 VALOR DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE”

DETALLE	TASA DE DESCUENTO	No. ACCIONES	VALOR DE LA ACCION	VALOR DE LA EMPRESA
PRECIOS POSIBLES DE VENTA DEL PROYECTO	0,00%	1.205	\$227,33	\$ 273,937
	2,00%	1.205	\$206,48	\$ 248,807
	4,00%	1.205	\$187,91	\$ 226,430
	6,00%	1.205	\$171,34	\$ 206,460
	8,00%	1.205	\$156,51	\$ 188,599
	10,00%	1.205	\$143,23	\$ 172,589
	12,00%	1.205	\$131,29	\$ 158,209
	14,00%	1.205	\$120,55	\$ 145,268
	16,00%	1.205	\$110,87	\$ 133,600
	18,00%	1.205	\$102,12	\$ 123,059
	20,00%	1.205	\$94,21	\$ 113,520
	18,52%	1.205	\$100,00	\$ 120,500

FUENTE: Tabla 6.6

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

El Gráfico No. 45 que se muestra en el Anexo No. 60 muestra como desciende el precio de la acción del Motel “Jardín del Este”, según se aplique una tasa de descuento mayor.

6.10 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

Para realizar el análisis de sensibilidad económica de este proyecto, se debe considerar en primer lugar que existen dos variables muy bien identificadas que podrían servir de base para los cálculos que requiere este análisis; la primera es el precio de venta de las habitaciones y la segunda es la cantidad anual de prestaciones por plaza vendidas dentro del establecimiento.

En relación a la primera variable, se tratará de identificar cual sería el precio de venta de las habitaciones que causarían que la TIR iguale a la tasa de descuento (WACC), lo que ocasionaría que el Valor Actual Neto de los flujos del Motel “Jardín del Este” sea igual a cero. En este punto, entonces sería indiferente para los inversionistas destinar sus recursos a la ejecución del proyecto.

El precio así calculado corresponde a 14,427 dólares; es decir, que bastaría solo una reducción de 3,82% en el precio para llevar al proyecto a su punto marginal. La Tabla 6.8 que se muestra a continuación, resume los aspectos más relevantes del proyecto al alterar el precio de venta de las habitaciones.

Prosiguiendo con el análisis de sensibilidad del Motel “Jardín del Este”, se estudiará en este párrafo la variación de las cantidades vendidas de prestaciones por plazas, hasta el punto en el que las mismas, hagan que el valor actual de los flujos de fondos del proyecto sea igual a cero, punto en el cual las tasas de descuento y la TIR poseerían idéntico valor.

Para este propósito, se ha considerado que el establecimiento vende sus habitaciones a un precio constante de 15 dólares y que se venden el mismo número de prestaciones por plazas en todos los años de estudio; es decir, que no se aplican incrementos por motivos de mejora de la productividad de las instalaciones del establecimiento.

En la Tabla 6.9, que se muestra a continuación, se reúnen los principales indicadores de la solvencia y situación del Motel “Jardín del Este”, en la que se puede apreciar que bastaría que el establecimiento venda cada año de manera promedio 6.392 prestaciones por plaza para que el Valor actual Neto sea igual a cero.

Antes de realizar este análisis, el establecimiento vendía en promedio 6.757,86 PxP. anuales, por lo que bastaría una reducción del 5,41% en las ventas para que el proyecto sea llevado a su posición más marginal.

Sea cual fuere el extremo que se considere, se debe recordar que al descontar los flujos del proyecto con el Costo Ponderado del Capital (WACC), siempre el proyecto está concediendo a los inversionistas el retorno a la inversión reconocido como el mínimo aceptable; debido a hecho cierto que al calcular el WACC, se consideraron los riesgos del mercado, las tasa pasiva referencial y el costo del capital propio del inversionista, por tal motivo, aún si el proyecto llegase a estos puntos extremos, se podría aún recomendar la inversión de fondos para la construcción y posterior operación del Motel “Jardín del Este”.

TABLA 6.8 ANALISIS DE SENSIBILIDAD, PRECIO

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
ANALISIS DE SENSIBILIDAD, PRECIO
MILES DE DOLARES

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
TASA INTERES	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%
MONTO CREDITO	90,1	90,1	0,0	0,0	0,0	0,0
CAPITAL SOCIAL	120,5	120,5	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL INVERSION	210,6	210,6	0,0	0,0	0,0	0,0
VENTAS EN UNIDADES (PxP.)	6.115,0	6.115,0	6.420,8	6.741,8	7.078,9	7.432,8
PRECIO (DOLARES)	0,000	14,429	14,429	14,429	14,429	14,429
VENTAS NETAS (MILES DE USD.)	0,0	88,2	92,6	97,3	102,1	107,2
UTILIDAD NETA	-1,8	20,0	24,8	28,8	32,9	37,2
DIVIDENDOS	0,0	0,0	5,0	6,2	7,2	8,2
SALDO FINAL CAJA	21,9	47,1	62,2	79,6	100,2	124,2
CAPITAL CONTABLE	118,7	138,7	158,4	181,0	206,8	235,7
AC/PCP		1,36	1,58	1,83	2,11	3,52
AC-INV/PCP		1,05	1,29	1,55	1,85	3,14
PT/AT		0,42	0,35	0,28	0,21	0,14
UN/VN		0,20	0,23	0,26	0,28	0,31
UN/CC		0,14	0,16	0,16	0,16	0,16
UN/AT		0,08	0,10	0,11	0,13	0,14
VENTAS S/CAP. INST.		0,94	0,99	1,04	1,09	1,15
VAL. ACCION (DOLARES)	98,50	115,08	131,48	150,24	171,59	195,64
RECUPERACION (AÑOS)	0,00	5,12	3,13	1,69	0,48	0,00
P.E. UNIDADES (PxP.)		4.627,15	4.586,96	4.552,48	4.524,16	4.502,45
FLUJO NETO	-198,89	43,89	45,14	46,08	47,15	204,66
VALOR ACTUAL NETO						
1) CON TASA DEL	5,00%				5,00%	122,80
2) CON TASA DEL	10,00%				10,00%	72,21
3) CON TASA DEL	15,00%				15,00%	32,41
4) CON TASA DEL	20,00%				20,00%	0,68
5) CON TASA DEL	20,12%				20,12%	0,00
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR.)						20,12%

TASA DE RENDIMIENTO POR ACCION (TRA.)		17,43%
COSTO PONDERADO DE CAPITAL		20,12%

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA 6.9 ANALISIS DE SENSIBILIDAD, CANTIDAD DE PxP.

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
ANALISIS DE SENSIBILIDAD, CANTIDAD DE PxP. MILES DE DOLARES

CONCEPTOS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
TASA INTERES	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%
MONTO CREDITO	90,4	90,4	0,0	0,0	0,0	0,0
CAPITAL SOCIAL	120,5	120,5	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL INVERSION	210,9	210,9	0,0	0,0	0,0	0,0
VENTAS EN UNIDADES (PxP.)	6.392,0	6.392,0	6.392,0	6.392,0	6.392,0	6.392,0
PRECIO (DOLARES)	0,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0
VENTAS NETAS (MILES DE USD.)	0,0	95,9	95,9	95,9	95,9	95,9
UTILIDAD NETA	-1,8	24,2	26,7	28,4	30,0	31,7
DIVIDENDOS	0,0	0,0	6,1	6,7	7,1	7,5
SALDO FINAL CAJA	22,2	54,4	68,8	83,6	99,7	117,1
CAPITAL CONTABLE	118,7	142,9	163,6	185,2	208,2	232,3
AC/PCP		1,42	1,67	1,92	2,19	3,75
AC-INV/PCP		1,14	1,39	1,65	1,92	3,35
PT/AT		0,42	0,34	0,27	0,20	0,13
UN/VN		0,22	0,24	0,26	0,27	0,29
UN/CC		0,17	0,16	0,15	0,14	0,14
UN/AT		0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
VENTAS S/CAP. INST.		0,99	0,99	0,99	0,99	0,99
VAL. ACCION (DOLARES)	98,50	118,58	135,73	153,73	172,74	192,78
RECUPERACION (AÑOS)	0,00	4,05	2,67	1,52	0,43	0,00
P.E. UNIDADES (PxP.)		4.627,29	4.481,06	4.333,55	4.184,73	4.034,61
FLUJO NETO	-199,17	48,45	47,47	46,04	44,61	198,03
VALOR ACTUAL NETO						
1) CON TASA DEL	5,00%				5,00%	121,65
2) CON TASA DEL	10,00%				10,00%	72,12
3) CON TASA DEL	15,00%				15,00%	33,08
4) CON TASA DEL	20,00%				20,00%	1,90
5) CON TASA DEL	20,34%				20,34%	0,0
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR.)						20,34%

TASA DE RENDIMIENTO POR ACCION (TRA.)		17,25%
COSTO PONDERADO DE CAPITAL		20,34%

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

6.11 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

- El punto de equilibrio en Prestaciones por Plazas para el Motel “Jardín del Este” se alcanza al vender 4.522 unidades, mismas que a un precio constante de 15 dólares generan ingresos totales para el primer año de operación equivalentes a 67.835,1 dólares. Este sería el nivel de ventas en el cual el establecimiento cubriría sus costos totales, y no generaría ningún tipo de beneficio.
- Los flujos netos del Motel “Jardín del Este” para el primer año de operación equivalen a 45.973 dólares.
- La tasa de descuento con la que se actualizarán los flujos netos del Motel “Jardín del Este”, corresponde a la tasa del costo ponderado del capital de los inversionistas, equivalente al 20,12%.
- El Valor Presente Neto de los flujos anteriormente mencionados, equivale a 6.779,6 dólares, el mismo que al ser positivo, incentiva la inversión de fondos en el proyecto que se analiza.
- La Tasa Interna de Retorno del Motel “Jardín del Este” equivale a 21,32%, la misma que al ser mayor que la tasa de descuento, incentiva la inversión de fondos en el proyecto que se analiza.
- Los inversionistas del Motel “Jardín del Este” recuperarían la inversión realizada en el proyecto sobre la base de los flujos de fondos a los 3,26 años de operación del establecimiento.

- Los inversionistas del Motel “Jardín del Este” recuperarían la inversión realizada en el proyecto sobre la base de las utilidades netas a los 4,17 años de operación del establecimiento.
- Del análisis de la relación Costo Beneficio del proyecto, se deduce que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se recuperaría un dólar adicional.
- La tasa de rendimiento de las acciones del Motel “Jardín del Este” corresponde al 18,52%.
- La utilidad de las acciones del Motel “Jardín del Este”, llevadas al año cero; es decir, traídas al valor presente, representan un monto equivalente a 127,33 dólares.
- Del análisis de sensibilidad económica, se deduce que bastaría una reducción en el precio de venta de las habitaciones del 3,82% para llevar al proyecto a su valor marginal o mínimo, punto en el cual los inversionistas solo ganarían el mínimo aceptable como costo del capital.
- Del análisis de sensibilidad económica, se deduce que bastaría una reducción en la cantidad vendida de prestaciones por plaza equivalente al 5,41% para llevar al proyecto a su valor marginal o mínimo, punto en el cual los inversionistas solo ganarían el mínimo aceptable como costo del capital invertido.

CAPÍTULO VII

7 CONSIDERACIONES FINALES

7.1 CONCLUSIONES GENERALES DEL PROYECTO

- En el Estudio de Mercado se cuantificó la demanda de alojamiento temporal en las habitaciones de un Motel por medio de prestaciones por plaza (PxP.); considerando que cada plaza (habitación) rota un promedio de 1,5 veces diarias.
- Bajo ese criterio, se determinó que existe demanda potencial insatisfecha para el servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo, cuantificada para el año 2.002 en 15.884 PxP., o su equivalente a 29 plazas; para el año 2.003, ésta equivale a 20.303 PxP., o 38 habitaciones.
- Como consecuencia de la elasticidad ingreso de la demanda, el servicio de alojamiento temporal, se encasilla dentro de los servicios de Lujo, debido a que si aumentan los ingresos de los consumidores, éstos estarán dispuestos a demandarlos sin inhibiciones y tal vez con mayor frecuencia.
- Al identificarse que por su elasticidad precio, la demanda de alojamiento es elástica, se deduce que una reducción en el precio del servicio en uno por ciento, provocaría un incremento en la cantidad demandada en 1,42 por ciento. Como consecuencia de lo mencionado anteriormente, si se deseasen incrementar los ingresos totales en el establecimiento, una estrategia de reducción de precios, sería adecuada.

- La Población Objetivo para el servicio de alojamiento temporal en las ciudades de Latacunga y Salcedo, se estima en 8.083 individuos; de los cuales el segmento más importante estaría representado por los Empleados Públicos, Empleados Privados, y los Empresarios; con edades comprendidas entre los 20 y 39 años; Casados en mayor proporción; con grados instrucción Superior y Media; ocupados plenos; es decir, que laboren como mínimo cuarenta horas a la semana, y que posean ingresos superiores a los 200 dólares.
- Se ha identificado que la oferta actual de plazas es insuficiente en cantidad; pero son sus prestaciones las que no son adecuadas a las exigencias del público; quienes preferirían que se les ofreciera en adición al servicio principal, una tina con hidromasaje, un bar con comida ligera y bebidas, y una tienda de artículos para adultos (sexy shop).
- En el estudio técnico, se concluyó que no existe norma legal, o impedimento técnico o humano alguno que imposibilite la prestación del servicio de alojamiento temporal en el Motel “Jardín del Este”.
- La localización propuesta para el establecimiento cuenta con ventajas comparativas, tales como: la inexistencia de obligatoriedad para tramitar los permisos de construcción del establecimiento ante el Municipio de Salcedo; como consecuencia de lo anterior no se pagarían los permisos de construcción ante esta entidad; otra ventaja constituye la dotación casi inmediata de todos los servicios básicos (energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, y línea telefónica); otra y muy importante es la cercanía a la Panamericana, hecho que la convierte en una posición inmejorable, al momento de decidirse la construcción del establecimiento.
- Se ha identificado que para satisfacer al 38,5% de la población objetivo porción identificada como los clientes frecuentes del servicio, el nuevo establecimiento deberá poseer 12 habitaciones, dos de las cuales estarán

dotadas de una tina con hidromasaje. Con esa capacidad instalada de plazas, el establecimiento vendería de una manera austera 6.115 prestaciones por plaza en su primer año de operación.

- Para realizar un mantenimiento adecuado de las instalaciones, el establecimiento necesitará dos camareras, una de las cuales fungirá como jefe de residencia, la otra se encargará específicamente del mantenimiento nocturno. Para brindar seguridad a los usuarios y empleados del Motel, se necesitarán dos guardias, uno de los cuales fungirá como jefe de seguridad, y el otro se desempeñará como su asistente; el jardinero, quién laborará solo dos días a la semana, desempeñará su trabajo bajo la vigilancia del jefe de seguridad. En el área de recepción se requerirán los servicios de un recepcionista quién fungirá como jefe de residencia, y otro quien sería su asistente. El área administrativa estaría compuesta por un gerente general, quien contaría con la asesoría de un contador externo.
- El servicio de alojamiento temporal en el Motel objeto del presente estudio, ha sido mejorado con relación a sus contenedores inmediatos, al proporcionar a los clientes, garajes de fácil acceso, mayor privacidad, un set de aseo pensado para él y para ella, habitaciones más limpias y ventiladas, mayor higiene al lavar todos los blancos de la habitación, dotación de secadores de cabello, la comercialización de artículos para adultos en el sexy shop, entre otras innovaciones del servicio propuesto.
- Para las tareas de viabilidad, financiamiento, construcción y posterior administración del Motel “Jardín del Este”, se sugiere la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.
- Para la construcción del Motel con la capacidad instalada establecida anteriormente, se hace necesaria la inversión en infraestructura física, instalaciones, maquinaria y herramientas, equipo de oficina, muebles de oficina, y enceres menores por un valor estimado de 180.772 dólares. En

adición a los activos fijos, se hace necesaria la inversión en gastos preoperacionales, por un monto equivalente a 6.070 dólares.

- El financiamiento más adecuado para la construcción de obra física, es la aportación de varios socios por un monto global de 120.500 dólares, capital dividido en acciones de 100 dólares cada una; con un costo ponderado del capital de 20,12%.
- El dinero restante que se necesita para afrontar las inversiones iniciales e incluso el capital de trabajo del Motel, se obtendría mediante un crédito en una institución financiera a una tasa del 17% anual, a un plazo de cinco años.
- Los costos totales por concepto de prestación del servicio en el Motel “Jardín del Este”, ascienden en su totalidad a 72.789 dólares para el primer año de operación; de los cuales 19.068 dólares son variables y 53.721 son fijos; originando un costo unitario por concepto de prestación del servicio para este establecimiento de 11,9 dólares.
- Se estima un precio con margen bruto del 21,36% sobre el costo unitario, éste corresponde a 15,1360 dólares; mientras que el precio considerando un rendimiento sobre el capital del 20,12%, se estima en 15,86 dólares. Por motivos de competencia, se fija el precio del servicio en 15 dólares para las habitaciones normales y en 20 para las suites con tina de hidromasaje.
- Los ingresos por ventas, para el primer año de operación incluyendo los ingresos por ventas de habitaciones, ventas en el sexy shop, y ventas de comida y bebidas en el bar, se estiman en 105.480 dólares; los que sirven de base para la generación de utilidades netas estimadas en 22.074 dólares.
- El capital de trabajo del Motel “Jardín del Este” financiaría el costo directo promedio de la prestación del servicio, los gastos operativos, los gastos administrativos y los gastos de ventas correspondientes a un año,

considerando los 30 días del ciclo operativo, y atendiendo al plazo de 15 días establecido para el financiamiento de efectivo.

- Del Balance General, se descubre que los activos totales del Motel para el primer año de operación suman 241.267 dólares. Los pasivos de la empresa suman 100.494 dólares de los cuales 46.438 corresponden a obligaciones de corto plazo, y 54.056 corresponden a obligaciones de plazos mayores a un año.
- El punto de equilibrio en Prestaciones por Plazas para el Motel “Jardín del Este”, se alcanza al vender 4.522 unidades, las mismas que a un precio constante de 15 dólares generan ingresos totales para el primer año de operación equivalentes a 67.835,1 dólares. Este sería el nivel de ventas en el cual el establecimiento no perdería ni ganaría.
- La suma total de los flujos netos del Motel “Jardín del Este” para los cinco años de proyección de los estados financieros, incluyendo la recuperación de la inversión y del capital de trabajo equivale a 398.491,45 dólares.
- La tasa de descuento con la que se actualizarán los flujos netos del Motel “Jardín del Este”, corresponde a la tasa del costo ponderado del capital de los inversionistas, equivalente al 20,12%.
- El Valor Actual Neto de los flujos anteriormente mencionados, equivale a 6.779,6 dólares. La Tasa Interna de Retorno del Motel “Jardín del Este” corresponde a 21,32%, la misma que al ser mayor que la tasa de descuento, ocasiona un VAN positivo, ambos aspectos apoyan el criterio de que el financiamiento de la operación del Motel es un negocio rentable y origina un buen retorno a la inversión.
- Los inversionistas del Motel “Jardín del Este” recuperarían la inversión realizada en el proyecto sobre la base de los flujos de fondos a los 3,26 años

de iniciado el negocio; y sobre la base de las utilidades netas a los 4,17 años de operación del establecimiento.

- Del análisis de la relación Costo Beneficio del proyecto, se deduce que por cada dólar que se invierta en el proyecto, se recuperaría un dólar adicional. La tasa de rendimiento de las acciones del Motel “Jardín del Este” equivale al 18,52%; la que origina que cada acción genere durante el plazo de proyección de los estados financieros (cinco años), una utilidad de 127,33 dólares.
- Del análisis de sensibilidad económica, se deduce que bastaría una reducción en el precio de venta de las habitaciones del 3,82% para llevar al proyecto a su valor marginal; de igual manera, una reducción en la cantidad vendida de prestaciones por plaza equivalente al 5,41% bastaría para llevar al proyecto a su valor marginal o mínimo, punto en el cual los inversionistas solo ganarían el mínimo aceptable como costo del capital invertido. Punto extremo del análisis, en el que aún se podría recomendar la inversión de fondos para la construcción del Motel “Jardín del Este”, debido a que al calcular el costo ponderado del capital, se incluyeron los riesgos del mercado y un retorno aceptable para los inversionistas, con lo que ellos estarían ganando por su inversión un rendimiento aún por encima del promedio del mercado.

7.2 RECOMENDACIONES

- Atendiendo a las consideraciones de la mezcla de mercadotecnia, el establecimiento por sugerencia de los potenciales usuarios se debería llamar “Jardín del Este”; y sus habitaciones deberían costar 15 dólares, para no superar a su contendor más cercado el Hostal “Castillo del Rey”.
- Para promocionar el servicio, se sugiere, que se ofrezca a los clientes: cupones de descuentos, se obsequien cocktails de bienvenida, y se entreguen tarjetas de servicio privilegiado, las mismas que pueden revertirse en descuentos especiales para los portadores de las mismas.
- Para promocionar los servicios del Motel “Jardín del Este”, se sugiere adoptar estrategias de mercadotecnia diferenciadas de acuerdo al ciclo de vida del servicio; sugiriéndose que para el primer año de operación, se adopten estrategias más intensas (pautajes en radio más frecuentes, insertos semanales en dos medios publicitarios, y entrega de 500 tarjetas VIP.); para los años posteriores, se sugiere que el establecimiento se apoye en la publicidad boca a boca, y en esfuerzos de mercadotecnia menos intensos (pautajes en radio por solo tres meses, un solo inserto mensual en un rotativo y la repartición de 100 tarjetas VIP.).
- Como anticipación al inicio de los trámites de creación del Motel, se recomienda someter la aprobación definitiva de la localización propuesta del establecimiento ante la Dirección Provincial de Salud de Cotopaxi.
- Las instalaciones deberán acoger las recomendaciones técnicas del Ministerio de Turismo, con el propósito de asegurar la primera categoría para las prestaciones del establecimiento.

- Para la administración del Motel “Jardín del Este”, se recomienda la constitución de una compañía de Responsabilidad Limitada, debido a que ésta acepta un número adecuado y no excesivo de socios; adicionalmente, las participaciones no son transferibles si no tienen el consenso de la mayoría, lo que ayudaría a mantener el control de la empresa en el seno de los socios que la constituyan.
- Debido a la existencia de determinados procedimientos y normas esenciales que deben tramitarse ante diversas instancias, como por ejemplo, el trámite de los respectivos permisos de funcionamiento; los que poseen plazos de realización diferentes; al momento de decidirse la constitución de la compañía, se recomienda realizar todo este tipo de trámites con meses de antelación a la fecha prevista de inauguración del Motel, para evitar desfases o retardos en la operación del establecimiento, hecho que sólo irrogaría pérdidas a la compañía.
- Para conseguir que todos los miembros de la empresa cumplan con las metas , estrategias y objetivos de la empresa; y para que exista siempre un control por parte de un superior de las actividades de los subordinados; logrando así una eficiente administración del Motel, se recomienda una estructura administrativa de tipo lineal, en la cual la delegación de autoridad y el poder, fluyan de manera vertical, y que debido a su rigidez, sea improbable que se originen desviaciones de los objetivos que se persigan.
- Para evitar el descuido de las prestaciones del establecimiento, o la desmejora en la limpieza de las instalaciones, se recomienda la elaboración de manuales operativos, con el propósito de que cada uno de los encargados de las áreas de ejecución conozca que debe hacer y como hacerlo, incluso, conozcan como dirigirse a los clientes, y que decirles, todo para mantener impecable la imagen del servicio.

- Sería ventajoso para la empresa, el contar con personal motivado y altamente capacitado especialmente en el área de atención al cliente, también se recomienda recordar y revisar continuamente con los colaboradores de la empresa todas y cada una de las estrategias, políticas, objetivos, misión y visión de la empresa.

Las siguientes recomendaciones han sido formuladas por el codirector del presente proyecto el Ing. Marco Acurio, y tienen como propósito reducir el monto de la inversión inicial, como medio más viable para mejorar los indicadores de la rentabilidad del proyecto, tales como las utilidades netas, el VAN, la TIR, el periodo de recuperación de la inversión, y las razones financieras, entre otros; para proporcionar a los inversionistas un mejor retorno a su inversión.

- A efectos de poder reducir los costos en infraestructura física del establecimiento, se podría optar una estructura metálica, que sirva de soporte a las paredes y al techo prefabricado tipo Eternit del Motel; como consecuencia de lo anterior, las habitaciones debería poseer un tumbado de cielo raso; todo para suplantar a la estructura de columnas, vigas, y loza de hormigón armado que se propone en el estudio técnico.
- Otra opción para reducir el monto inicial de la inversión en infraestructura física, sería aquella de iniciar la operación del establecimiento por fases; es decir, se podrían concluir sólo la mitad de las habitaciones, las áreas administrativas y de servicios; postergando la terminación del resto de habitaciones para cuando las utilidades generadas por la operación del establecimiento así lo permitan.

7.3 GLOSARIO

Acción ordinaria. Título que representa la participación de una persona o sociedad en una empresa, tanto las acciones ordinarias como las preferentes otorgan derechos de propiedad. Las segundas normalmente se limitan a la percepción de un dividendo fijo, pero tienen prioridad respecto al cobro de dividendos, y en caso de liquidación, sobre los activos.

Acreedor. Persona física o jurídica a la que le asiste el derecho a exigir el cumplimiento de una obligación.

Acta. Documento que recoge el desarrollo de una reunión, y especialmente los acuerdos tomados en ella.

Activo. Es el conjunto de bienes, valores y créditos con que cuenta una empresa.

Activo Fijo. El de ciclo largo destinado a la actividad productiva más que a la reventa. Incluye la planta, el equipo y el activo intangible.

Activo Intangible. El que no posee sustancia o forma física. Su valor para el comprador reside en el uso que puede hacer de ellos.

Ahorro. Parte del ingreso que no se destina al consumo.

1. Para el consumidor, parte del ingreso personal que no se destina al consumo.
2. Para los accionistas la no distribución de utilidades.
3. Para el gobierno, la reducción del gasto público.

Amortización. 1. Financiera, Sistema de liquidar una obligación futura de forma paulatina.

2. Disminución del valor en libros de un activo intangible, con el propósito de recuperar la inversión efectuada en su adquisición.

Alojamiento Temporal. O alojamiento transitorio, defínase a la condición de huésped temporal y no residente de un establecimiento hotelero.

Balance. Documento contable en el que se asientan los activos y pasivos de una empresa y que revela la riqueza neta en un momento determinado del tiempo.

Banca Comercial. Se integra por las instituciones que operan con los depósitos que el público les confía, otorgando créditos a corto plazo.

Capital. Este término abarca las deudas a largo plazo más el valor de las acciones de la empresa.

Capital Social. Capital aportado por los accionistas para constituir el patrimonio social que les otorga sus derechos sociales.

Capitalización. Operación mercantil de inversión de fondos, acumulación de intereses o utilidades, con vista a la formación de un capital. Creación de capitales.

Cartera. Palabra para indicar el conjunto de documentos y valores que figuran en el activo de una investigación, un banco o una empresa y que constituye sus reservas realizables.

Competencia perfecta. Es una de las formas de mercado con las siguientes características:

1. Oferentes y demandantes tendrán conocimiento de las condiciones actuales tanto de la oferta, como de la demanda.
2. Conocerán igualmente las modificaciones que sufrirán estas en el futuro, de tal modo que al trazar sus planes de consumo o de producción lo harán sin la menor incertidumbre.
3. Carencia absoluta de fricciones en el mercado o sea, de obstáculos técnicos o institucionales que se opongan a la movilidad y fluidez de los factores productivos, así como a la libre determinación de la conducta de vendedores y compradores, para que se haga sin dilación sin el ajuste de la oferta y la demanda a los cambios y experimente la situación del mercado. El precio de equilibrio se establece de manera inmediata.

Consumo. La satisfacción de las necesidades humanas, resultando ser el último grado del proceso económico. El consumo depende del nivel de ingresos y la propensión al consumo.

Costo. En términos económicos es el valor de los medios o factores de producción del producto que se hubiera podido conseguir al emplear tales factores en el uso inmediatamente inferior y alternativo. Se pueden clasificar a los costos en:

1. Según su naturaleza en fijos y variables.
2. Según su cuantía y modo de reparto: Total, medio, marginal.

Costos fijos. Son aquellos que no dependen del volumen de la producción.

Costo medio. También conocido como costo unitario, costo incurrido en término medio de unidad producida, es el resultado de comprar o dividir el costo total por la cantidad producida.

Costo total. Es la suma de los costos fijos y los costos variables. El total de gastos de una empresa.

Costo variable. Varía según la producción porque dependen de ella, aumentan a medida que la producción aumenta, no son iguales para los distintos niveles de la producción.

Costo de la vida. Se entiende a todos los gastos mínimos o indispensables para el sostenimiento de un hogar promedio incluyéndose en ellos: la alimentación, el vestido, la habitación y los gastos generales, entre éstos un mínimo para la recreación.

Demanda, ley de la. Al permanecer variables las demás condiciones, la cantidad demandada varía, en sentido inverso a los precios. A un aumento de los precios, una disminución de la demanda. A una disminución de los precios, un aumento de la demanda. Esta ley traducida en gráfica de coordenadas, presenta una inclinación negativa y también convexa con respecto a los ejes.

Depreciación. Disminución del precio o estimación de un bien de capital.

Depreciación Acumulada. Cantidad recogida por las provisiones por depreciación, y que se contrapesa con el valor de los activos fijos de una empresa.

Depreciación Directa. Método más simple de cálculo de la depreciación, en el que el coste del capital físico se amortiza en cantidades uniformes de modo periódico durante la vida prevista del activo.

Desembolso. Cualquier salida de efectivo por gasto.

Desviación Estándar. Raíz cuadrada de la media aritmética de los cuadrados de las desviaciones respecto a la media de la serie de observaciones.

Deuda a corto plazo. Obligación que vence antes de un año.

Deuda a largo plazo. Deudas que siguen en vigencia un año después de que se firmara el acuerdo.

Dinero. Sinónimo de moneda considerado como medio de cambio, medida de valor, expresión de precios y del medio circulante que facilita el intercambio.

Dividendo. Parte del beneficio neto de una sociedad oficialmente declarado por el consejo de administración para ser distribuido entre los accionistas.

Dividendo acumulado. El no pagado en su momento. Se espera que lo sea en un momento posterior, constituyendo una deuda de la empresa hasta el momento de su pago.

Elasticidad de la demanda. Se define el coeficiente elasticidad como el cociente de la variación relativa de las cantidades sobre la variación relativa del ingreso (elasticidad ingreso), o del precio (elasticidad precio).

Encuesta de campo. Encuesta sobre las actitudes, opiniones y sentimientos de los individuos en la que los datos se recogen en el mismo lugar en que se localiza la muestra.

Entrevista Semiestructurada. Aquella en la cual ciertas preguntas ya definidas cierran el tema tratado.

Error de muestreo. Se produce cuando la muestra utilizada no es representativa de la población que se pretendía representar.

Estadística. Matemática de los datos agrupados y los métodos utilizados para describir y analizar la información numérica.

Estimación. Conjetura sobre el efecto futuro de ciertas condiciones actuales sobre una organización.

Estimación puntual Un solo número que se utiliza para estimar un parámetro de población.

Franquicia. Privilegio otorgado a un comerciante para la distribución y venta de los productos de un fabricante.

Frecuencia. Número de casos dentro de una clase o cualquier otra subdivisión de un grupo.

Gasto. Coste de un recurso usado para crear un ingreso. El gasto es la cantidad en la cuenta de pérdidas y ganancias como una deducción de los ingresos.

Impuesto. Es la aportación compulsiva que los particulares hacen al poder público, sin especificación concreta de las contraprestaciones que deberán recibir. El conjunto de impuestos constituye el sistema impositivo.

Índice de precios. Medida que refleja los cambios en el nivel medio de precios.

Inflación. Cuando existe exceso de numerario o de poder adquisitivo en mano de los consumidores en relación con la oferta de mercancías.

Ingreso total. Proviene de multiplicar las cantidades vendidas por el precio medio de cada unidad. El precio medio es igual al ingreso medio.

Interés. Es el precio de uso del dinero en el tiempo, y está determinado por la oferta y la demanda de capitales.

IPCU. Avb. Índice de precios al consumidor urbano. Es un indicador que mide la evolución de los precios correspondientes al conjunto de artículos que conforman la Canasta Familiar de los hogares del área urbana del país.

Margen Bruto. Ratio del beneficio de operación sobre las ventas netas.

Mercado. En términos económicos es el área ideal donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda determinando la fijación de precios.

Muestra aleatoria. Número limitado de observaciones escogidas al azar de un todo agregado sobre un suceso. En este tipo de muestreo, toda unidad de la población tiene la misma oportunidad de ser escogida que el resto de unidades.

Necesidad. Carencia de un elemento. Las características de las necesidades son:

1. Ilimitadas en número, y teniendo en cuenta su intensidad.
2. Las necesidades, con todo, reclaman un lapso de tiempo para generalizarse.
3. Pueden ser variables y competitivas, por lo mismo, entre sí.

Nivel de confiabilidad Probabilidad que los estadísticos asocian con una estimación de un parámetro de población, ésta indica que tan seguros están de que la estimación incluirá al parámetro de la población.

- Nivel de error** Probabilidad que los estadísticos asocian con una estimación de un parámetro de población, ésta indica que tan seguros están de que la estimación no incluirá al parámetro de la población.
- Observación Directa** Actividad que se asocia con el trabajo de campo y consiste en la recolección de información de la propia fuente.
- Oferta.** Es la expresión de la actividad de los vendedores, es decir, qué cantidades están dispuestos a vender a un determinado precio. Su representación gráfica en el sistema de ejes coordenados tiene una inclinación positiva, y va subiendo de izquierda a derecha.
- Oferta ley general de.** Por regla general, y mientras todas las demás cosas permanecen iguales, las cantidades que se ofrecen son una función creciente de sus precios.
- Ocupación.** Palabra que se emplea para designar a los empleos, oficios y trabajos permanentes que enrolan a la masa productora de un país.
- Pasivo circulante.** Parte del pasivo que vence antes de un año. Incluye proveedores, hacienda pública, seguridad social y acreedores bancarios o varios a corto plazo.
- Pasivos a largo plazo.** Deudas y otra clase de obligaciones que no se pagarán en el plazo de un año o dentro del ciclo de operaciones habitual.
- Poder de compra.** Es la potencialidad que posee la moneda de cambiarse por cualquier otro bien.
- Población Ocupada** Población en edad de trabajar, que como mínimo laboren una hora a la semana.
- Población Ocupada Plena** Población empleada que posee como mínimo cuarenta horas de trabajo remuneradas a la semana.
- Precios.** Es la unidad de cuenta por la que se cambia una mercancía o un bien.
- Prestaciones por plaza.** Medida de la rotación de las plazas de un motel establecida por, ocupación mínima de dos veces diarias por cada plaza, y al 75% de empleo de la capacidad instalada total del establecimiento.
- P.U.** Avb. Población urbana.
- P.U.M.** Avb. Población urbana masculina.
- P.U.M.O.** Avb. Población urbana masculina ocupada.

PxP. Avb. Prestaciones por Plaza.

Rendimiento esperado. La tasa de rendimiento previsto sobre la inversión total expresada en porcentaje.

Renta. En términos generales, se considera renta a todo ingreso regular y constante producido por una inversión, un trabajo, un derecho, un privilegio.

Riesgo. Contingencia o posibilidad de sufrir daños o quebrantos. Los tratadistas económicos han fundado las fluctuaciones de las tasas de interés del capital, y el mayor o menor beneficio, en el riesgo o peligro a que se someterían las inversiones.

Salario. Toda remuneración que percibe un trabajador por una actividad productiva.

Sector Terciario. Que encuentra todos los servicios: Oficina, comercio y transporte, etc.

Sexy Shop. Término angloamericano que describe a las tiendas especializadas en artículos solo para adultos.

Superávit. Es lo que excede en el haber, después de satisfechas todas las obligaciones o sea, el exceso de los ingresos sobre los gastos.

Tasa de interés. Porcentaje de intereses a pagar por un préstamo.

Tasa de mercado. Interés de mercado cargado a una firma por préstamo de capital.

Tercerización. Proceso de subcontratación de servicios que podrían realizarse por cuenta de la misma empresa.

Utilidad. Es la aptitud que presenta un bien para satisfacer las necesidades humanas. En términos contables es la diferencia entre las ventas y los costos totales.

Valor Actual. Valor descontado de cierta suma adeudada y pagadera en una fecha específica a futuro.

Variable dependiente. Variable cuyos cambios dependen de las variaciones en una o más variables independientes.

Variable independiente. Variable cuyas variaciones no se consideran dependientes de otras.

7.4 BIBIOGRAFÍA

- Victoria Eugenia Erossa Martín, PROYECTOS DE INVERSIÓN E INGENIERÍA, Editorial Noriega, México 1.995.
- Baca Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México.
- Nassir Sapag Chain, CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, México.
- Jean-Jacques Lambin, MARKETING ESTRATÉGICO, Editorial MacGraw-Hill, España, 1.995.
- Berenson, Levine, ESTADÍSTICA BÁSICA EN ADMINISTRACIÓN, Ed. Prentice Hall, 1.996, México.
- Levin, Rubin, ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRADORES, Ed. Prentice-Hall, México.
- Cristián Larroulet, Francisco Mochón, ECONOMÍA, Ed. McGraw-Hill, España, 1.995.
- Gerald W Lattin, ADMINISTRACIÓN MODERNA DE HOTELES Y MOTELES, Editorial Trillas, México 1.975
- William Scholz, ADMINISTRACIÓN LUCRATIVA DE HOTELES Y MOTELES, México 1.980.
- Mariana Montalvo G, INTRODUCCIÓN AL MUNDO DEL MERCADO DE CAPITALES TOMO II , Ed. Imprima, Ecuador.
- Inec, PROYECCIONES DEL CENSO DE 1.990, Quito, Ecuador.
- Inec, PRELIMINARES DEL CENSO DE POBLACIÓN DEL 2.001, Quito, Ecuador.
- Inec, BALANCE MENSUAL DEL PRESUPUESTO FAMILIAR DE LOS HOGARES URBANOS, Quito Ecuador.
- Inec, ENCUESTA ANUAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO, Quito, Ecuador.

- Inec, BOLETÍN DEL IPCU, Generalidades y metodología, Quito, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, REGLAMENTO HOTELERO DEL ECUADOR, Quito, 1.978
- Ministerio de Turismo, CATASTRO OFICIAL DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DEL ECUADOR, Quito, Ecuador.
- Ministerio de Salud del Ecuador, MANUAL DE APLICACIÓN AL REGLAMENTO SUSTITUTIVO DE TASAS POR CONTROL SANITARIO, PERMISO DE FUNCIONAMIENTO, Quito, Ecuador.
- Superintendencia de Compañías, LEY DE COMPAÑÍAS, Resolución No. 01.QDSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2.001), Resolución No. 02.QDSC.006 (R.O. 566 de 30 abril del 2.002), Quito.
- Superintendencia de Compañías, INSTRUCTIVO PARA LA CONSTITUCIÓN AUMENTO DE CAPITAL Y MÁS ACTOS SOCIETARIOS DE LAS COMPAÑÍAS MERCANTILES SOMETIDAS A CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, abril del 2.002, Quito.
- J. M. Rosenberg, DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, Ed. Océano Centrum, Barcelona España, 1.996.

ANEXO No. 1

CUADRO A1 CIUDADES CONSIDERADAS AL ANALIZAR EL IPCU

COSTA	SIERRA
ESMERALDAS	AMBATO
GUAYAQUIL	CUENCA
MACHALA	LATACUNGA
MANTA	LOJA
PORTOVIEJO	QUITO
QUEVEDO	RIOBAMBA

FUENTE: INEC, Índice de precios al consumidor del área Urbana IPCU
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán B.

ANEXO No. 2

CUADRO A2 AGRUPACIONES DE LOS COMPONENTES DE LA CANASTA FAMILIAR

Agrupaciones	No.de artículos
Alimentos, bebidas y tabaco	77
Vestido y calzado	37
Alquiler, agua, electricidad, gas y otros	4
Muebles, equipamiento y mantenimiento de la vivienda	29
Salud	4
Transporte	8
Esparcimiento y cultura	11
Educación	8
Hoteles, cafeterías y restaurantes	5
Bienes y servicios misceláneos	14

FUENTE: INEC, Índice de precios al consumidor del área Urbana IPCU
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán B.

ANEXO No. 3

CUADRO A3 GRUPOS Y SUBGRUPOS QUE COMPONEN LA CANASTA FAMILIAR

Agrupaciones	Grupos	Subgrupos
Alimentos, bebidas y tabaco	Alimentos	Pan y cereales; Carnes
		Pescados y mariscos Leche, queso y huevos
		Aceites y grasas; Frutas
		Verduras, legumbres y tubérculos; Azúcar, mermelada, miel y bombones
	Bebidas	Sal, especias, salsas y otros productos alimenticios n.c.p; Café y chocolate;
		Bebidas no alcohólicas; Bebidas alcohólicas.
	Tabaco	Tabaco
Vestido y calzado	Vestido	Materiales y confección de ropa Prendas de vestir para hombre;
		Prendas de vestir para niño; Prendas de vestir para mujer;
		Prendas de vestir para niña; Prendas de vestir para bebe;
	Calzado	Zapatos para hombre y niño; Zapatos para mujer y niña;
		Limpieza y reparación de calzado.
Alquiler, agua, electricidad Gas y otros combustibles.	Rentas Abastecimiento de agua	Alquiler Abastecimiento de agua
	Electricidad, gas y otros combustibles	Muebles Artículos textiles del hogar
	Muebles y decoraciones Textiles del hogar	Artefactos del hogar Cristalería, vajilla y utensilios domésticos
Muebles, equipamiento de la vivienda	Artefactos del hogar Artículos del hogar	Artículos domésticos no duraderos Servicios para mantenimiento del hogar
Agrupaciones	Grupos	Subgrupos
	Artefactos del hogar Artículos del hogar	Artefactos del hogar Cristalería, vajilla y utensilios domésticos
	Bienes, y servicios para el mantenimiento mobiliario del hogar	Artículos domésticos no duraderos Servicios para el mantenimiento del hogar
Salud	Productos farmacéuticas y aplicaciones terapéuticas;	Preparaciones farmacéuticas
		Medicinas

		Aplicaciones terapéuticas
	Servicios médicos	Atención médica Análisis médicos
Transporte	Compra de vehículos	Vehículos y diversos
	Equipos para transporte	Repuestos, partes y accesorios Combustibles y lubricantes
	Servicios de transporte	Transporte de pasajeros por carretera
	Equipos y accesorios	Equipos de sonido y televisión Equipos de procesamiento de datos
Esparcimiento y cultura	Servicios de recreación y cultura	Juegos, juguetes, equipos para deporte y recreación Servicios de recreación
	Periódicos, libros y revistas	Otros servicios de recreación y cultura Periódicos y revistas
Educación	Servicios educacionales	Educación pre-primaria y primaria
		Educación secundaria Educación superior
	Material educativo	Material educativo Utiles y textos escolares
Hoteles, cafeterías y restaurantes	Servicio de comida y bebida	Restaurantes
	Servicio de alojamiento	Bares Alojamiento
Bienes y servicios misceláneos	Cuidado personal	Servicios para el cuidado personal
	Comunicaciones	Artículos para el cuidado personal Servicios postales
		Servicios telefónicos y de telégrafos

FUENTE: INEC, Índice de precios al consumidor del área Urbana IPCU

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán B.

ANEXO No. 4

Calculo de Variaciones Porcentuales de los Indices (INFLACION)

La variación porcentual $\Delta I_{t,t'}$, de un índice cualesquiera en un período t , con respecto a su correspondiente en período anterior t' , se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$\Delta I_{t,t'} = [(I_t - I_{t'}) / I_{t'}] * 100$$

O con la fórmula equivalente:

$$\Delta I_{t,t'} = [(I_t - I_{t'}) - 1] * 100$$

Donde:

$\Delta I_{t,t'}$ = Variación porcentual del índice entre los períodos t y t' , con t posterior a t'

I_t = Índice del artículo, subgrupo, grupo, ciudad, región natural o país en el período t .

$I_{t'}$ = Índice del artículo, subgrupo, grupo, ciudad, región natural, país en el período t' .

ANEXO No. 5

TABLA A.1 INDICE DEL RUBRO ALOJAMIENTO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

AÑO	INDICE	% VARIACIÓN DEL INDICE
1996	215,00	21,100
1997	245,90	14,372
1998	269,70	9,679
1999	493,30	82,907
2000	1.194,60	142,165
2001	1.269,30	6,253

FUENTE: INEC, Boletín del IPCU Índice de Precios al Consumidor Urbano

ANEXO No. 6

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

La fórmula empleada es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{K^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

Z = nivel de confiabilidad (95% = 1,96 desviaciones estándares normalizadas)

K = margen de error (10% = 0,1)

p = porción de ocurrencia (50% = 0,5)

q = porción de no ocurrencia (50% = 0,5)

N = universo o población

n = muestra aleatoria simple

Para nuestro caso específico tenemos:

Z = 95% = 1,96 desviaciones estándares normalizadas

K = 10% = 0,1

p = 50% = 0,5

q = 50% = 0,5

N = 8.083 individuos

Reemplazando estos datos en la fórmula anterior tenemos:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (8.083) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2 \cdot (8.083-1) + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 94,92 \text{ individuos}$$

ANEXO No. 7

CUESTIONARIO DE PRUEBA DE LA ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene por objeto recabar información que servirá para diseñar un eficiente servicio de alojamiento en un Motel de primera clase, mejorado y ajustado a sus gustos; cuyas habitaciones se ajusten a estándares de calidad, atención y aseo a niveles internacionales. Le rogamos, contestar a las preguntas, con la más absoluta sinceridad. Le recordamos que toda la información, que Ud., gentilmente nos proporcione, tendrá el trato de absoluta confidencialidad, debido a la calidad de anónima de la misma durante todo el proceso de investigación. (marque con una X sólo un casillero por cada pregunta).

1. Seleccione el grupo de edad en años al que pertenece

20 – 34 35 – 49 50 - 64 + de 65

2. Indique su estado familiar actual

Soltero Casado Divorciado Viudo Unión Libre

3. Señale el grado de educación que Ud., ha alcanzado

Primaria Media Superior Postgrado

4. Especifique su ocupación actual

Artesano	<input type="checkbox"/>	Operador	<input type="checkbox"/>	Agricultor	<input type="checkbox"/>
Asalariado	<input type="checkbox"/>	Burócrata	<input type="checkbox"/>	Funcionario	<input type="checkbox"/>
Directivo	<input type="checkbox"/>	Empresario	<input type="checkbox"/>	Docente	<input type="checkbox"/>

5. Señale dentro de que rango se encuentra ubicado su nivel de ingresos mensuales (en dólares)

Menos de 200 **De 200 a 300** **De 300 a 400**
De 400 a 500 **De 500 a 600** **Más de 600**

6. Cuál de las siguientes afirmaciones definiría mejor su estilo de vida

Gusta de fiestas, diversiones, vestir a la moda, e ir al cine
Se divierte en familia, es respetuoso de las normas y no le preocupan las apariencias
Es exhibicionista, muy preocupado por las apariencias externas
Es sentimental, romántico, hogareño, que busca el progreso y una vida adecuada.
Le gustan los deportes en equipo, busca grupos pequeños que le brinden seguridad
Gusta de la lectura, el estudio y la superación constante.

7. Como definiría el perfil de su personalidad

Compulsiva Sociable Autoritaria Ambiciosa

8. Como usuario del servicio de alojamiento en un Motel, como se consideraría

No Usuario Ex Usuario Usuario Potencial
Usuario Primerizo Usuario Regular

9. Si es Usuario del servicio de alojamiento, con qué frecuencia solicita habitaciones en un Motel

- Semanal Quincenal Mensual Otra _____
- 10. En qué lugar ha visto u oído publicidad de un Motel**
- Revistas Radio Periódicos Televisión
Hojas volantes Pancartas Ninguno Baños públicos
- 11. Qué tipo de ofertas le impulsarían a demandar con mayor frecuencia una habitación en un Motel?.**
- Tarjetas de Membresía VIP Cupones de Descuento
Pago diferido con tarjetas de crédito Regalos
Proyección gratuita de películas Servicios adicionales descontados
- 12. Qué le motivaría al momento de solicitar una habitación en un Motel**
- El aseo de la habitación La privacidad
La elegancia de las instalaciones La discreción
El precio de la habitación La amabilidad de los empleados
- 13. Que tipo de iluminación preferiría para crear un ambiente íntimo y placentero en la habitación de un Motel?**

- 14. Que tipo de colores en las paredes de la habitación preferiría para crear un ambiente más íntimo?**
- Claros Fuertes Blanco
Claros y fuertes Blancos y Fuertes Blancos y claros
- 15. Considera que el techo o las paredes deban poseer espejos grandes?.**
- Techo sí, paredes no Paredes sí, techo no Ni paredes ni techo
Ambos sí
- 16. Qué tipo de música le parece el más apropiado para disfrutar en la intimidad**
- Romántica Folclórica Clásica Merengue
Rock suave Pop Disco Salsa
- 17. Que programación le gustaría observar en la televisión de la habitación**
- TV por Cable Películas Ninguna
- 18. Cuál es el precio que ha pagado (EN DÓLARES) por una habitación en otro Motel y cuanto estaría dispuesto a pagar por una Habitación nueva, donde los aspectos anteriores, tienen la máxima atención, lográndose su total satisfacción.**
- Otro Motel _____ Nuevo MOTEL _____
- 19. Además de habitaciones de primera clase con adecuado mantenimiento, música ambiental a selección, proyección de películas y televisión por cable, indique que servicios adicionales le gustaría encontrar en un nuevo MOTEL.**
- Hidromasaje en la habitación Sauna en la habitación
Turco en la habitación Bar con Coktails, y comida ligera
- 20. En adición al costo normal de la habitación, cuánto estaría dispuesto a gastar en dólares en los servicios adicionales que ha señalado?.**

Menos de 5 De 5 a 10 De 10 a 15
 De 15 a 20 De 20 a 25 Más de 25

21. Le gustaría encontrar en el MOTEL un SEXY SHOP ó bazar de artículos para adultos. Estaría Ud., interesado en adquirir productos como ropa interior, revistas, videos, tabletas tipo Male Power; entre otros productos destinados al público adulto?.

Si. No.

22. Si respondió que sí en la pregunta anterior, díganos, cuánto estaría dispuesto a gastar en dólares en esa clase de artículos.?

Menos de 5 De 5 a 10 De 10 a 15
 De 15 a 20 De 20 a 25 Más de 25

23. Si se construye este MOTEL que reúne todo aquello que Ud., desea, junto con un servicio de primera categoría, cuál de los siguientes nombres propuestos, le parece el más apropiado?

Supremo Jardín del Est. Reggio
 Vía Nova Imperial Mo...no

24. Luego de las consideraciones anteriores, demandaría en el futuro los servicios del Nuevo Motel si éste se construye?

Si. No.

25. El gráfico que sigue proporciona la ubicación propuesta del nuevo MOTEL, luego de mirarlo con detenimiento, responda a las siguientes preguntas:



Le parece alejado de su ciudad?

Cree que podría ser un lugar discreto?

Cree que podrá necesitar vías de acceso secundarias?

El flujo de vehículos podría interferir con su ingreso o salida?.

Cree que necesite mayor rotulación para encontrarlo?.

Cree que necesite mayor señalización al acceso?

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN

Si No
 Si No
 Si No
 Si No
 Si No
 Si No

ANEXO No. 8

CUESTIONARIO DEFINITIVO DE LA ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene por objeto recabar información que servirá para diseñar un eficiente servicio de alojamiento en un Motel de primera clase, con habitaciones adecuadas a normas de calidad, atención y aseo a niveles internacionales. Le rogamos, contestar a las preguntas, con la más absoluta sinceridad, le recordamos que toda la información, que Ud., gentilmente nos proporcione, tendrá el trato de absoluta confidencialidad, debido a la calidad de anónima de la misma durante todo el proceso de investigación.

Si usted no es usuario del servicio, responda a las preguntas, tratando de definir un servicio ideal que le agradaría. Por favor al responder, primero lea todos los ítems propuestos, señale aquel con el que más se identifique, y marque con una X el casillero que le corresponda.

5. Seleccione el grupo de edad en años al que pertenece

20 – 29 30 – 39 40 - 49 50 - 59 + de 60

6. Indique su estado familiar actual

Soltero Casado Divorciado Viudo Unión Libre

7. Señale el grado de educación que Ud., ha alcanzado

Primaria Media Superior Postgrado

8. Especifique su ocupación actual

Artesano Agricultor Médico
Empresario Empleado Público Empleado Privado
Chofer Abogado Docente

5. Señale dentro de que rango se encuentra ubicado su nivel de ingresos mensuales (en dólares)

Menos de 200 De 200 a 300 De 300 a 400
De 400 a 500 De 500 a 600 Más de 600

6. Cuál de las siguientes afirmaciones definiría mejor su estilo de vida

Gusta de fiestas, diversiones, vestir a la moda, e ir al cine
Se divierte en familia, es respetuoso de las normas y no le preocupan las apariencias
Es exhibicionista, muy preocupado por las apariencias externas
Es sentimental, romántico, hogareño, que busca el progreso y una vida adecuada.
Le gustan los deportes en equipo, busca grupos pequeños que le brinden seguridad
Gusta de la lectura, el estudio y la superación constante.

7. Como definiría el perfil de su personalidad

Compulsiva Sociable Autoritaria Ambiciosa

8. Qué día de la semana, es aquel que usualmente destina para tener intimidad con su pareja?

Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes
Sábado Domingo

9. Que tipo de colores en las paredes de la habitación, considera Ud., que crearían un ambiente más íntimo y evocador?

Claros Fuertes Blanco
Claros y fuertes Blancos y Fuertes Blancos y claros

10. Considera Ud., que el techo o las paredes de la habitación deban poseer grandes espejos, para ayudarlo a llenar el ambiente de erotismo?.

- Techo sí, paredes no Paredes sí, techo no Ni paredes ni techo
Ambos sí
11. **Considera Ud., que la presencia de ventanas en la habitación, aún si poseen cortinas, le restarían privacidad e intimidad a la habitación?**
- Sí No
12. **Que tipo de iluminación en la habitación, considera Ud., que crearía un ambiente más propicio para la intimidad y el disfrute?**
- Normal Luz Tenue Luz de velas Luz de neón
Luz de colores Otra _____
13. **Considera importante controlar la temperatura y ventilación de la habitación, para disfrutar mejor de aquellos momentos con su pareja?.**
- Sí No
14. **Qué programación le gustaría observar en la televisión de la habitación?.**
- T.V por cable Películas por catálogo Ninguna
15. **Qué tipo de música le parece el más apropiado para disfrutar en la intimidad?.**
- Romántica Folclórica Clásica Merengue
Rock suave Pop Disco Salsa
16. **Disfrutaría más de esos momentos, si en su habitación, Ud., tiene a su disposición:**
- Una tina con Hidromasaje Un baño Sauna
Un baño Turco Un Bar con Coktails, y comida ligera.
17. **Si debería pagar por obtener ese servicio adicional que ha señalado anteriormente, cuánto estaría dispuesto a gastar en dólares?.**
- Menos de 5 De 5 a 10 De 10 a 15
De 15 a 20 De 20 a 25 Más de 25
18. **Ha visto u oído publicidad de un Motel antes?, por favor indique el medio**
- Revistas Radio Periódicos Televisión
Hojas volantes Pancartas Baños públicos Ninguno
19. **Frente al servicio de alojamiento en un Motel, Ud., como se considera?.**
- No Usuario Ex Usuario Usuario Potencial
Usuario Primerizo Usuario Regular
20. **Si es Usuario del servicio de alojamiento, con qué frecuencia solicita habitaciones en un Motel**
- Semanal Quincenal Mensual Otra _____
21. **Si Ud., es usuario, qué le motiva al momento de solicitar una habitación en un Motel**
- El aseo de la habitación La privacidad
La elegancia de las instalaciones La discreción
Un precio cómodo La amabilidad de los empleados
22. **Qué tipo de ofertas Ud., considera le impulsarían a solicitar una habitación en un Motel, aún si no lo ha hecho anteriormente?.**
- Tarjetas VIP de servicio privilegiado Cupones de Descuento

Pago diferido con tarjetas de crédito Servicios adicionales con descuento
 Coktail gratis Otros

23. **Le gustaría que en el MOTEL, Ud., tenga la posibilidad de adquirir con la ayuda de un catálogo productos como ropa interior especial, revistas, videos, tabletas tipo Male Power; entre otros productos destinados al público adulto?.**

Si. No.

24. **Si respondió que sí en la pregunta anterior, díganos, cuánto estaría dispuesto a gastar en dólares en esa clase de artículos?.**

Menos de 5 De 5 a 10 De 10 a 15
 De 15 a 20 De 20 a 25 Más de 25

25. **Luego de las consideraciones anteriores, solicitaría en el futuro los servicios del Nuevo Motel si éste se construye?**

Si. No.

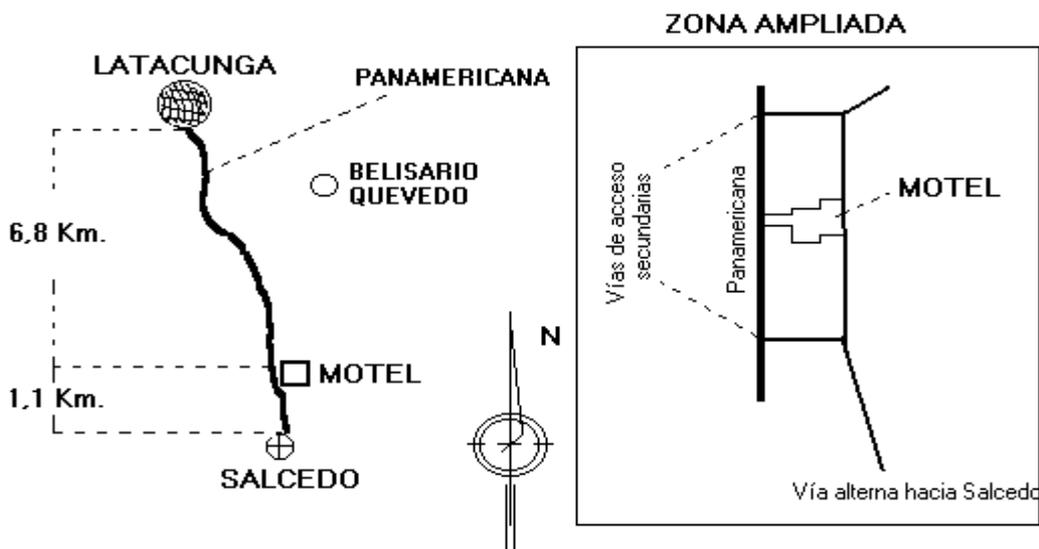
26. **Si respondió que sí a la pregunta anterior, cuanto estaría dispuesto a pagar por la Habitación en el nuevo Motel?.**

Precio _____

27. **Si se construye este MOTEL que reúne todo aquello que Ud., desea, junto con un servicio de primera categoría, cuál de los siguientes nombres propuestos, le parece el más apropiado?**

Supremo Jardín del Este Reggio
 Vía Nova Imperial Moderno

28. **El gráfico que sigue proporciona la ubicación propuesta del nuevo MOTEL, luego de mirarlo con detenimiento, responda a las siguientes preguntas:**



Considera que el Motel se encuentra alejado de su ciudad?.

Sí No

Cree que el acceso directo por la Panamericana podría ser discreto?.

Sí No

Cree que sería mejor acceder por vías secundarias?

Sí No

El flujo de vehículos de la Panamericana interfería con su ingreso o salida?.

Sí No

Considera que se necesite un gran rótulo para encontrar el Motel?.

Sí No

Cree que las vías de acceso deban estar muy bien señalizadas?

Sí No

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN

ANEXO No. 9

TABLA A2

GUÍA DE TABULACIÓN

Número de Pregunta	Número de la variable	Columna de SPSS	Formato	Nombre de la variable	Definiciones de categorías
0	1	Encuesta	numeric	Encuesta	Numero de instrumento del 1 al 95
1	2	Edad	String	Edad	1= 20 - 29 años 2= 30 - 39 años 3= 40 - 49 años 4= 50 - 59 años 5= más de 60 años
2	3	Estado	String	Estado	1= Soltero 2= Casado 3= Divorciado 4= Viudo 5= Unión Libre
3	4	Educación	String	Educación	1= Primaria 2= Media 3= Superior 4= Postgrado
4	5	Ocupación	String	Ocupación	1= Artesano 2= Agricultor 3= Médico 4= Empresario 5= Empleado Público 6= Empleado Privado 7= Chofer 8= Abogado 9= Docente
5	6	Ingreso	String	Ingreso	1= menos de 200 usd. 2= de 200 a 300 usd. 3= de 300 a 400 usd. 4= de 400 a 500 usd. 5= de 500 a 600 usd. 6= más de 600 usd.
6	7	Estilo	String	Estilo	1= Mundano 2= Conservador 3= Dando 4= Romántico 5= Compañero de equipo 6= Intelectual
7	8	Perfil	String	Perfil	1= Compulsiva 2= Sociable 3= Autoritaria 4= Ambiciosa
8	9	Día	String	Día	1= Lunes 2= Martes 3= Miércoles 4= Jueves 5= Viernes

					6= Sábado 7= Domingo
--	--	--	--	--	-------------------------

Número de Pregunta	Número de la variable	Columna de SPSS	Formato	Nombre de la variable	Definiciones de categorías
9	10	Colores	String	Colores	1= Claros 2= Fuertes 3= Blanco 4= Claros y Fuertes 5= Blancos y Fuertes 6= Blancos y Claros
10	11	Espejos	String	Espejos	1= Techo sí, paredes no 2= Paredes sí, techo no 3= Ni paredes ni techo 4= Ambos sí
11	12	Ventanas	String	Ventanas	1= Sí 2= No
12	13	Luz	String	Luz	1= Normal 2= Luz Tenue 3= Luz de velas 4= Luz de neón 5= Luz de colores 6= Otra
13	14	Climatización	String	Climatización	1= Sí 2= No
14	15	Televisión	String	Televisión	1= Tv por Cable 2= Películas 3= Ninguna
15	16	Música	String	Música	1= Romántica 2= Folclórica 3= Clásica 4= Merengue 5= Rock Suave 6= Pop 7= Disco 8= Salsa
16	17	Servicio	String	Servicio	1= Hidromasaje 2= Sauna 3= Turco 4= Bar
17	18	Gasto 1	String	Gasto 1	1= menos de 5 usd. 2= de 5 a 10 usd. 3= de 10 a 15 usd. 4= de 15 a 20 usd. 5= de 20 a 25 usd. 6= más de 25 usd.
18	19	Publicidad	String	Publicidad	1= Revistas 2= Radio 3= Periódicos 4= Televisión 5= Hojas Volantes 6= Pancartas

					7= Baños públicos 8= Ninguno
--	--	--	--	--	---------------------------------

Número de Pregunta	Número de la variable	Columna de SPSS	Formato	Nombre de la variable	Definiciones de categorías
19	20	Usuario	String	Usuario	1= No usuario 2= Ex Usuario 3= Usuario Potencial 4= Usuario Primerizo 5= Usuario Regular
20	21	Frecuencia	String	Frecuencia	1= Semanal 2= Quincenal 3= Mensual 4= Otra
21	22	Motivación	String	Motivación	1= Aseo 2= Privacidad 3= Elegancia 4= Discreción 5= Precio 6= Amabilidad
22	23	Oferta	String	Oferta	1= Tarjetas VIP 2= Cupones de Descuento 3= Pago diferido 4= Servicios Adicionales des. 5= Cocktail gratis 6= Otros
23	24	Sexy Shop	String	SexiShop	1= Sí 2= No
24	25	Gasto 2	String	Gasto 2	1= menos de 5 usd. 2= de 5 a 10 usd. 3= de 10 a 15 usd. 4= de 15 a 20 usd. 5= de 20 a 25 usd. 6= más de 25 usd.
25	26	Decisión	String	Decisión	1= Sí 2= No
26	27	Precio	Currency	Precio	1= de 5 a 9 usd. 2= de 10 a 14 usd 3= de 15 a 20 usd 4= más de 20 usd.
27	28	Nombre	String	Nombre	1= Supremo 2= Jardín del Este 3= Regio 4= Vía Nova 5= Imperial 6= Moderno
28	29	Localización1	String	Localización1	1= Sí ; 2= NO
28	30	Localización2	String	Localización2	1= Sí ; 2= NO
28	31	Localización3	String	Localización3	1= Sí ; 2= NO
28	32	Localización4	String	Localización4	1= Sí ; 2= NO
28	33	Localización5	String	Localización5	1= Sí ; 2= NO
28	34	Localización6	String	Localización6	1= Sí ; 2= NO

ANEXO No. 10

TABLA A3 ANÁLISIS DE LA VARIABLE EDAD

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
20-29	39	41,1	41,1	41,1
30-39	45	47,4	47,4	88,4
40-49	8	8,4	8,4	96,8
50-59	3	3,2	3,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 1 GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE EDAD

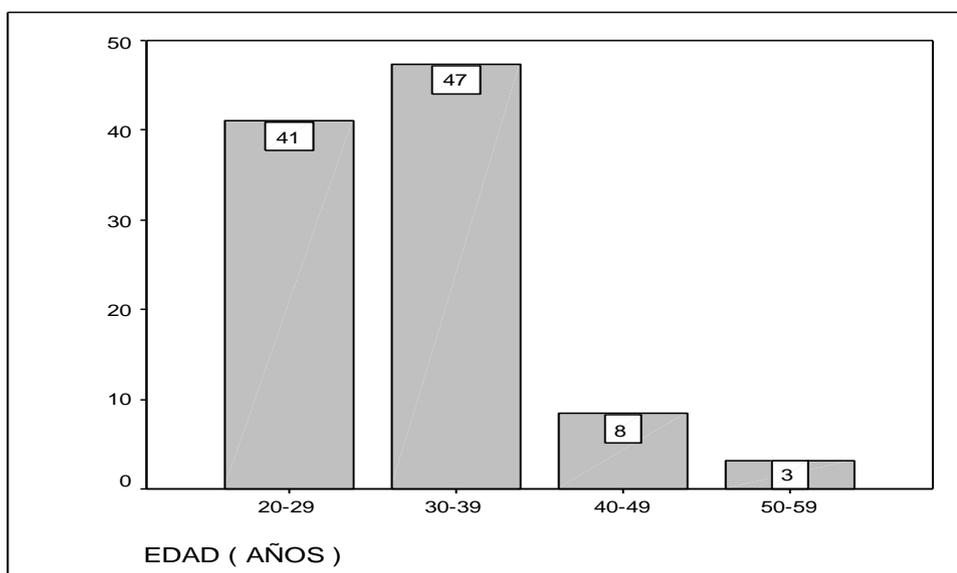
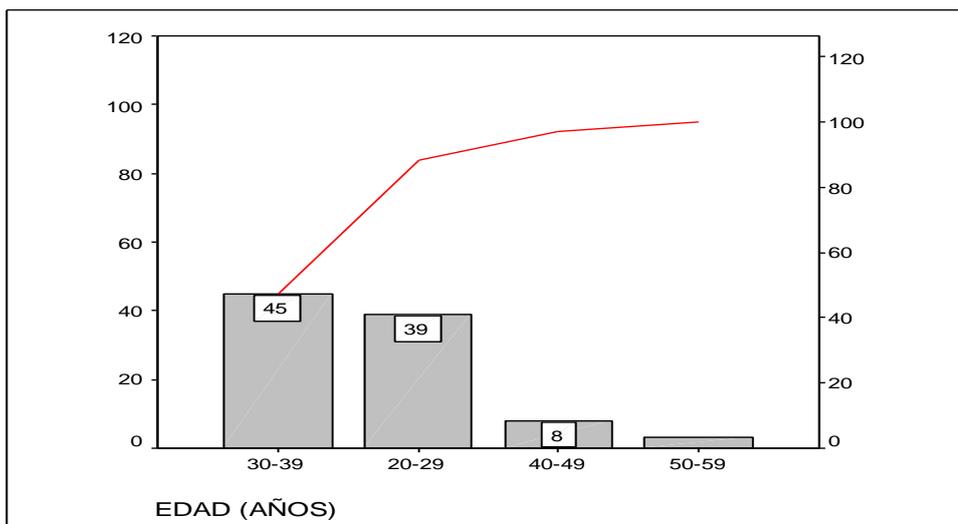


GRÁFICO No. 2 GRÁFICO DE PARETO VARIABLE EDAD



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 11

TABLA A4 ANÁLISIS DE LA VARIABLE ESTADO CIVIL

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SOLTERO	27	28,4	28,4	29,5
CASADO	56	58,9	58,9	88,4
DIVORCIADO	6	6,3	6,3	94,7
UNIÓN LIBRE	5	5,3	5,3	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No.3 GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE ESTADO CIVIL

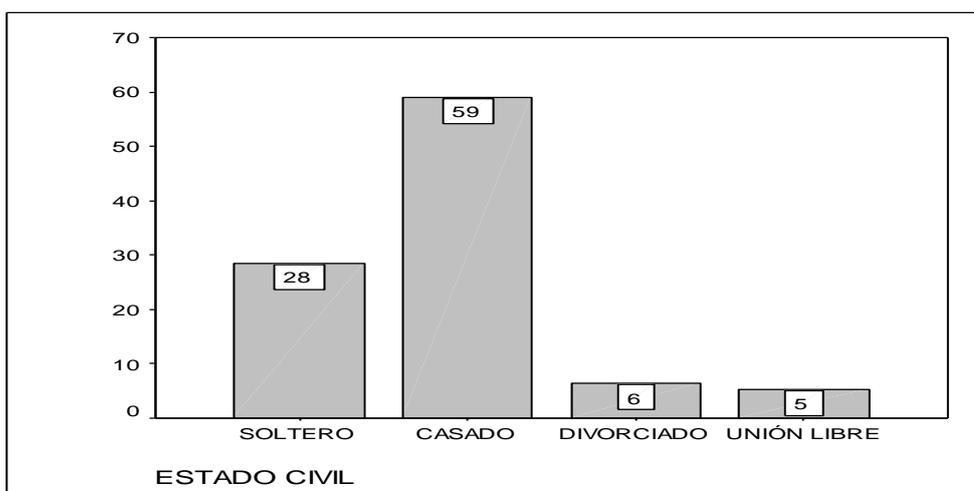
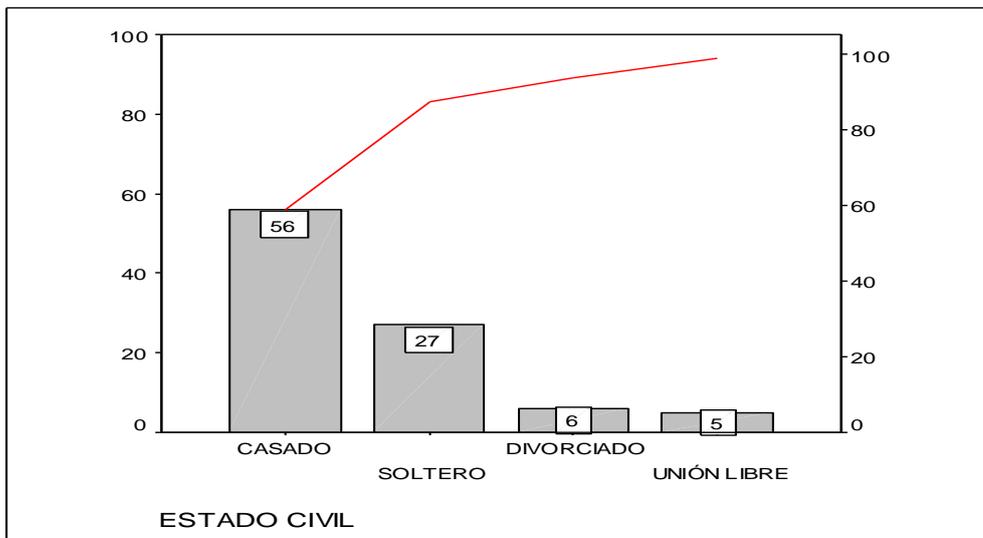


GRÁFICO No.4 GRÁFICO DE PARETO VARIABLE ESTADO CIVIL



FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 12

TABLA A5 ANÁLISIS DE LA VARIABLE EDUCACIÓN

Educación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PRIMARIA	1	1,1	1,1	2,1
MEDIA	17	17,9	17,9	20,0
SUPERIOR	60	63,2	63,2	83,2
POSTGRADO	16	16,8	16,8	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 5 GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE EDUCACIÓN

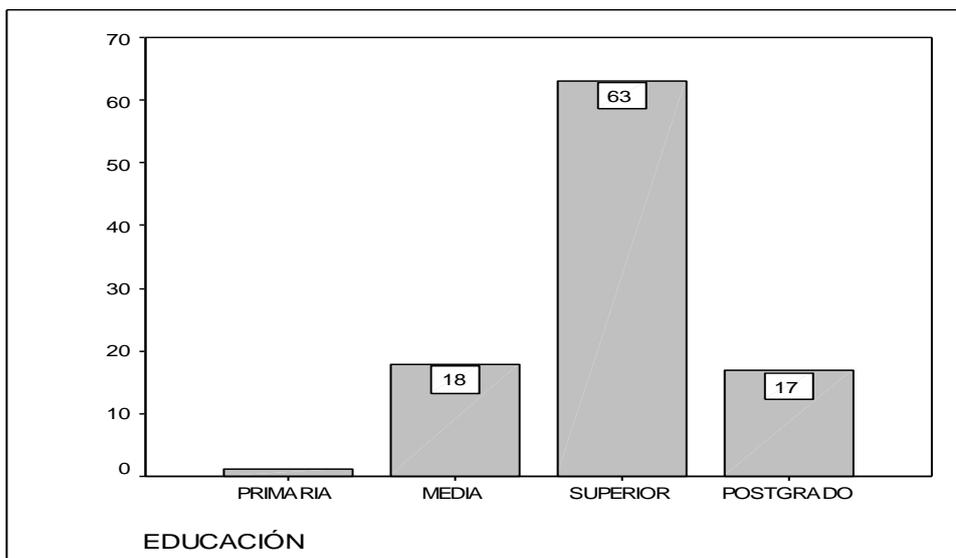
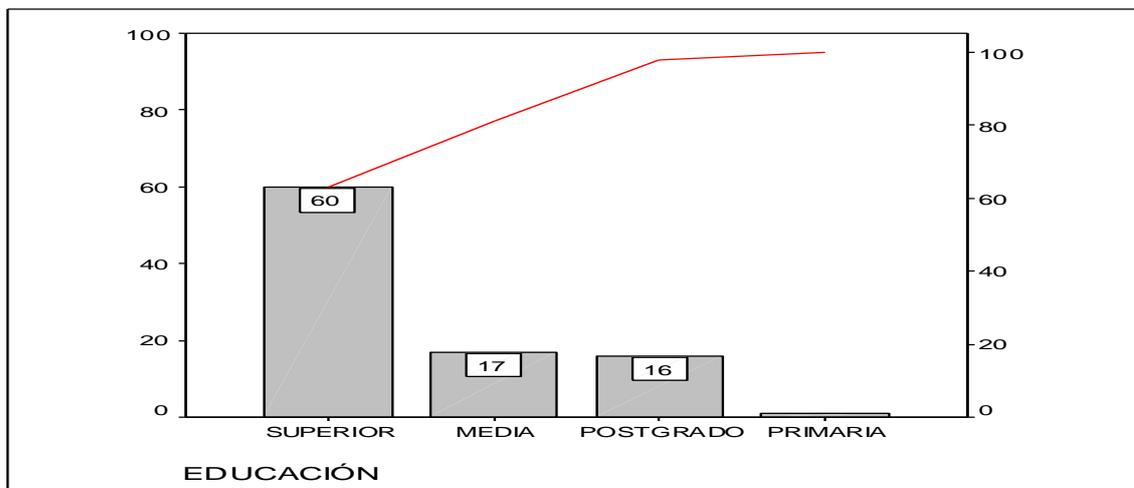


GRÁFICO No. 6 GRÁFICO DE PARETO VARIABLE EDUCACIÓN



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 13

TABLA No. A6 ANÁLISIS DE LA VARIABLE OCUPACIÓN

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
AGRICULTOR	1	1,1	1,1	2,1
MÉDICO	1	1,1	1,1	3,2
EMPRESARIO	9	9,5	9,5	12,6
EMPLEADO PÚBLICO	45	47,4	47,4	60,0
EMPLEADO PRIVADO	27	28,4	28,4	88,4
CHOFER	4	4,2	4,2	92,6
ABOGADO	1	1,1	1,1	93,7
DOCENTE	6	6,3	6,3	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 7 GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE OCUPACIÓN

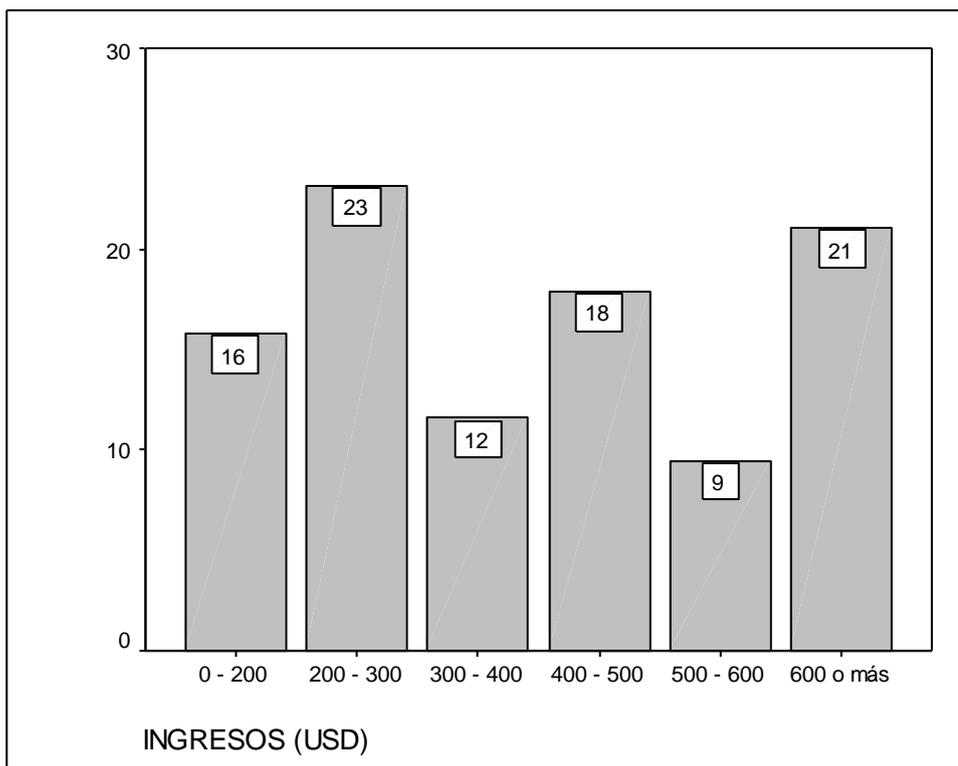
FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 14

TABLA A7 ANÁLISIS DE LA VARIABLE INGRESO

Ingresos (USD)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
0 - 200	15	15,8	15,8	16,8
200 - 300	22	23,2	23,2	40,0
300 - 400	11	11,6	11,6	51,6
400 - 500	17	17,9	17,9	69,5
500 - 600	9	9,5	9,5	78,9
600 o más	20	21,1	21,1	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

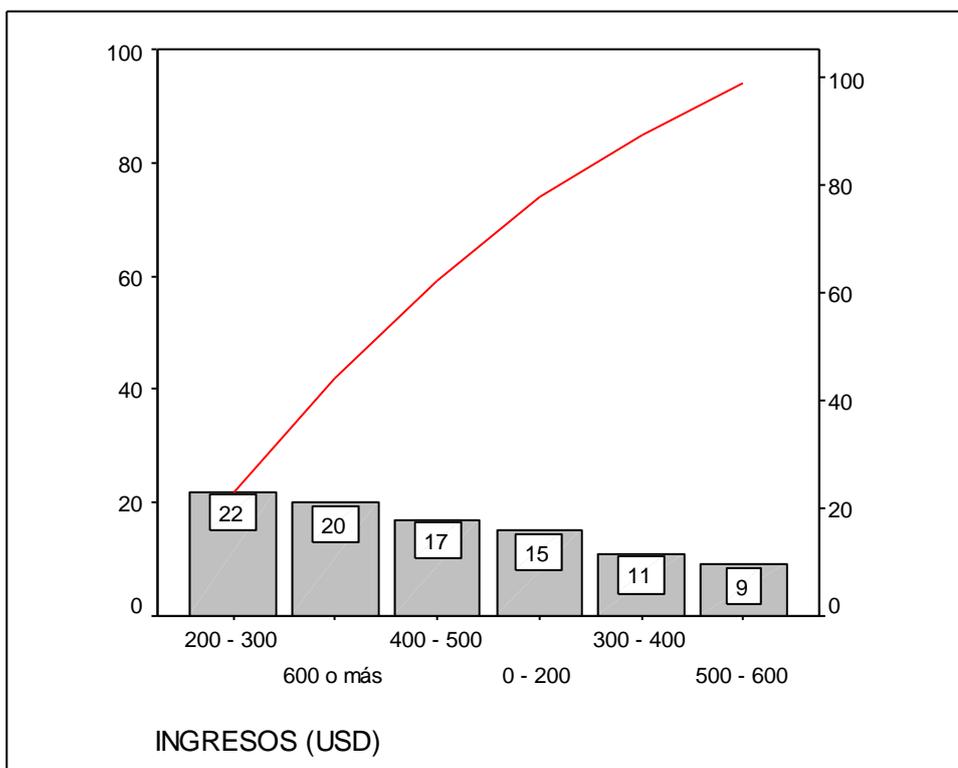
GRÁFICO No. 9 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE INGRESO



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

GRÁFICO No. 10 GRÁFICO DE PARETO, VARIABLE INGRESO



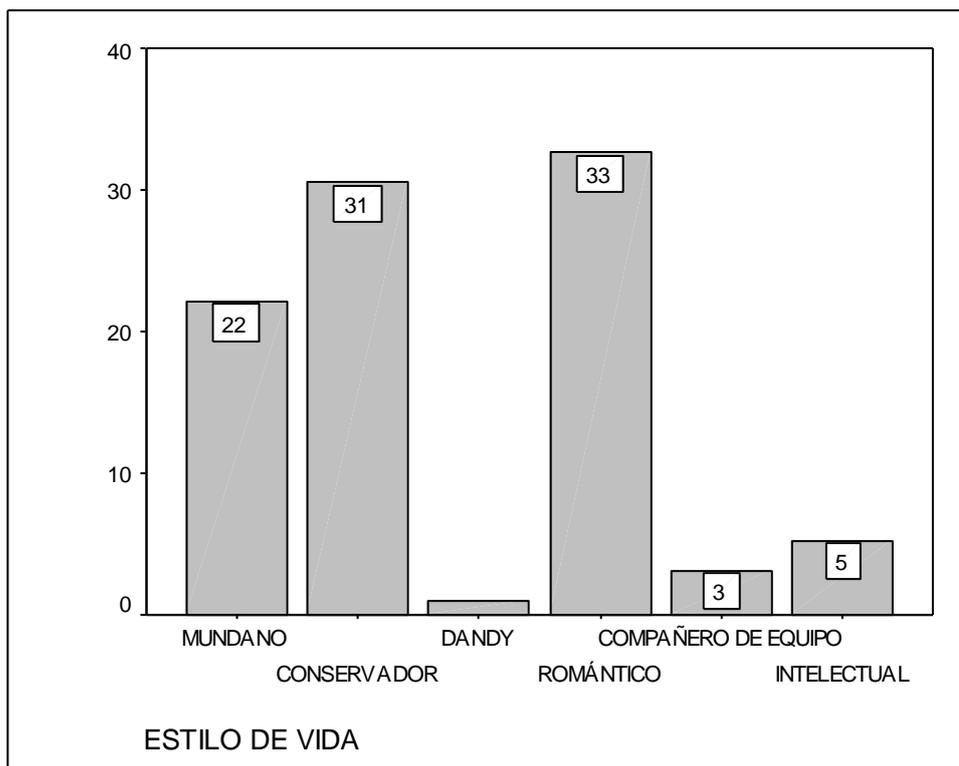
FUENTE: Encuestas

ANEXO No. 15

TABLA A8 ANÁLISIS DE LA VARIABLE ESTILO DE VIDA

Estilo de vida	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
MUNDANO	21	22,1	22,1	27,4
CONSERVADOR	29	30,5	30,5	57,9
DANDY	1	1,1	1,1	58,9
ROMÁNTICO	31	32,6	32,6	91,6
COMPAÑERO DE EQUIPO	3	3,2	3,2	94,7
INTELECTUAL	5	5,3	5,3	100,0
S/R	5	5,3	5,3	5,3
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 11 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE ESTILO DE VIDA



FUENTE: Encuestas

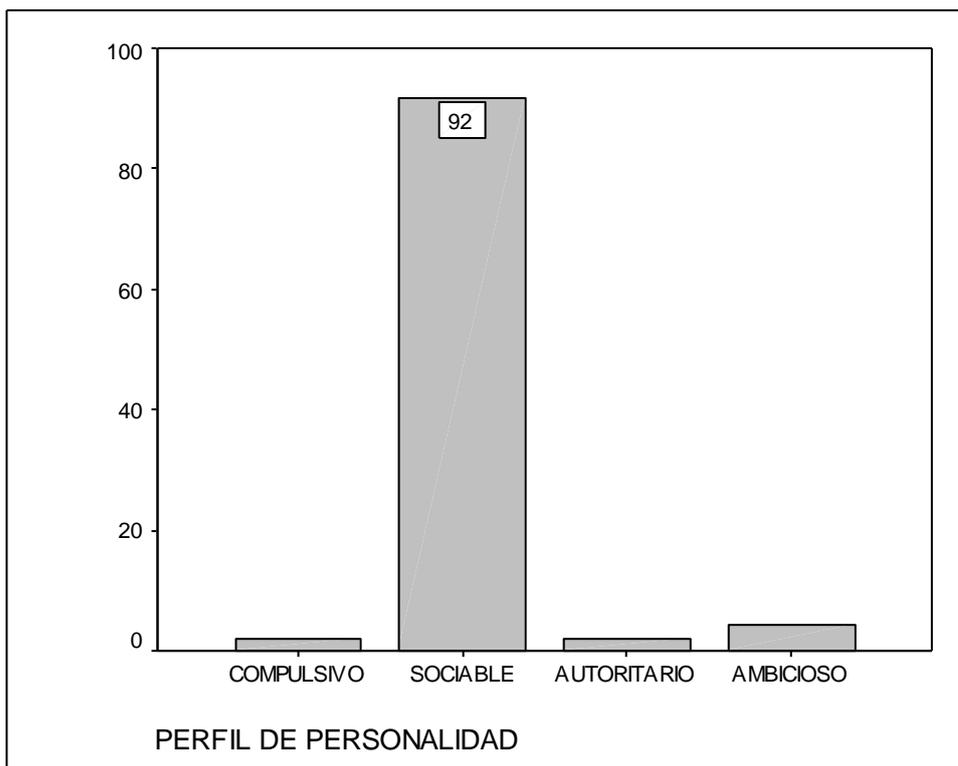
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 16

TABLA A9 ANÁLISIS DE LA VARIABLE PERFIL DE PERSONALIDAD

Perfil de Personalidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
COMPULSIVO	2	2,1	2,1	2,1
SOCIABLE	87	91,6	91,6	93,7
AUTORITARIO	2	2,1	2,1	95,8
AMBICIOSO	4	4,2	4,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 12 GRÁFICO DE BARRAS PERFIL DE PERSONALIDAD



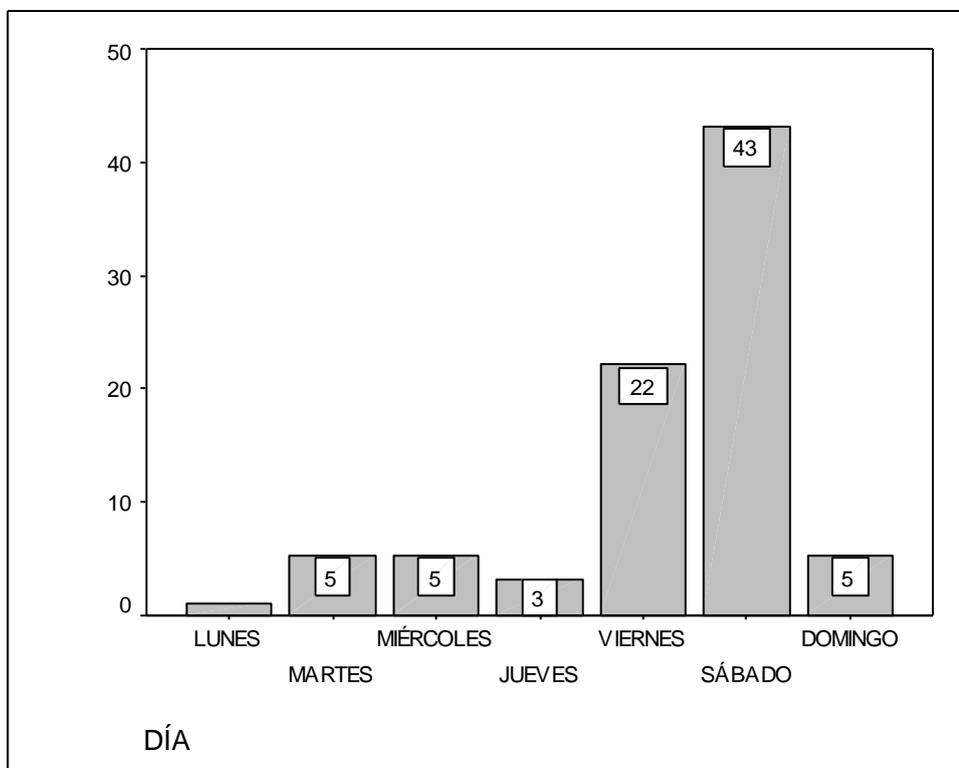
FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 17

TABLA A10 ANÁLISIS DE LA VARIABLE DÍA

Día de la semana	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
LUNES	1	1,1	1,1	15,8
MARTES	5	5,3	5,3	21,1
MIÉRCOLES	5	5,3	5,3	26,3
JUEVES	3	3,2	3,2	29,5
VIERNES	21	22,1	22,1	51,6
SÁBADO	41	43,2	43,2	94,7
DOMINGO	5	5,3	5,3	100,0
S/R	14	14,7	14,7	14,7
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 13 GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE DÍA



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

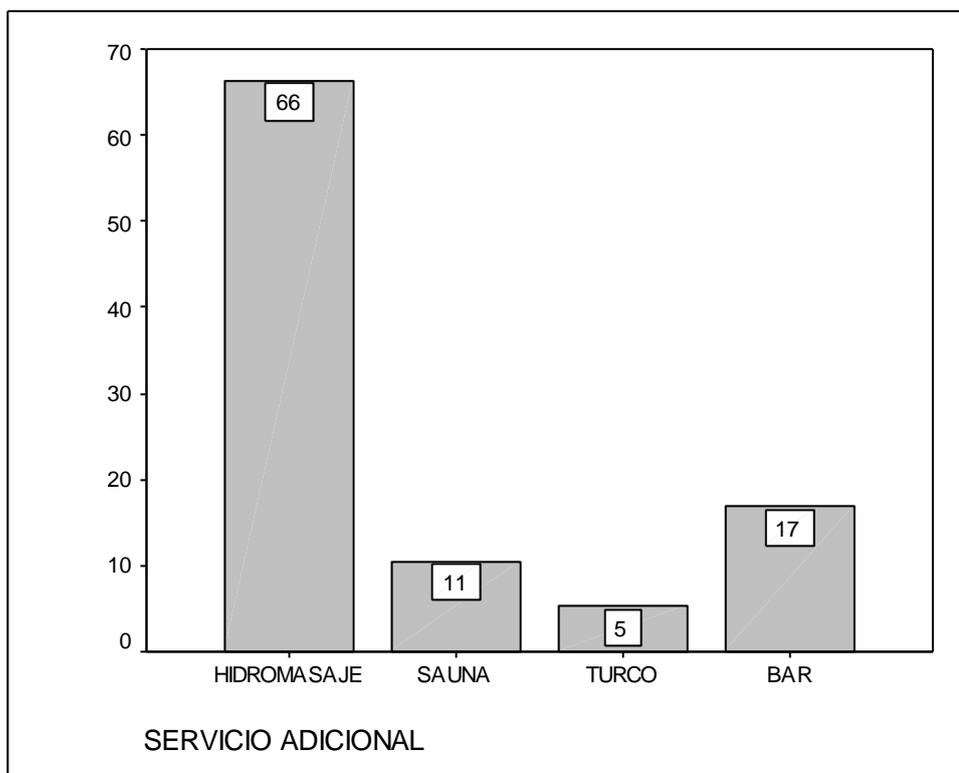
ANEXO No. 18

**TABLA A11
ADICIONAL**

ANÁLISIS DE LA VARIABLE SERVICIO

Servicio Adicional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
HIDROMASAJE	63	66,3	66,3	67,4
SAUNA	10	10,5	10,5	77,9
TURCO	5	5,3	5,3	83,2
BAR	16	16,8	16,8	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 14 GRÁFICO DE BARRAS SERVICIO ADICIONAL



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 19

TABLA A12 ANÁLISIS DE LA VARIABLE GASTO 1

Gasto en servicio adicional (USD)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
0 - 5	11	11,6	11,6	11,6
5 - 10	26	27,4	27,4	38,9
10 - 15	25	26,3	26,3	65,3
15 - 20	15	15,8	15,8	81,1
20 - 25	11	11,6	11,6	92,6
25 o más	7	7,4	7,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

TABLA A13

CÁLCULO DE LA MEDIA

Intervalo de Gasto1	Frecuencia Fi	Media	Codificación Ui	Ui*Fi
menos de 5	11	-	-3	-33
de 5 a 10	26	7,5	-2	-52
de 10 a 15	25	12,5	-1	-25
de 15 a 20	15	17,5	0	0
de 20 a 25	11	22,5	1	11
màs de 25	7	-	2	14
TOTAL	95			-85

$$\text{Media} = X_0 + W * (\Sigma(U_i * F_i)) / N$$

Donde:

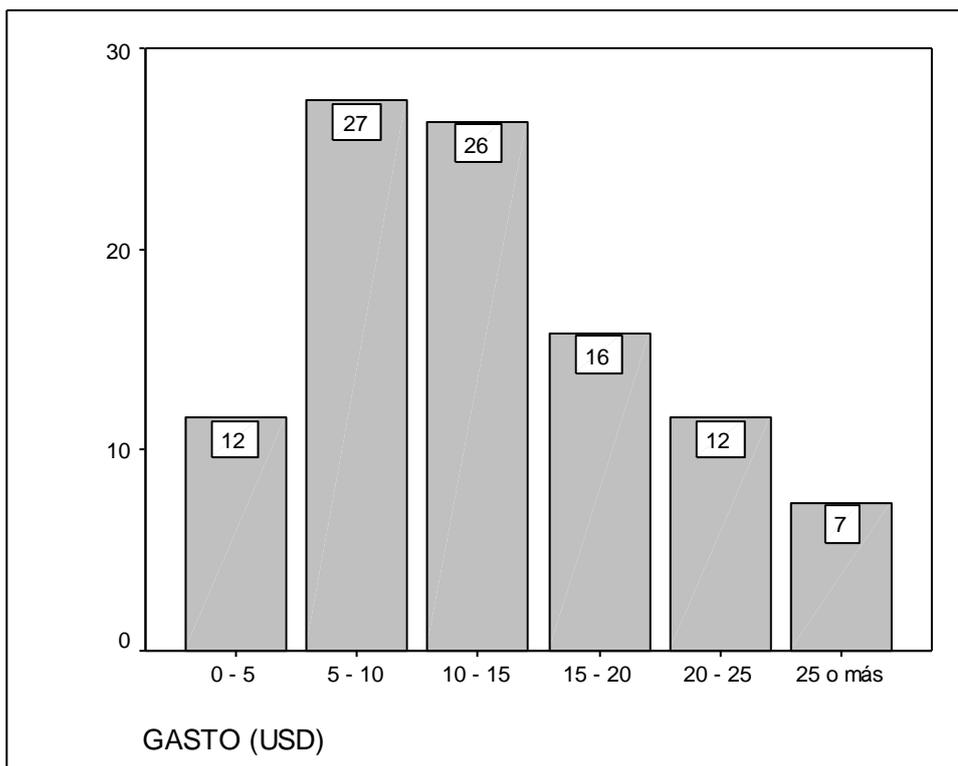
- X₀ = Valor del punto medio al que se asigna el código 0
- W = Ancho numérico del intervalo de clase
- U_i = Código asignado a cada punto medio de clase
- F_i = Frecuencia
- N = Número de observaciones de la muestra

Reemplazando los datos en la fórmula anterior:

$$\text{Media} = 17,5 + 5 * (-85/95)$$

$$\text{Media} = 13,026315 \text{ dólares}$$

GRÁFICO No. 15 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE GASTO 1



FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

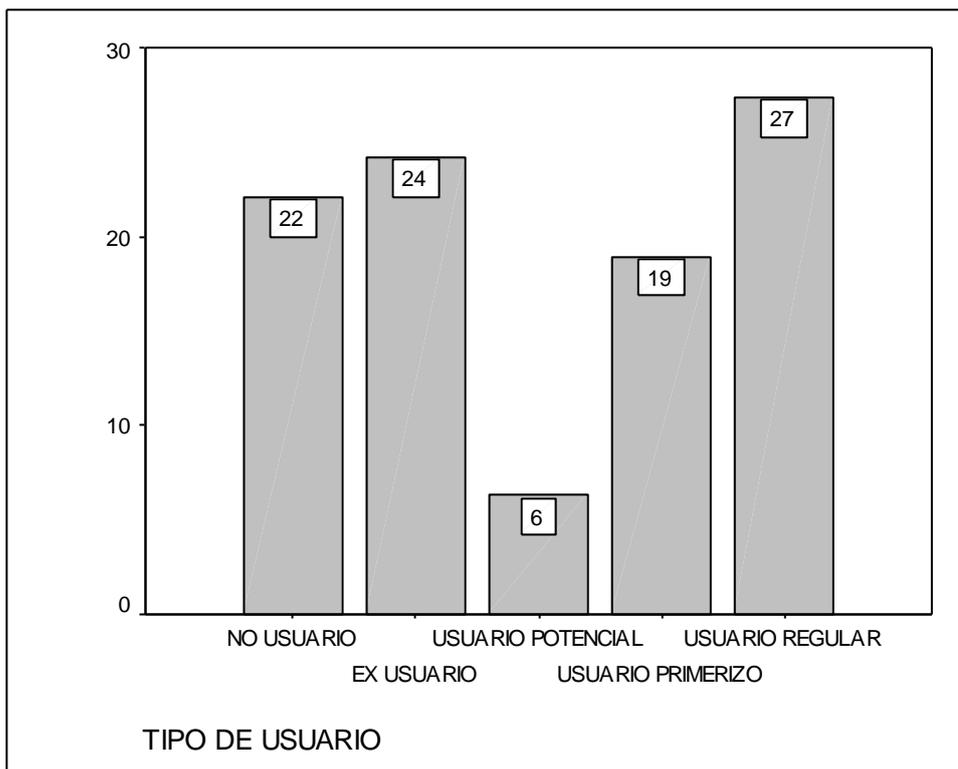
ANEXO No. 20

TABLA A14

ANÁLISIS DE LA VARIABLE USUARIO

Tipo de Usuario	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NO USUARIO	21	22,1	22,1	22,1
EX USUARIO	23	24,2	24,2	46,3
USUARIO POTENCIAL	6	6,3	6,3	52,6
USUARIO PRIMERIZO	18	18,9	18,9	71,6
USUARIO REGULAR	26	27,4	27,4	98,9
S/R	1	1,1	1,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 16 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE USUARIO



FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

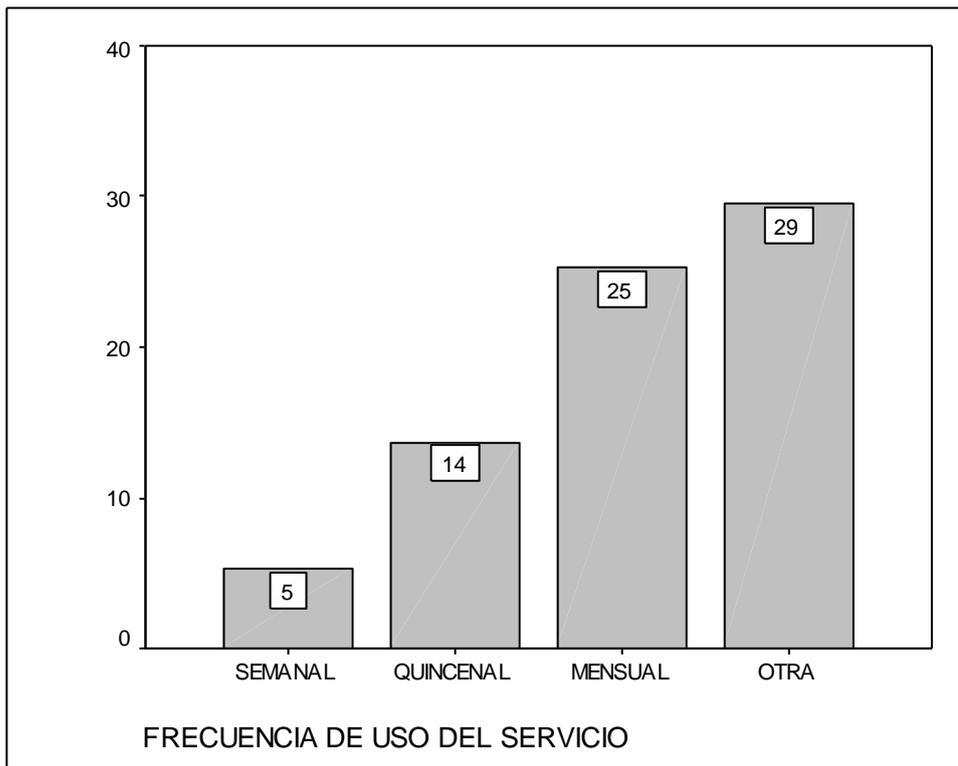
ANEXO No. 21

TABLA A15

ANÁLISIS DE LA VARIABLE FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO.

Frecuencia de uso del servicio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SEMANAL	5	5,3	5,3	31,6
QUINCENAL	13	13,7	13,7	45,3
MENSUAL	24	25,3	25,3	70,5
OTRA	28	29,5	29,5	100,0
S/R	25	26,3	26,3	26,3
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 17 GRÁFICO DE BARRAS, FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO.



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

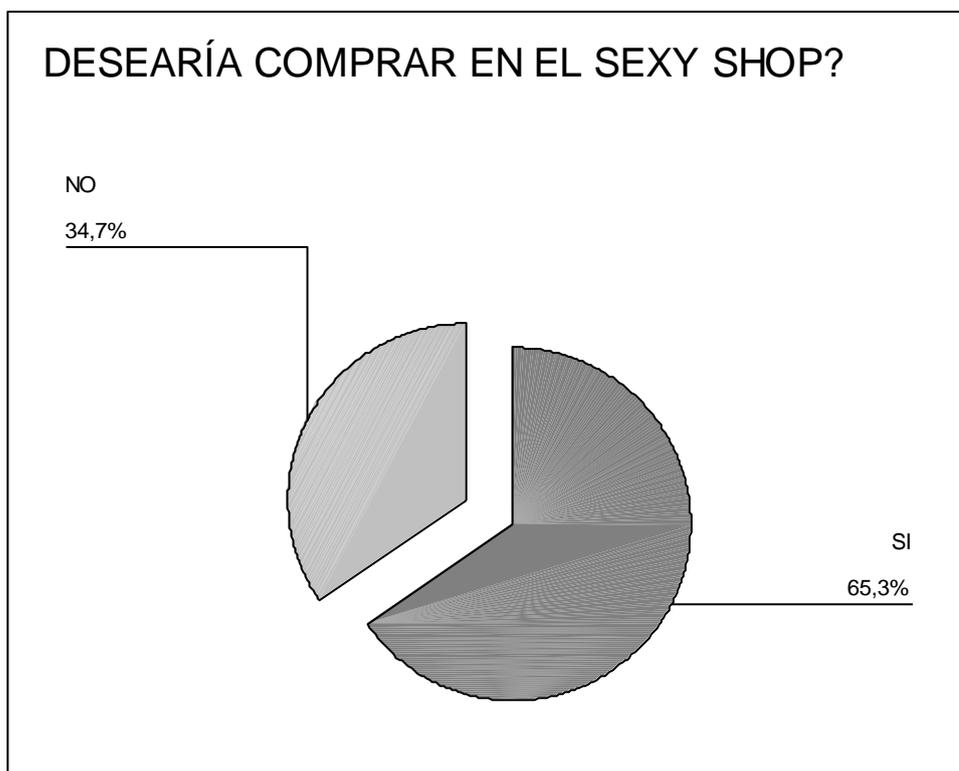
ANEXO No. 22

TABLA A16

ANÁLISIS DE LA VARIABLE SEXY SHOP

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SI	62	65,3	65,3	65,3
NO	33	34,7	34,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 18 GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE SEXY SHOP



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 23

TABLA A17

ANÁLISIS DE LA VARIABLE GASTO 2

Gasto en el sexy shop (USD)	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
0 - 5	9	9,5	9,5	43,2
5 - 10	19	20,0	20,0	63,2
10 - 15	10	10,5	10,5	73,7
15 - 20	14	14,7	14,7	88,4
20 - 25	6	6,3	6,3	94,7
25 o más	5	5,3	5,3	100,0
	31	32,6	32,6	32,6
	1	1,1	1,1	33,7
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

TABLA A18

CÁLCULO DEL GASTO PROMEDIO

Gasto 2	Frecuencia Fi	Media	Códificación Ui	Ui*Fi
menos de 5	9	-	-3	-27
de 5 a 10	19	7,5	-2	-38
de 10 a 15	10	12,5	-1	-10
de 15 a 20	14	17,5	0	0
de 20 a 25	6	22,5	1	6
más de 25	5	-	2	10
TOTAL	63			-59

$$\text{Media} = X_0 + W * (\Sigma(U_i * F_i)) / n$$

Donde:

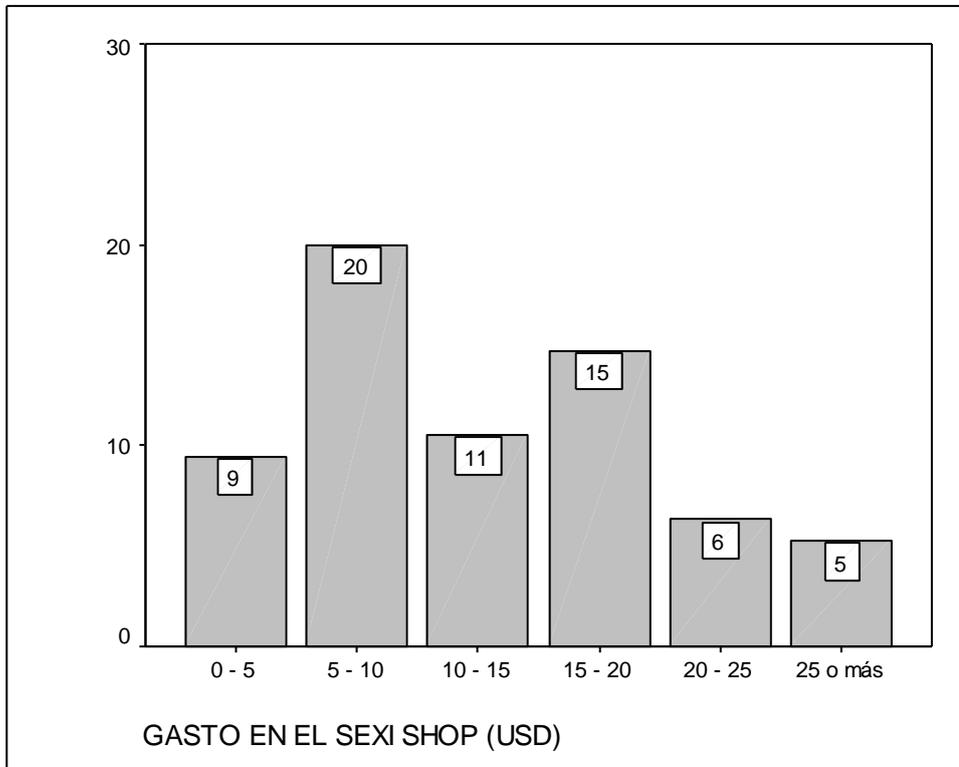
- X₀ = Valor del punto medio al que se asigna el código 0
- W = Ancho numérico del intervalo de clase
- U_i = Código asignado a cada punto medio de clase
- F_i = Frecuencia
- N = Número de observaciones de la muestra

Reemplazando los datos en la fórmula anterior:

$$\text{Media} = 17,5 + 5 * (-59/63)$$

$$\text{Media} = 12,81746 \text{ dólares}$$

GRÁFICO No. 19 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE GASTO 2



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 24

TABLA A19

ANÁLISIS DE LA VARIABLE DECISIÓN

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SI	83	87,4	87,4	88,4
NO	11	11,6	11,6	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 20 GRÁFICO DE PASTEL, VARIABLE DECISIÓN



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 25

TABLA A20

INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE EDAD

EDAD * FRECUENCIA * DESICION Crosstabulation

DESCION				FRECUENCIA				Total	
				SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRA		
EDAD	30-39	Count					1	1	
		% of Total					100,0%	100,0%	
Total		Count					1	1	
		% of Total					100,0%	100,0%	
SI	EDAD	20-29	Count	2	6	12	4	10	34
			% of Total	2,4%	7,2%	14,5%	4,8%	12,0%	41,0%
	30-39	Count	2	5	8	16	8	39	
		% of Total	2,4%	6,0%	9,6%	19,3%	9,6%	47,0%	
	40-49	Count	1		3	2	1	7	
% of Total		1,2%		3,6%	2,4%	1,2%	8,4%		
50-59	Count		1		2		3		
	% of Total		1,2%		2,4%		3,6%		
Total		Count	5	12	23	24	19	83	
		% of Total	6,0%	14,5%	27,7%	28,9%	22,9%	100,0%	
NO	EDAD	20-29	Count		1	1	2	1	5
			% of Total		9,1%	9,1%	18,2%	9,1%	45,5%
	30-39	Count				1	4	5	
		% of Total				9,1%	36,4%	45,5%	
40-49	Count				1		1		
	% of Total				9,1%		9,1%		
Total		Count		1	1	4	5	11	
		% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA A21

INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE
INGRESOS

INGRESOS * FRECUENCIA * DECISION Cross tabulation

DECISION				FRECUENCIA					Total	
				SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRA			
INGRESOS	500 - 600	Count						1	1	
		% of Total						100,0%	100,0%	
Total		Count						1	1	
		% of Total						100,0%	100,0%	
SI	INGRESOS	0 - 200	Count	1	2	5	3	2	13	
			% of Total	1,2%	2,4%	6,0%	3,6%	2,4%	15,7%	
			200 - 300	Count	1	2	7	5	7	22
				% of Total	1,2%	2,4%	8,4%	6,0%	8,4%	26,5%
			300 - 400	Count	2	2	3		2	9
				% of Total	2,4%	2,4%	3,6%		2,4%	10,8%
			400 - 500	Count	1	3	4	4	1	13
				% of Total	1,2%	3,6%	4,8%	4,8%	1,2%	15,7%
			500 - 600	Count		2		2	3	7
				% of Total		2,4%		2,4%	3,6%	8,4%
		600 o más	Count		1	4	10	3	18	
			% of Total		1,2%	4,8%	12,0%	3,6%	21,7%	
			Count					1	1	
			% of Total					1,2%	1,2%	
Total			Count	5	12	23	24	19	83	
			% of Total	6,0%	14,5%	27,7%	28,9%	22,9%	100,0%	
NO	INGRESOS	0 - 200	Count			1	1		2	
			% of Total			9,1%	9,1%		18,2%	
			300 - 400	Count				1	1	2
				% of Total				9,1%	9,1%	18,2%
			400 - 500	Count				1	3	4
				% of Total				9,1%	27,3%	36,4%
			500 - 600	Count				1		1
		% of Total					9,1%		9,1%	
		600 o más	Count		1			1	2	
			% of Total		9,1%			9,1%	18,2%	
Total			Count		1	1	4	5	11	
			% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA A22
CIVIL

INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE ESTADO

ESTADO * FRECUENCIA * DESICION Crosstabulation

DESICION				FRECUENCIA					Total
				SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRA		
	ESTADO	CASADO	Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
	Total		Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
SI	ESTADO	SOLTERO	Count	2	4	4	4	7	21
			% of Total	2,4%	4,8%	4,8%	4,8%	8,4%	25,3%
		CASADO	Count	2	6	14	18	10	50
			% of Total	2,4%	7,2%	16,9%	21,7%	12,0%	60,2%
		DIVORCIADO	Count		1	2	2	1	6
			% of Total		1,2%	2,4%	2,4%	1,2%	7,2%
		UNIÓN LIBRE	Count	1	1	3			5
			% of Total	1,2%	1,2%	3,6%			6,0%
			Count					1	1
			% of Total					1,2%	1,2%
	Total	Count	5	12	23	24	19	83	
		% of Total	6,0%	14,5%	27,7%	28,9%	22,9%	100,0%	
NO	ESTADO	SOLTERO	Count			1	2	3	6
			% of Total			9,1%	18,2%	27,3%	54,5%
		CASADO	Count		1		2	2	5
			% of Total		9,1%		18,2%	18,2%	45,5%
	Total	Count		1	1	4	5	11	
		% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 28

**TABLA A23
OCUPACIÓN**

INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE

OCUPACIÓN * FRECUENCIA * DESICION Crosstabulation

DESICION				FRECUENCIA					Total
				SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRA		
	OCUPACIÓN	EMPLEADO PRIVADO	Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
Total			Count				1	1	
			% of Total				100,0%	100,0%	
SI	OCUPACIÓN	AGRICULTOR	Count					1	1
			% of Total					1,2%	1,2%
		EMPRESARIO	Count			2	4	1	7
			% of Total			2,4%	4,8%	1,2%	8,4%
		EMPLEADO PÚBLICO	Count	3	6	13	11	9	42
			% of Total	3,6%	7,2%	15,7%	13,3%	10,8%	50,6%
		EMPLEADO PRIVADO	Count	2	4	6	6	5	23
			% of Total	2,4%	4,8%	7,2%	7,2%	6,0%	27,7%
		CHOFER	Count		1		1	1	3
			% of Total		1,2%		1,2%	1,2%	3,6%
		ABOGADO	Count				1		1
		% of Total				1,2%		1,2%	
	DOCENTE	Count		1	1	1	2	5	
		% of Total		1,2%	1,2%	1,2%	2,4%	6,0%	
		Count			1			1	
		% of Total			1,2%			1,2%	
Total			Count	5	12	23	24	19	83
			% of Total	6,0%	14,5%	27,7%	28,9%	22,9%	100,0%
NO	OCUPACIÓN	MÉDICO	Count		1				1
			% of Total		9,1%				9,1%
		EMPRESARIO	Count			1	1		2
			% of Total			9,1%	9,1%		18,2%
		EMPLEADO PÚBLICO	Count				1	2	3
			% of Total				9,1%	18,2%	27,3%
		EMPLEADO PRIVADO	Count				1	2	3
			% of Total				9,1%	18,2%	27,3%
	CHOFER	Count				1		1	
		% of Total				9,1%		9,1%	
	DOCENTE	Count					1	1	
		% of Total					9,1%	9,1%	
Total			Count		1	1	4	5	11
			% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 29

**TABLA A24
EDUCACIÓN**

INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE

EDUCAC * FRECUENCIA * DESICION Crosstabulation

DESICION				FRECUENCIA				Total		
				SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRA			
	EDUCAC	SUPERIOR	Count					1	1	
			% of Total					100,0%	100,0%	
Total			Count					1	1	
			% of Total					100,0%	100,0%	
SI	EDUCAC	MEDIA	Count		1	9	4	2	16	
			% of Total		1,2%	10,8%	4,8%	2,4%	19,3%	
			SUPERIOR	Count	5	10	12	14	11	52
				% of Total	6,0%	12,0%	14,5%	16,9%	13,3%	62,7%
			POSTGRADO	Count		1	2	6	5	14
				% of Total		1,2%	2,4%	7,2%	6,0%	16,9%
				Count					1	1
				% of Total					1,2%	1,2%
Total			Count	5	12	23	24	19	83	
			% of Total	6,0%	14,5%	27,7%	28,9%	22,9%	100,0%	
NO	EDUCAC	PRIMARIA	Count				1		1	
			% of Total				9,1%		9,1%	
			MEDIA	Count				1	1	
				% of Total				9,1%	9,1%	
			SUPERIOR	Count		1	1	1	4	7
				% of Total		9,1%	9,1%	9,1%	36,4%	63,6%
			POSTGRADO	Count				1	1	2
				% of Total				9,1%	9,1%	18,2%
Total			Count		1	1	4	5	11	
			% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%	

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 30

TABLA A25

INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE USUARIO

USUARIO * FRECUENCIA * DECISION Cross tabulation

DECISION				FRECUENCIA					Total
				SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRA		
	USUARIO	NO USUARIO	Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
Total			Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
SI	USUARIO	NO USUARIO	Count	2	1	1	3	4	11
			% of Total	2,4%	1,2%	1,2%	3,6%	4,8%	13,3%
	EX USUARIO	Count	1	3	3	7	7	21	
		% of Total	1,2%	3,6%	3,6%	8,4%	8,4%	25,3%	
	USUARIO POTENCIAL	Count		1	1	2	2	6	
		% of Total		1,2%	1,2%	2,4%	2,4%	7,2%	
	USUARIO PRIMERIZO	Count		1	6	7	4	18	
% of Total			1,2%	7,2%	8,4%	4,8%	21,7%		
USUARIO REGULAR	Count		2	6	12	4	26		
	% of Total		2,4%	7,2%	14,5%	4,8%	31,3%		
Total			Count	5	12	23	24	19	83
			% of Total	6,0%	14,5%	27,7%	28,9%	22,9%	100,0%
NO	USUARIO	NO USUARIO	Count		1	1	3	4	9
			% of Total		9,1%	9,1%	27,3%	36,4%	81,8%
	EX USUARIO	Count					1	1	2
% of Total						9,1%	9,1%	18,2%	
Total			Count		1	1	4	5	11
			% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 31

**TABLA A26 INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE
PERSONALIDAD**

PERFIL * FRECUENCIA * DESICION Crosstabulation

DESICION				FRECUENCIA				Total	
				SEMANTAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRA		
	PERFIL	SOCIABLE	Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
	Total		Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
SI	PERFIL	COMPULSIVO	Count	1				1	2
			% of Total	1,2%				1,2%	2,4%
	SOCIABLE	Count	4	11	21	22	17	75	
		% of Total	4,8%	13,3%	25,3%	26,5%	20,5%	90,4%	
	AUTORITARIO	Count					1	2	
	% of Total						1,2%	2,4%	
AMBICIOSO	Count		1	2		1	4		
% of Total			1,2%	2,4%		1,2%	4,8%		
Total			Count	5	12	23	24	19	83
			% of Total	6,0%	14,5%	27,7%	28,9%	22,9%	100,0%
NO	PERFIL	SOCIABLE	Count		1	1	4	5	11
			% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%
Total			Count		1	1	4	5	11
			% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 32

TABLA A27 INFORMACIÓN CRUZADA, VARIABLE ESTILO DE VIDA

ESTILO * FRECUENCIA * DECISION Crosstabulation

DECISION				FRECUENCIA				Total	
				SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OTRA		
	ESTILO	ROMÁNTICO	Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
Total			Count					1	1
			% of Total					100,0%	100,0%
SI	ESTILO	MUNDANO	Count	1	4	5	2	5	17
			% of Total	1,2%	4,8%	6,0%	2,4%	6,0%	20,5%
		CONSERVADOR	Count	2	2	7	7	6	24
			% of Total	2,4%	2,4%	8,4%	8,4%	7,2%	28,9%
		DANDY	Count					1	1
			% of Total					1,2%	1,2%
		ROMÁNTICO	Count	2	3	9	12	3	29
			% of Total	2,4%	3,6%	10,8%	14,5%	3,6%	34,9%
	COMPañERO DE EQUIPO	Count		1	1	1		3	
		% of Total		1,2%	1,2%	1,2%		3,6%	
	INTELLECTUAL	Count		1			2	5	
		% of Total		1,2%			2,4%	6,0%	
		Count		1	1			2	4
		% of Total		1,2%	1,2%			2,4%	4,8%
Total			Count	5	12	23	24	19	83
			% of Total	6,0%	14,5%	27,7%	28,9%	22,9%	100,0%
NO	ESTILO	MUNDANO	Count			1	1	2	4
			% of Total			9,1%	9,1%	18,2%	36,4%
		CONSERVADOR	Count		1		1	3	5
			% of Total		9,1%		9,1%	27,3%	45,5%
		ROMÁNTICO	Count				1		1
			% of Total				9,1%		9,1%
		Count				1		1	
		% of Total				9,1%		9,1%	
Total			Count		1	1	4	5	11
			% of Total		9,1%	9,1%	36,4%	45,5%	100,0%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 33

TABLA A28 SEGMENTO OBJETIVO Y FRECUENCIA DE USO

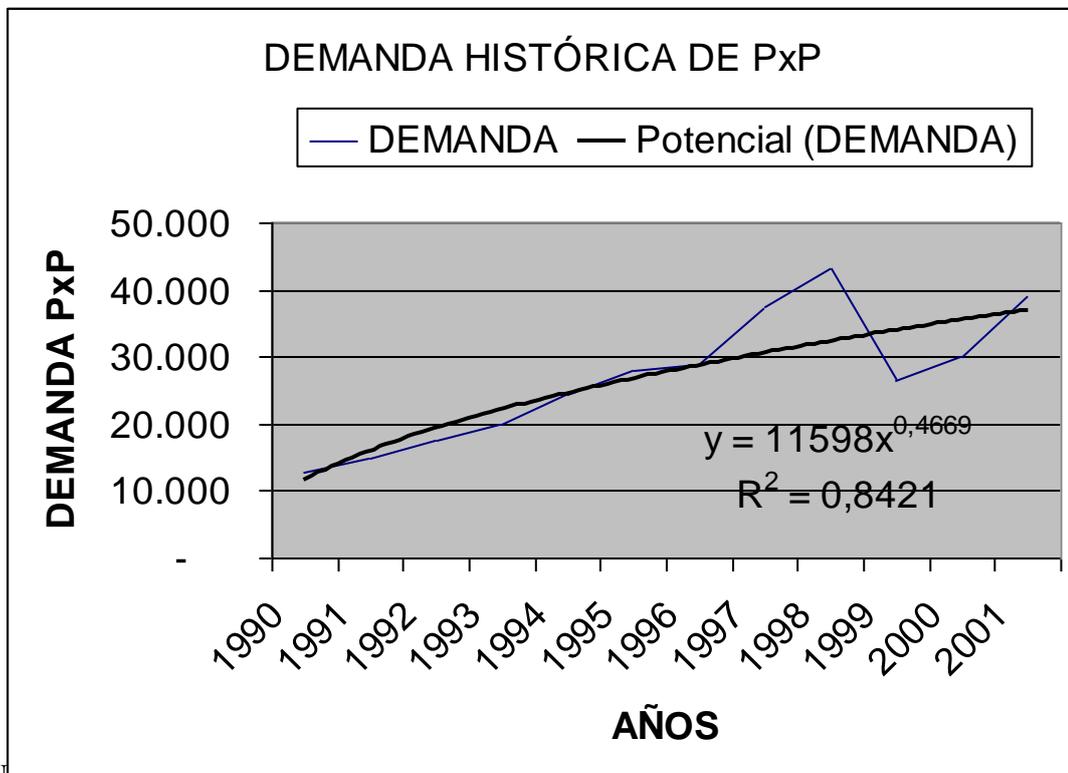
Frecuencia De Uso	Porcentajes				
	Edad	Educación	Estado civil	Ingresos	Usuario
	30 - 39	Superior	Casado	200 - 300	Regular
Semanal	40	60	20		20
Quincenal	30,8	46,2	30,8	7,7	30,8
Mensual	20,8	20,8	12,5	12,5	25

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 34

GRÁFICO No. 21 DEMANDA HISTÓRICA DE PxP.



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA A 29 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PxP.

AÑO	CÓDIGO DE PROYECCIÓN	DEMANDA	
		HISTÓRICA PxP.	PROYECTADA PxP.
1.990	1	12.865	13.763
1.991	2	14.824	19.022
1.992	3	17.529	22.987
1.993	4	19.960	26.291
1.994	5	24.480	29.178
1.995	6	28.102	31.771
1.996	7	28.867	34.142
1.997	8	37.359	36.338
1.998	9	43.164	38.393
1.999	10	26.461	40.329
2.000	11	30.076	42.164
2.001	12	39.295	43.912
2.002	13		45.584
2.003	14		47.189
2.004	15		48.734
2.005	16		50.225
2.006	17		51.667
2.007	18		53.064
2.008	19		54.421
2.009	20		55.740
2.010	21		57.024
2.011	22		58.276
2.012	23		59.498
2.013	24		60.692
2.014	25		61.860
2.015	26		63.003
2.016	27		64.123
2.017	28		65.222
2.018	29		66.299
2.019	30		67.357
2.020	31		68.396
2.021	32		69.417
2.022	33		70.422

FUENTE: Tabla 2.11, Gráfico No. 21.
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

FUENTE: Tabla A31
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

ANEXO No. 36

GRÁFICO No. 23 OFERTA HISTÓRICA DE PxP.

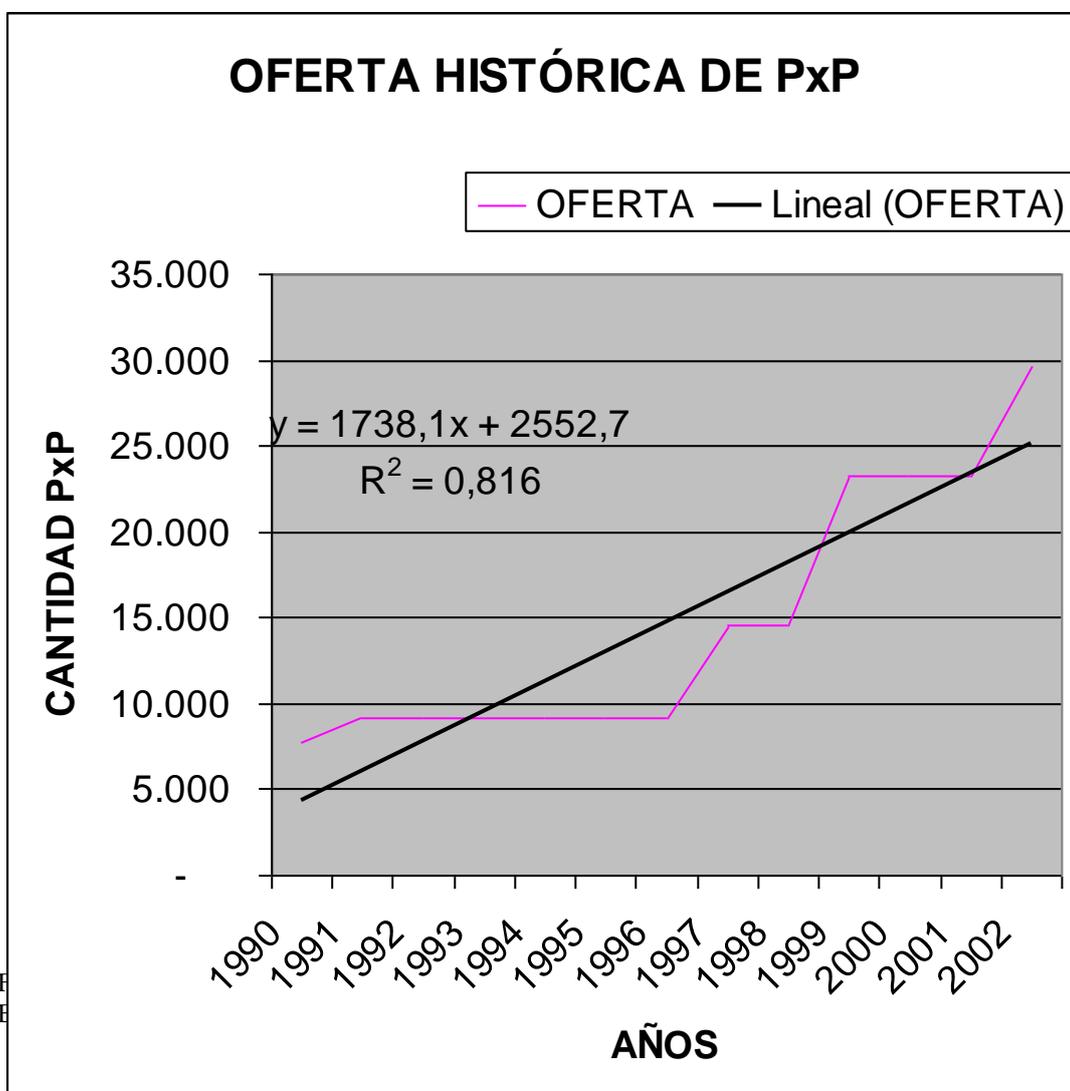


TABLA A32

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PxP.

AÑO	CÓDIGO DE PROYECCIÓN	OFERTA	
		HISTÓRICA PxP.	PROYECTADA PxP.
1.990	1	7.756	4.291
1.991	2	9.180	6.029
1.992	3	9.180	7.767
1.993	4	9.180	9.505
1.994	5	9.180	11.243
1.995	6	9.180	12.981
1.996	7	9.180	14.719
1.997	8	14.580	16.458
1.998	9	14.580	18.196
1.999	10	23.220	19.934
2.000	11	23.220	21.672
2.001	12	23.220	23.410
2.002	13	29.700	25.148
2.003	14		26.886
2.004	15		28.624
2.005	16		30.362
2.006	17		32.100
2.007	18		33.839
2.008	19		35.577
2.009	20		37.315
2.010	21		39.053
2.011	22		40.791
2.012	23		42.529
2.013	24		44.267
2.014	25		46.005
2.015	26		47.743
2.016	27		49.481
2.017	28		51.220
2.018	29		52.958
2.019	30		54.696
2.020	31		56.434
2.021	32		58.172
2.022	33		59.910

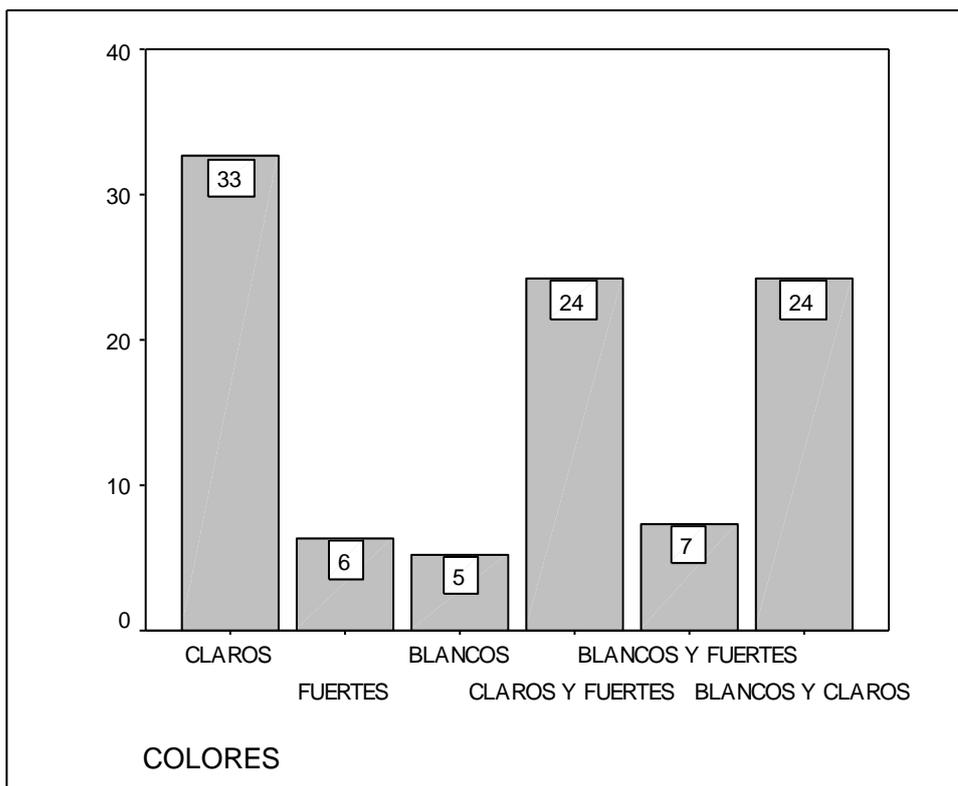
FUENTE: Tabla 2.16, Gráfico No. 23.

ANEXO No. 37

TABLA A33 ANÁLISIS DE LA VARIABLE COLORES

Colores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
CLAROS	31	32,6	32,6	32,6
FUERTES	6	6,3	6,3	38,9
BLANCOS	5	5,3	5,3	44,2
CLAROS Y FUERTES	23	24,2	24,2	68,4
BLANCOS Y FUERTES	7	7,4	7,4	75,8
BLANCOS Y CLAROS	23	24,2	24,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 24 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE COLORES



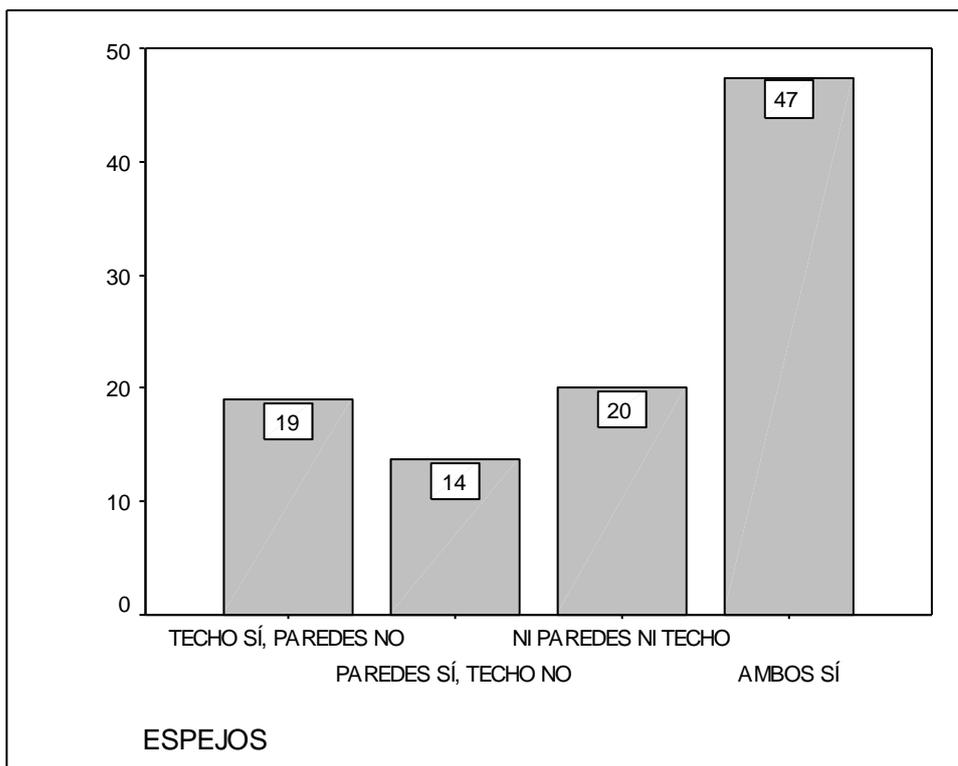
FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 38

TABLA A34 ANÁLISIS DE LA VARIABLE ESPEJOS

Ubicación de los espejos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
TECHO SÍ, PAREDES NO	18	18,9	18,9	18,9
PAREDES SÍ, TECHO NO	13	13,7	13,7	32,6
NI PAREDES NI TECHO	19	20,0	20,0	52,6
AMBOS SÍ	45	47,4	47,4	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 25 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE ESPEJOS



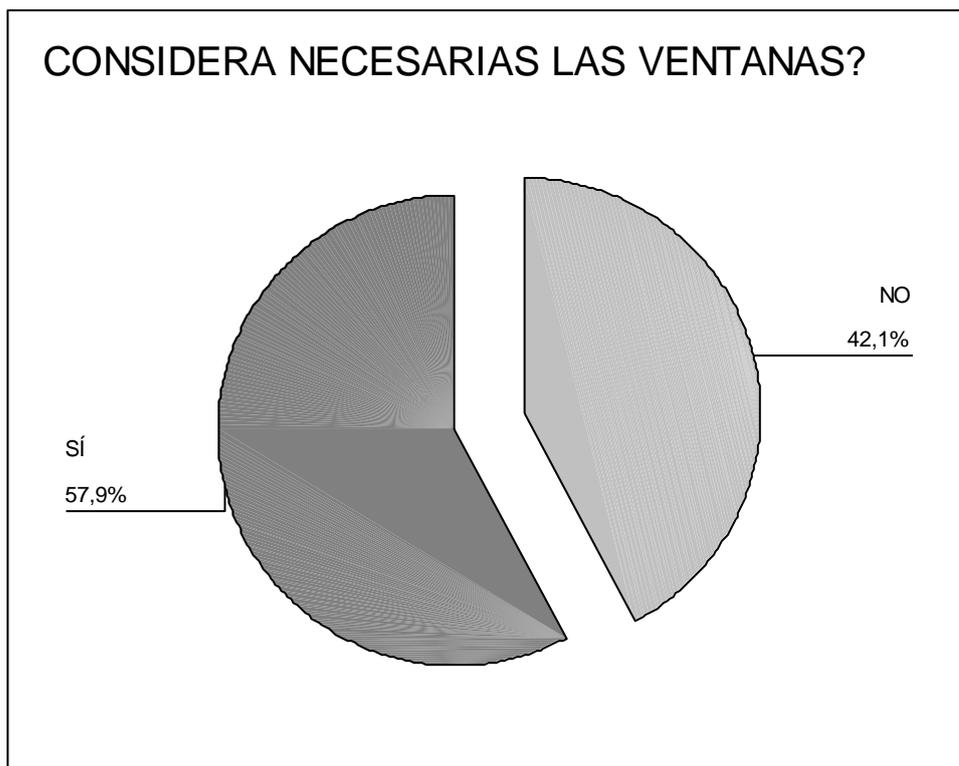
FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 39

TABLA A35 ANÁLISIS DE LA VARIABLE VENTANAS

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NO	40	42,1	42,1	42,1
SÍ	55	57,9	57,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 26 GRÁFICO DE PASTEL, VARIABLE VENTANAS



FUENTE: Encuestas

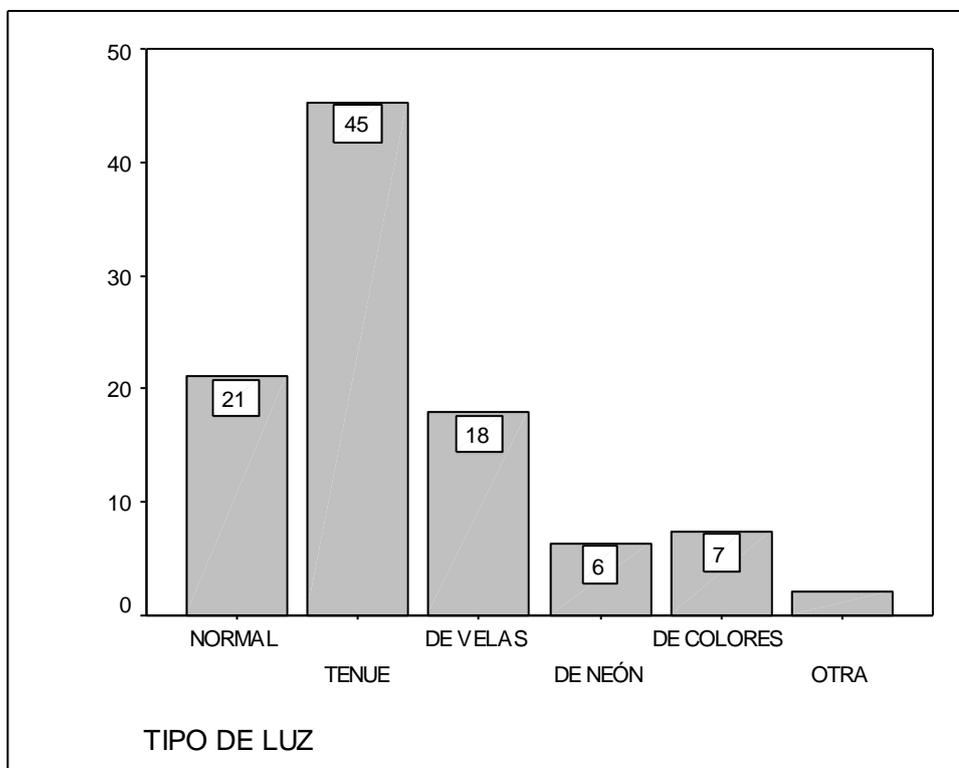
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 40

TABLA No. A36 ANÁLISIS DE LA VARIABLE ILUMINACIÓN

Iluminación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
NORMAL	20	21,1	21,1	21,1
TENUE	43	45,3	45,3	66,3
DE VELAS	17	17,9	17,9	84,2
DE NEÓN	6	6,3	6,3	90,5
DE COLORES	7	7,4	7,4	97,9
OTRA	2	2,1	2,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 27 GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE ILUMINACIÓN



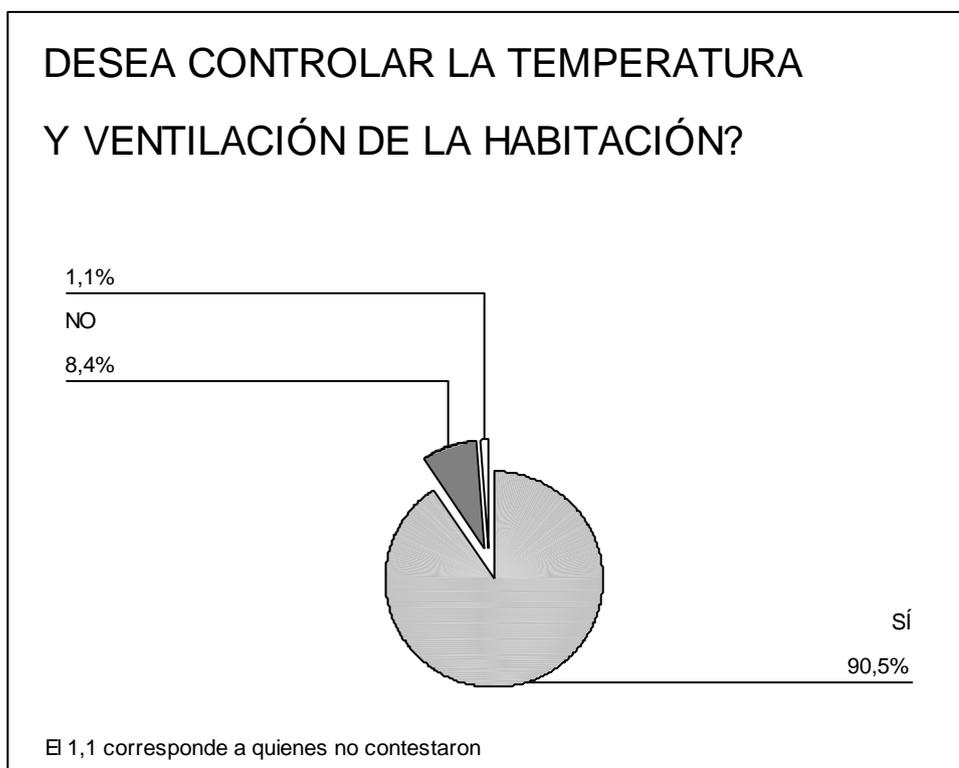
FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 41

TABLA A37 ANÁLISIS DE LA VARIABLE CLIMATIZACIÓN

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SÍ	86	90,5	90,5	91,6
NO	8	8,4	8,4	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 28 GRÁFICO DE PASTEL, VARIABLE CLIMATIZACIÓN



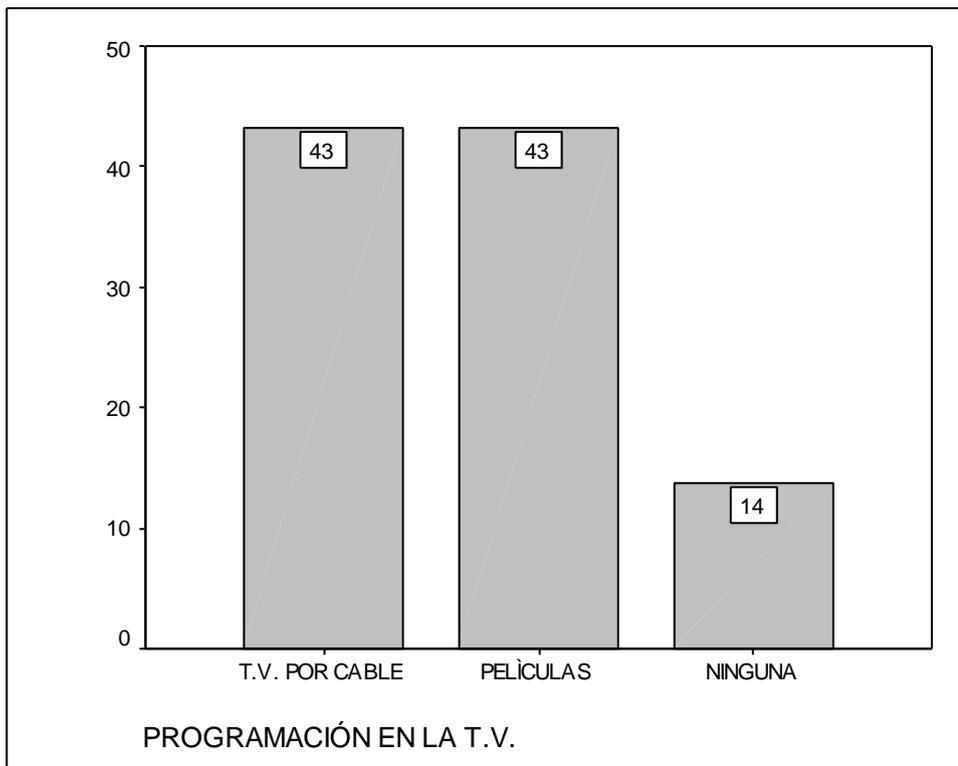
FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 42

TABLA A38 ANÁLISIS DE LA VARIABLE TELEVISIÓN

Programación en la TV.	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
T.V. POR CABLE	41	43,2	43,2	43,2
PELÍCULAS	41	43,2	43,2	86,3
NINGUNA	13	13,7	13,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 29 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE TELEVISIÓN



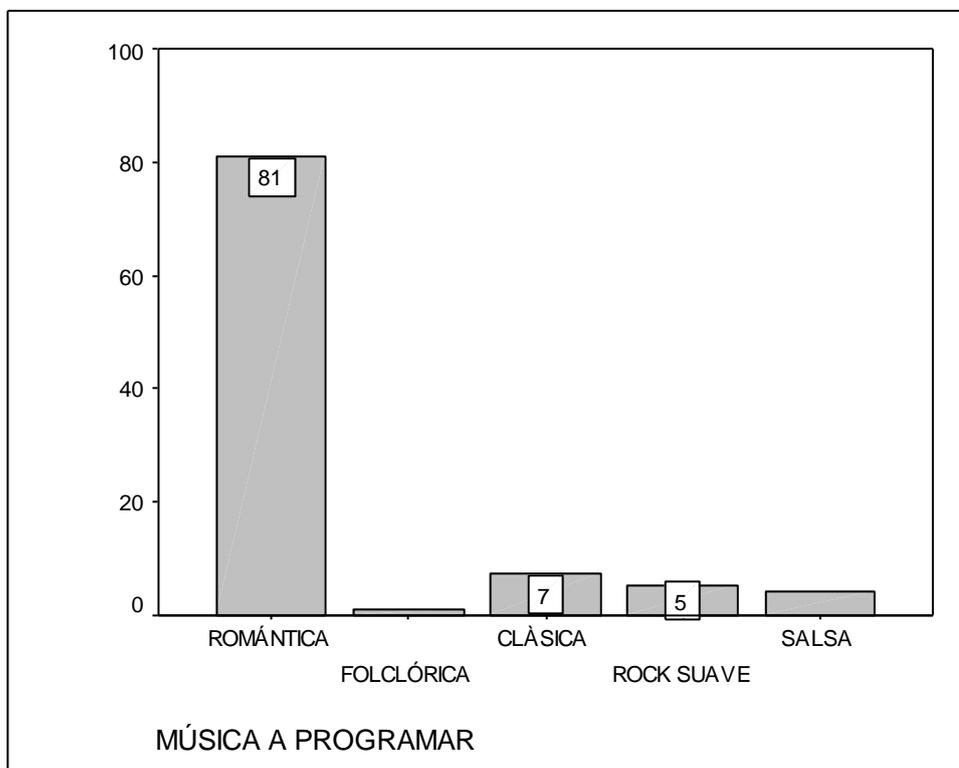
FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 43

TABLA A39 ANÁLISIS DE LA VARIABLE MÚSICA

Programación Musical	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
ROMÁNTICA	77	81,1	81,1	82,1
FOLCLÓRICA	1	1,1	1,1	83,2
CLÁSICA	7	7,4	7,4	90,5
ROCK SUAVE	5	5,3	5,3	95,8
SALSA	4	4,2	4,2	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 30 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE MÚSICA



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

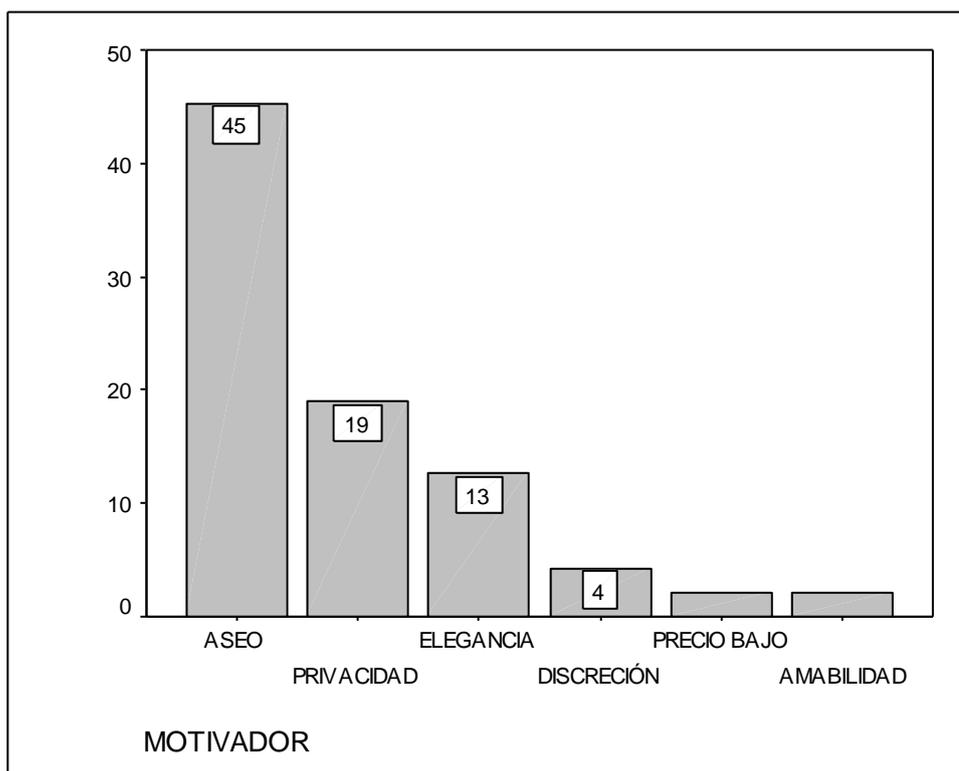
ANEXO No. 44

TABLA A40

ANÁLISIS DE LA VARIABLE FACTOR DE DECISIÓN

Factor de Decisión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
ASEO	43	45,3	45,3	60,0
PRIVACIDAD	18	18,9	18,9	78,9
ELEGANCIA	12	12,6	12,6	91,6
DISCRECIÓN	4	4,2	4,2	95,8
PRECIO BAJO	2	2,1	2,1	97,9
AMABILIDAD	2	2,1	2,1	100,0
S/R	14	14,7	14,7	14,7
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 31 GRÁFICO DE FRECUENCIAS, VARIABLE FACTOR DE DECISIÓN



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

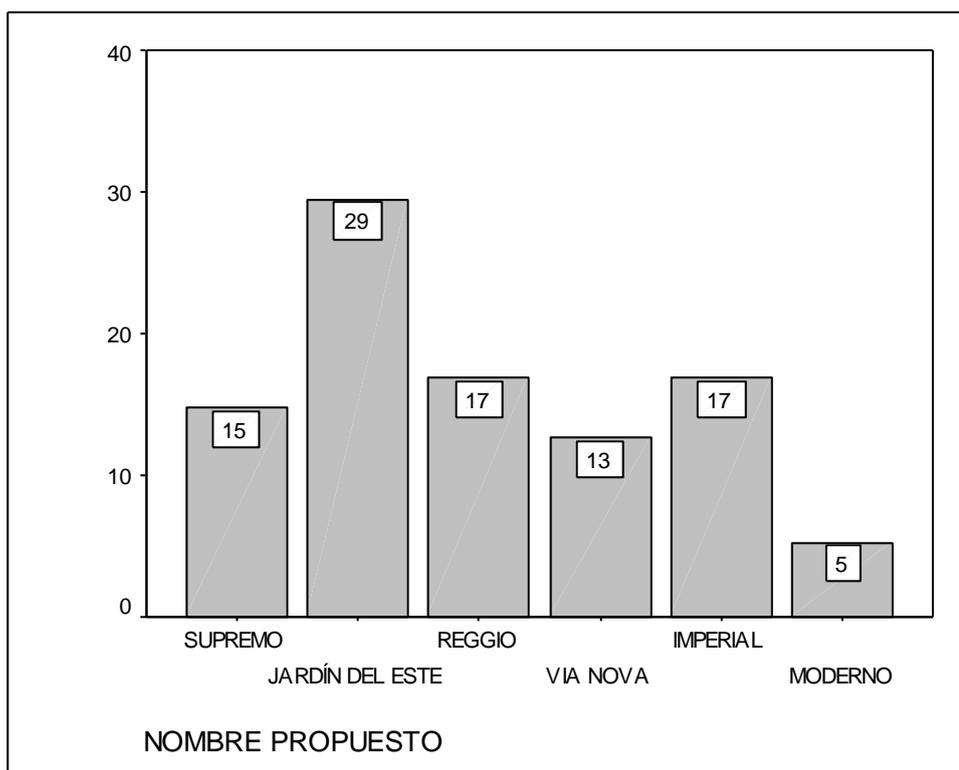
ANEXO No. 45

**TABLA A41
PROPUESTO**

ANÁLISIS DE LA VARIABLE NOMBRE

Nombre Propuesto	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SUPREMO	14	14,7	14,7	18,9
JARDÍN DEL ESTE	28	29,5	29,5	48,4
REGGIO	16	16,8	16,8	65,3
VIA NOVA	12	12,6	12,6	77,9
IMPERIAL	16	16,8	16,8	94,7
MODERNO	5	5,3	5,3	100,0
S/R	4	4,2	4,2	4,2
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 32 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE NOMBRE PROPUESTO



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 46

TABLA A42

ANÁLISIS DE LA VARIABLE PRECIO

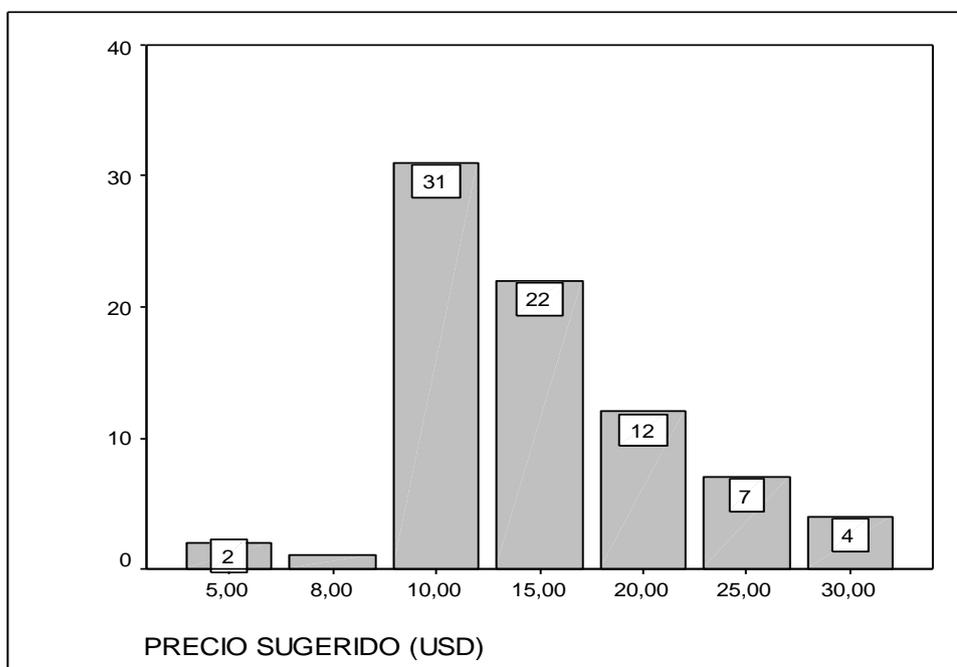
Precio	Observaciones		Media	Moda	Desviación Estándar	Varianza
	Válidas	Faltantes				
PRECIO	79	16	15,1013	10,00	6,1218	37,4768

TABLA A43

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS

Precio Sugerido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
5,00	2	2,1	2,5	2,5
8,00	1	1,1	1,3	3,8
10,00	31	32,6	39,2	43,0
15,00	22	23,2	27,8	70,9
20,00	12	12,6	15,2	86,1
25,00	7	7,4	8,9	94,9
30,00	4	4,2	5,1	100,0
Total	79	83,2	100,0	
Missing	16	16,8		
Total	16	16,8		
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 33 GRÁFICO DE BARRAS VARIABLE PRECIO



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 47

TABLA A44

ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA

Producto	Establecimiento			
	Del Río	Los Sauces	Del Río 2	Castillo del Rey
Suite	S/. 6,00	S/. 6,00	S/. 6,00	S/. 15,00
Vino		S/. 5,00		S/. 6,00
Piña Colada botella		S/. 5,00		
Ron Estelar	S/. 3,00		S/. 3,00	
Ron Estelar ½		S/. 3,00		
Champán	S/. 4,00	S/. 4,00	S/. 4,00	
Zhumir Coco		S/. 5,00		
Cerveza pequeña	S/. 1,50	S/. 1,00	S/. 1,50	S/. 2,00
Cola	S/. 1,00	S/. 0,80	S/. 1,00	S/. 1,00
Agua 1/2 lt.	S/. 0,80	S/. 0,80	S/. 0,80	S/. 1,00
1/2 cajetilla cigarrillos	S/. 1,50	S/. 2,00	S/. 1,50	
Preservativos	S/. 0,60		S/. 0,60	
Chiclets	S/. 0,60		S/. 0,60	
Sándwich	S/. 1,50	S/. 1,00	S/. 1,50	
Café		S/. 0,50		
Jugo		S/. 1,00		S/. 1,00
Snacks				S/. 0,50
Cocktails				S/. 3,00
Vodka	S/. 1,50		S/. 1,50	
Amareto	S/. 1,50		S/. 1,50	
Piña Colada	S/. 1,50		S/. 1,50	
Cuba Libre	S/. 1,50	S/. 1,50	S/. 1,50	
Novia Virgen		S/. 2,00		
Seductor		S/. 2,00		
Intocable		S/. 2,00		
Sorpresa de Cama		S/. 2,00		
Caricias		S/. 2,00		

FUENTE: Listas de precios de los establecimientos observados

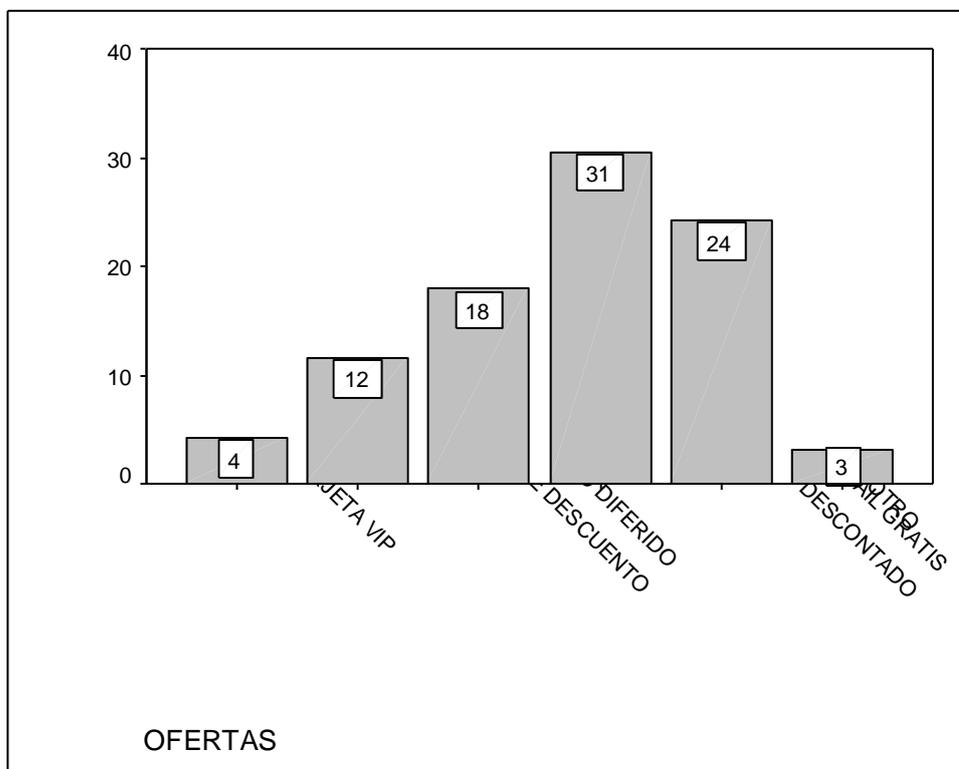
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA A45

ANÁLISIS DE LA OFERTAS

Ofertas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
TARJETA VIP	4	4,2	4,2	12,6
CUPÓN DE DESCUENTO	11	11,6	11,6	24,2
PAGO DIFERIDO	17	17,9	17,9	42,1
SERVICIOS DESCONTADOS	29	30,5	30,5	72,6
COCKTAIL GRATIS	23	24,2	24,2	96,8
OTRO	3	3,2	3,2	100,0
S/R	8	8,4	8,4	8,4
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 34 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE OFERTAS



FUENTE: Encuestas
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

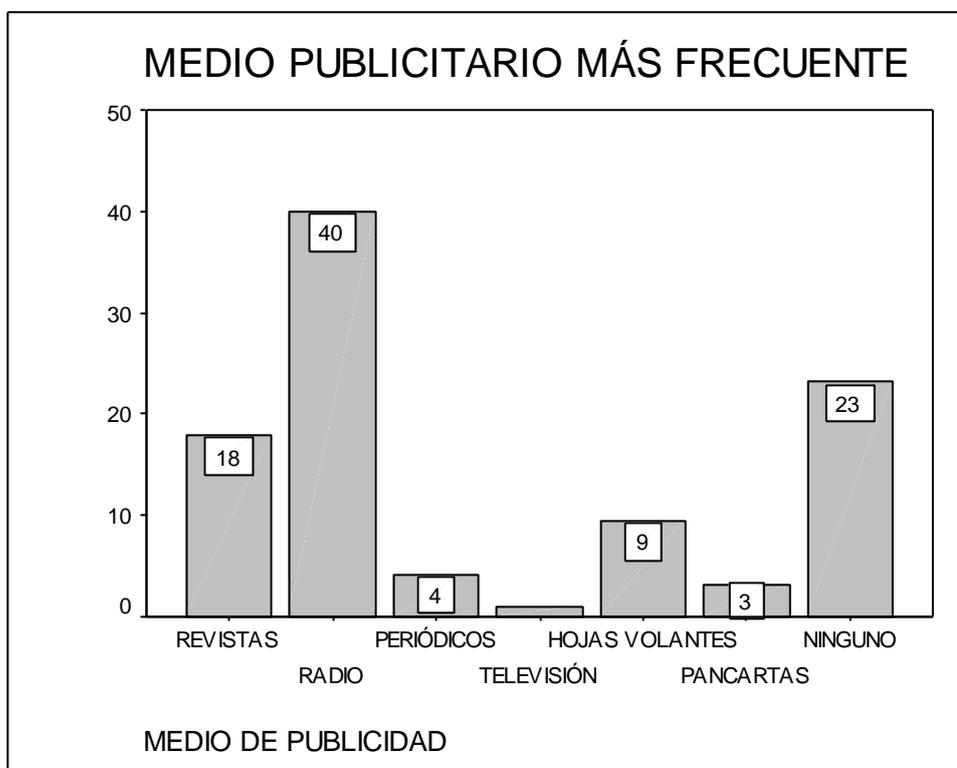
ANEXO No. 49

TABLA A46

ANÁLISIS DE LA VARIABLE PUBLICIDAD

Medio Publicitario más frecuente	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
REVISTAS	17	17,9	17,9	18,9
RADIO	38	40,0	40,0	58,9
PERIÓDICOS	4	4,2	4,2	63,2
TELEVISIÓN	1	1,1	1,1	64,2
HOJAS VOLANTES	9	9,5	9,5	73,7
PANCARTAS	3	3,2	3,2	76,8
NINGUNO	22	23,2	23,2	100,0
S/R	1	1,1	1,1	1,1
Total	95	100,0	100,0	
Total	95	100,0		

GRÁFICO No. 35 GRÁFICO DE BARRAS, VARIABLE PUBLICIDAD

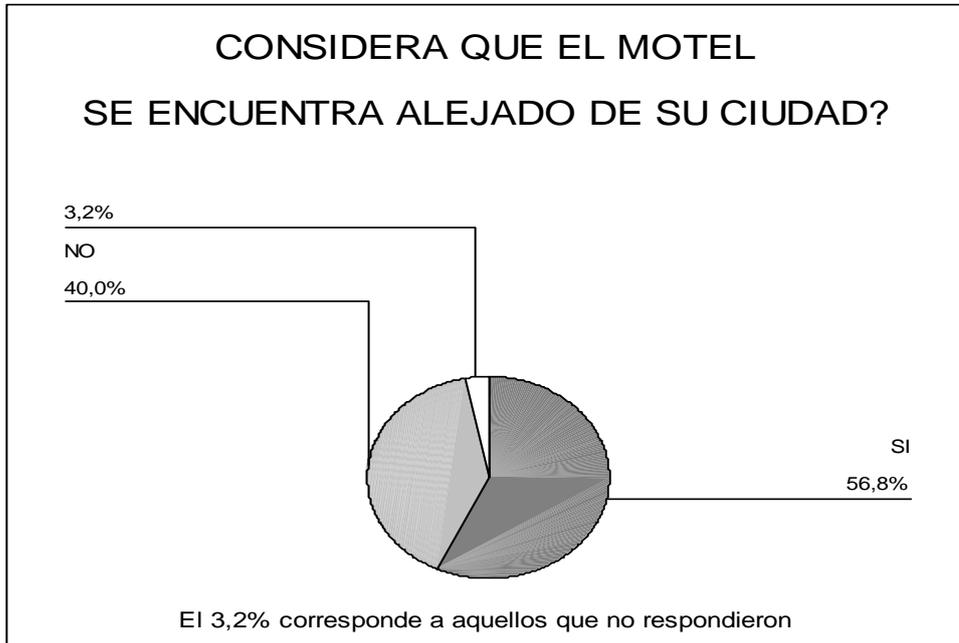


FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 50

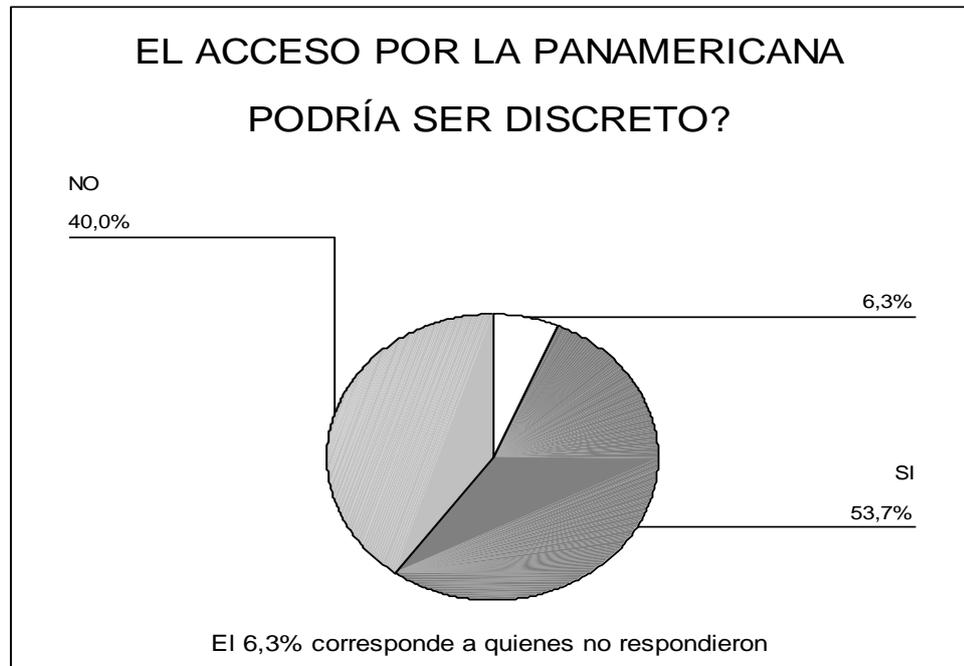
GRÁFICO No. 36 GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE LOCALIZACIÓN 1



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

GRÁFICO No. 37 GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE LOCALIZACIÓN 2



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

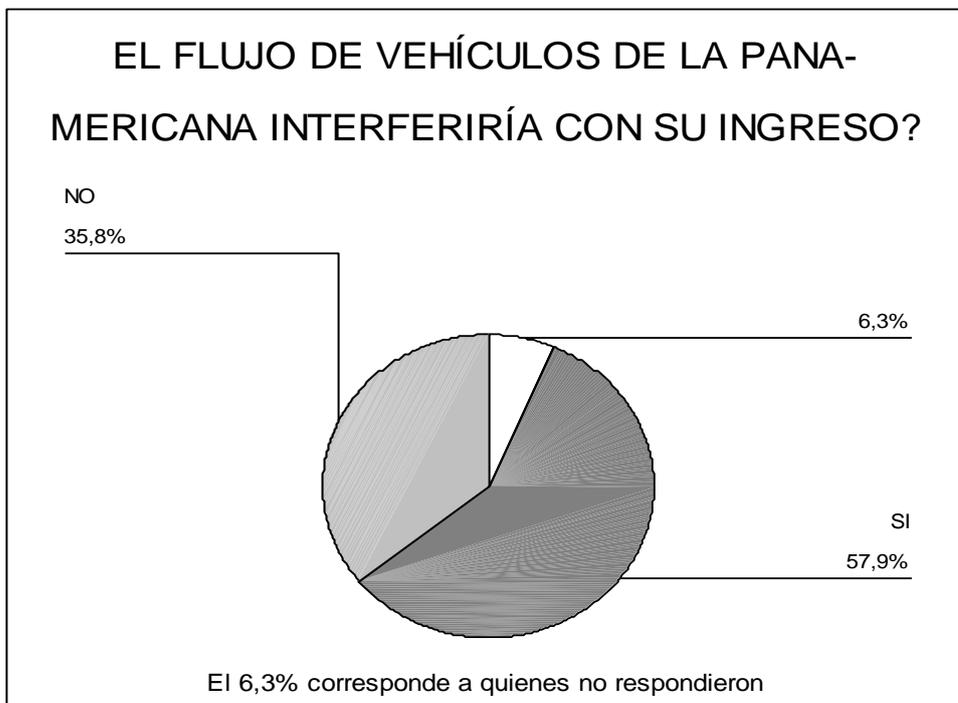
GRÁFICO No. 38 GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE LOCALIZACIÓN 3



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

GRÁFICO No. 39 GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE LOCALIZACIÓN 4



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

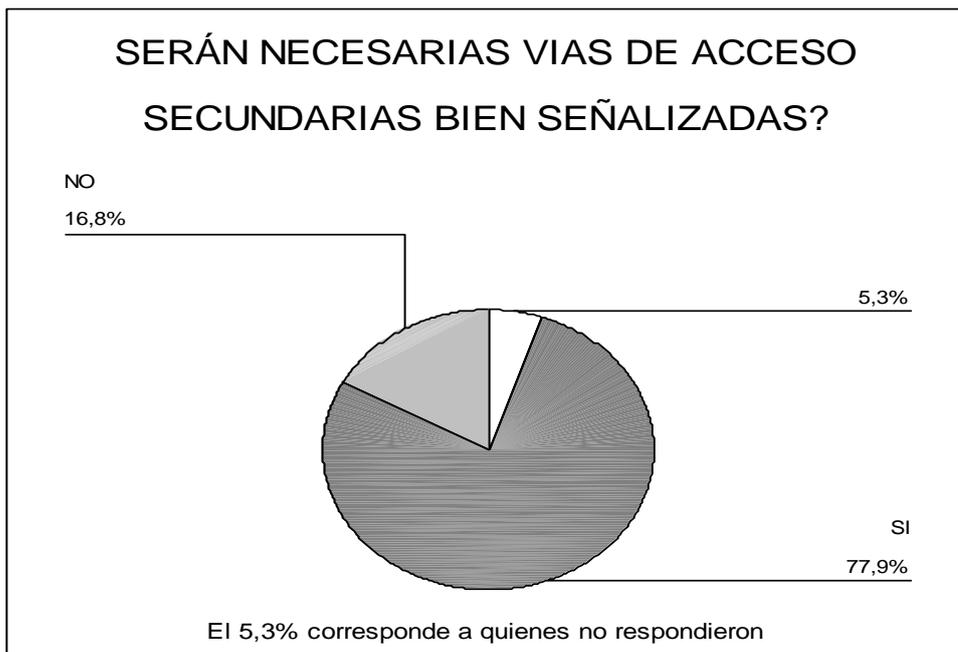
GRÁFICO No. 40 GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE LOCALIZACIÓN 5



FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

GRÁFICO No. 41 GRÁFICO DE PASTEL VARIABLE LOCALIZACIÓN 6



FUENTE: Encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo

ANEXO No. 51

DECRETO EJECUTIVO No. 3310-B

REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE GOBIERNO

Decreto No. 3310 – B

EL CONSEJO SUPREMO DE GOBIERNO

CONSIDERANDO:

Que mediante Decreto NO. 1724, del 9 de agosto de 1977, publicado en el Registro Oficial No. 405 del 22 de los mismos mes año, se ordena que las casas de alojamiento de huéspedes, los lugares donde se expenden bebidas alcohólicas, los establecimientos de juegos de azar y otros locales similares, deben tener un permiso anual de funcionamiento otorgado por la Intendencia General de Policía de la respectiva provincia:

Que el decreto supremo 952, del 18 de septiembre de 1974, publicado en el Registro Oficial No. 644 del 23 de septiembre del mismo año, ordena que para la correcta aplicación de la Ley de Fomento Turístico, no se considerarán como empresas que desarrollan actividades turísticas, los establecimientos cuyo capital sea inferior a S/. 50.000, Que su vigencia ocasiona reclamos e interpretaciones equívocas sobre su alcance y contenido:

Que es necesario aclarar y reglamentar el cobro de estos valores para beneficio tanto de laws Entidades Públicas beneficiarias de estos ingresos como de los contribuyentes; y,
En uso de las facultades en que se halla invertido.

DECRETA:

Art. 1.- Deróguese el Decreto Supremo No. 1724, del 9 de agosto de 1977, publicado en el Registro oficial No. 405 del 22 de agosto de 1977.

Art. 2.- Los locales donde se presten servicio de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes, o en general, lugares donde se consuman alimentos y bebidas alcohólicas y que estén sujetos al permiso de funcionamiento de DITURIS, deben obtener anualmente un permiso de funcionamiento otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada provincia, previo el pago del 20% del valor de los títulos de crédito que DITURIS emita anualmente en sus catastros.

Art. 3.- Los locales o establecimientos que no estén dentro de la jurisdicción de DITURIS obtendrán su permiso anual de funcionamiento en las Intendencias de Policía de cada provincia; previo el pago del valor de conformidad con la siguiente escala:

1.	S/.	10.000,00 pagarán	S/.	1.000,00
2.	“	10.000,00 a S/. 20.000,00 pagarán	“	1.500,00
3.	“	20.000,00 a S/. 50.000,00 pagarán	“	3.000,00

Art. 4.- Los valores que se recauden por este concepto, serán distribuidos de la siguiente forma:

- a) El 50% será depositado en una cuenta especial que para el objeto tendrá cada Gobernación para destinarlo a las necesidades más apremiantes de cada una de ellas.
- b) El 50% restante, ingresará a una cuenta que abrirá el Ministerio de Gobierno, para distribuir a las Gobernaciones de aquellas provincias que por su situación geográfica y poblacional no pueden obtener una recaudación adecuada por este concepto, a fin de solventar sus necesidades económicas.

Art. 5.- De la ejecución del presente decreto que entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial, encárguense los señores: Ministros, Secretarios de Estado, en las carteras de Gobierno e Industrias, Comercio e Integración;

Dado en el Palacio Nacional, en Quito, a 8 de marzo de 1979.

REGISTRO OFICIAL No. 799 DEL 26 DE MARZO DE 1979

ANEXO No. 52

ACUERDO MINISTERIAL PARA REGULAR A LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

LOS MINISTROS DE GOBIERNO Y TURISMO

Considerando:

Que de conformidad con lo previsto en el artículo 57 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, corresponde al Ministerio de Turismo en coordinación con el Ministerio de Gobierno y policía, regular los límites de horarios, vigilancia y responsabilidad de los administradores o propietarios de los establecimientos nocturnos de diversión:

Que es atribución del Ministerio de Gobierno y Policía a través de sus respectivos órganos precautelar el orden y la seguridad ciudadana: y,

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales.

Acuerdan:

Art. 1 .- Regular los horarios de funcionamiento y atención al público, en los establecimientos turísticos determinados en los literales a), c), d), f) e i) del artículo 3 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, dentro de los siguientes lineamientos:

- a) Para los servicios complementarios que brindan los establecimientos de alojamiento hotelero cuyas instalaciones se encuentran conexas y forman parte integrante del establecimiento principal, así como los locales denominados de comidas rápidas, gozarán de libertad para su funcionamiento en todos los campos.
- b) Los establecimientos de comidas y bebidas, excepto de comidas rápidas, atenderán los siguientes límites de horario para su funcionamiento.

Restaurantes	hasta las 02h00
Salas de Baile	hasta las 02h00
Cafeterías	hasta la 01h00
Drive In y Fuentes de soda	hasta la 01h00

- c) Límites de horario para establecimientos de diversión:

Discotecas	hasta las 03h00
Salas de Baile	hasta las 03h00
Peñas y Show Artísticos	hasta las 03h00
Salas de Banquetes	hasta las 03h00
Centros, Complejos de Convenciones	hasta las 03h00
Marinas y Muelles	hasta las 03h00

d) Límites de horarios para funcionarios de Salas de Juego (Bingos – Mecánicos):

Salas de Juegos (Bingos)	hasta las 02h00
De Diversión y Destreza	hasta las 22h00
Parques de Diversión Estables	hasta las 22h00

e) Los límites de horario para el funcionamiento de termas y balnearios, incluidos baños turcos, saunas hidromasajes y lodos medicinales, será hasta las 22h00.

f) Los límites de horario para el funcionamiento de las Boleras y pista de Patinaje serán.

Boleras	hasta las 24h00
Pista de Patinaje	hasta las 24H00

Art. 2 .- Los locales o establecimientos que no estén clasificados como turísticos y por consiguientes se encuentren fuera de la jurisdicción del Ministerio de Turismo, obtendrán su permiso anual de funcionamiento en las Intendencias Generales de Policía, previo cumplimiento de las formalidades legales, horarios y condiciones que estas dependencias determinen, en coordinación con las Gobernaciones de la provincia.

En el caso de la Intendencia General de Policía de Pichincha y Subintendencia de Policía de Santo Domingo de los Colorados, los horarios del caso, se fijarán previa coordinación con la Subsecretaría de Gobierno.

Art. 3 .- El Ministerio de Gobierno y policía, a través de las Intendencias Generales de Policía o Subintendencias de Policía, se encargará de la vigilancia y control del cumplimiento de los horarios establecidos en las disposiciones anteriores, así como de la aplicación de las respectivas sanciones, sin perjuicio de las que corresponda imponer a otras autoridades.

Art. 4 .- Los horarios de funcionamiento se prolongarán por una hora más para los establecimientos situados en el litoral ecuatoriano y en temporadas declaradas festivas en cada jurisdicción local , provincial o nacional.

Art. 5 .- Será obligación de los propietarios o administradores de servicios turísticos en horarios nocturnos contar con sistema de seguridad y guardianía destinados a proteger al usuario y sus bienes.

Art. 6 .- El presente acuerdo entrará en vigencia a partir de su expedición, sin perjuicio de su publicación en el Registro oficial.

Comuníquese.

Dado en el Distrito metropolitano de San Francisco de Quito a

f.)Vladimiro Alvarez Grau, Ministro de Gobierno y Policía.

f.)Rocío Vásquez Alcázar, Ministra de Turismo.

ANEXO No. 53

TABLA A47 NORMA TÉCNICA HOTELERA

REQUISITOS	PRIMERA 3 ESTRELLAS	SEGUNDA 2 ESTRELLAS	TERCERA 1 ESTRELLA
MOTEL	CAP.	<6	> 29 habitac.
Habitaciones			
Dobles	14.00 m2	13.00 m2	12.00 m2
Individuales	9.00 m2	8.00 m2	7.00 m2
Alimentación			
Cafetería	1.26 m2 c/habitac.	1.1 m2 c/habitac.	0,95 m2 c/habitac.

FUENTE: Ministerio de Turismo del Ecuador, Norma Técnica Hotelera.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 54

**ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO DEL MOTEL “JARDÍN
DEL ESTE”**

ELABORADO POR:

ING. RODRIGO TIPANTÁSIG

CUADRO A4

PRESUPUESTO (REPLANTEO Y NIVELACIÓN)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 1

RUBRO : Replanteo y nivelación

UNIDAD : m2

ESPEC: Con aparatos topográficos

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Tiras de madera 2.5*2.5*250	u	0.100	0.30	0.03
Clavos	kg.	0.020	0.72	0.01

				0.04
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.500	0.12	0.06	-----
				0.06
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría III	III	0.050	1.106	0.06
Categoría I	I	0.050	1.091	0.05

				0.11
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC. TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				0.21
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.06
PRECIO UNITARIO				0.28
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A5

PRESUPUESTO (EXCAVACIÓN DE PLINTOS)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 2
 RUBRO : Excavación de plintos y cimientos
 UNIDAD : m3
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL

				0.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		0.800	0.12	0.10

				0.10
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	2.500	1.091	2.73

				2.73
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				2.82
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.85
PRECIO UNITARIO				3.67
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A6
SIMPLE)

PRESUPUESTO (REPLANTILLO DE HORMIGÓN

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
FECHA : ABRIL DEL 2003
ITEM : 3
RUBRO : Replantillo de hormigón simple
UNIDAD : m3
ESPEC: Hormigón f`c=180 kg/cm2

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg	334.750	0.11	36.82
Arena	m3	0.650	7.00	4.55
Ripio	m3	0.950	7.00	6.65
Agua	m3	0.230	0.10	0.02

				48.05
 B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS				
Herramientas manuales		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
		1.00	0.12	0.12

				0.12
 C.- MANO DE OBRA				
Categoría I	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría III	I	7.500	1.091	8.18
	III	3.000	1.106	3.32

				11.50
 D.- TRANSPORTE				
	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
 COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				59.67
COSTOS INDIRECTOS 30 %				17.90
PRECIO UNITARIO				77.57
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A7
CIMIENTOS)

PRESUPUESTO (HORMIGÓN CICLÓPEO EN

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 4
 RUBRO : Hormigón ciclópeo en cimientos
 UNIDAD : m3
 ESPEC: 50% hormigón simple F'c=140 Kg/cm2 + 50% piedra

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg	225.000	0.11	24.75
Arena	m3	0.500	7.00	3.50
Ripio	m3	0.800	7.00	5.60
Agua	m3	0.144	0.10	0.01
Piedra bola	m3	0.500	12.00	6.00

				39.86
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	1.00	0.12	0.12	-----
			0.12	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	9.000	1.091	9.82
Categoría III	III	3.500	1.106	3.87
Categoría IV	IV	1.000	1.141	1.14

				14.83
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				54.82
COSTOS INDIRECTOS 30 %				16.44
PRECIO UNITARIO				71.26
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A8

PRESUPUESTO (RELLENO SUELO NATURAL)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 5
 RUBRO : Relleno suelo natural
 UNIDAD : m3
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL

				0.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		1.000	0.12	0.12

				0.12
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	1.800	1.091	1.96

				1.96
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				2.08
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.63
PRECIO UNITARIO				2.71
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A9

PRESUPUESTO (ACERO DE REFUERZO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 6
 RUBRO : Acero de refuerzo
 UNIDAD : Kg
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Acero de refuerzo	kg	1.050	0.51	0.54
Alambre galvanizado # 18	kg	0.050	0.72	0.04

				0.57
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.062	0.12	0.01	-----
				0.01
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría III	III	0.030	1.106	0.03
Categoría II	II	0.060	1.106	0.07

				0.10
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				0.68
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.20
PRECIO UNITARIO				0.88
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A10 PLINTOS DE HORMIGÓN SIMPLE F'C=210 KG/CM2

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 7

RUBRO : Plintos de hormigón simple F'c=210 Kg/cm2

UNIDAD : m3

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg	360.500	0.11	39.66
Arena	m3	0.460	7.00	3.22
Ripio	m3	0.710	7.00	4.97
Agua	m3	0.221	0.10	0.02

				47.87
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		10.000	0.12	1.20
Concreteira		1.100	8.00	8.80
Vibrador		1.100	8.00	8.80

				18.80
C.- MANO DE OBRA		CATEG HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	11.000	1.091	12.00
Categoría III	III	5.000	1.106	5.53
Categoría IV	IV	0.600	1.141	0.68

				18.22
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				84.88
COSTOS INDIRECTOS 30 %				25.46
PRECIO UNITARIO				110.35
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.

ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A11 CADENAS DE HORMIGÓN SIMPLE F'C = 210 KG/CM2

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 8

RUBRO : Cadenas de hormigón simple F'c=210Kg/cm2

UNIDAD : m3

ESPEC: Sección .30 * .30

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg	360.500	0.11	39.66
Arena	m3	0.460	7.00	3.22
Ripio	m3	0.710	7.00	4.97
Agua	m3	0.221	0.10	0.02
Tabla de encofrado 30 cm.	u	4.620	1.20	5.54
Tiras de madera 2.5*2.5*250	u	3.360	0.30	1.01
Estacas de madera	u	5.000	0.10	0.50
Clavos	kg	1.500	0.72	1.08

				56.00

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	10.000	0.12	1.20

			1.20

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	11.000	1.091	12.00
Categoría III	III	7.000	1.106	7.74
Categoría IV	IV	0.800	1.141	0.91
Categoría III	III	3.500	1.106	3.87
Categoría II	II	1.750	1.106	1.94

				26.46

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	83.66
COSTOS INDIRECTOS 30 %	25.10
PRECIO UNITARIO	108.76
OBSERVAC:	

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A12 COLUMNAS DE HORMIGÓN SIMPLE F'C=210 KG/CM2

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 9

RUBRO : Columnas de hormigón simple F'c=210 Kg/cm2

UNIDAD : m3

ESPEC: Sección .40 * .50

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg	360.500	0.11	39.66
Arena	m3	0.460	7.00	3.22
Ripio	m3	0.710	7.00	4.97
Agua	m3	0.221	0.10	0.02
Tabla de encofrado 30 cm.	u	8.210	1.20	9.85
Pingos D=10 cm.	ml	6.667	0.40	2.67
Tiras de madera 2.5*2.5*250	u	16.160	0.30	4.85
Clavos	kg	1.500	0.72	1.08

				66.31

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Concreteira	1.100	8.00	8.80
Vibrador	1.100	8.00	8.80
Herramientas manuales	30.000	0.12	3.60

			21.20

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	11.000	1.091	12.00
Categoría III	III	6.000	1.106	6.64
Categoría IV	IV	0.500	1.141	0.57
Categoría III	III	5.000	1.106	5.53
Categoría II	II	2.500	1.106	2.77

				27.50

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	115.02
COSTOS INDIRECTOS 30 %	34.50
PRECIO UNITARIO	149.52
OBSERVAC:	

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A13 VIGAS DE HORMIGÓN SIMPLE F'C=210 KG/CM2

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 10

RUBRO : Vigas de hormigón simple F'c= 210 Kg/cm2

UNIDAD : m3

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg	360.50	0.11	39.66
Arena	m3	0.460	7.00	3.22
Ripio	m3	0.710	7.00	4.97
Agua	m3	0.221	0.10	0.02
Tabla de encofrado 30 cm.	u	6.200	1.20	7.44
Tiras de madera 2.5*2.5*250	u	16.160	0.30	4.85
Clavos	kg	3.500	0.72	2.52
Pingos D=10 cm.	ml	6.667	0.40	2.67

				65.34
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
Concreteira	1.100	8.00		8.80
Vibrador	1.100	8.00		8.80
Herramientas manuales	30.000	0.12		3.60

				21.20
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	11.000	1.091	12.00
Categoría III	III	7.000	1.106	7.74
Categoría IV	IV	0.500	1.141	0.57
Categoría III	III	3.500	1.106	3.87
Categoría II	II	2.000	1.106	2.21

				26.40
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				112.94
COSTOS INDIRECTOS 30 %				33.88
PRECIO UNITARIO				146.82
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

**CUADRO A14 LOSA CUBIERTA DE HORMIGÓN SIMPLE F'C=210
Kg/Cm2**

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 11

RUBRO : Losa de cubierta de hormigón F'c=210 Kg/cm2

UNIDAD : m3

ESPEC: losa alivianada de .20 mt.

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg	360.500	0.11	39.66
Arena	m3	0.460	7.00	3.22
Ripio	m3	0.710	7.00	4.97
Agua	m3	0.221	0.10	0.02
Bloque alivianado 20*40*15	u	77.000	0.22	16.94
Tabla de encofrado 30 cm.	u	3.080	1.20	3.70
Pingos D=10 cm.	ml	22.21	0.40	8.88
Clavos	kg	4.000	0.72	2.88

				80.27
 B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS				
	HORAS-EQUIPO	COSTO	x HORA	SUBTOTAL
Concreteira	1.100	8.00		8.80
Elevador	1.100	8.00		8.80
Vibrador	1.100	8.00		8.80
Herramientas manuales	30.000	0.12		3.60

				30.00
 C.- MANO DE OBRA				
	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	11.00	1.091	12.00
Categoría III	III	7.000	1.106	7.74
Categoría IV	IV	1.000	1.141	1.14
Categoría III	III	5.000	1.106	5.53
Categoría II	II	2.500	1.106	2.77

				29.18
 D.- TRANSPORTE				
	UNID.	CANTIDAD	PREC. TRASP	SUBTOTAL

				0.00
 COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				139.45
COSTOS INDIRECTOS 30 %				41.83
PRECIO UNITARIO				181.28
OBSERVAC:Losa de 20 cm.				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.

ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A15 MASILLADO + IMPERMEABILIZACIÓN DE LOSA

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 12

RUBRO : Masillado + impermeabilización de losa

UNIDAD : m2

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Impermeabilizante Sika 1	kg	0.060	1.50	0.09
Cemento	kg	12.000	0.11	1.32
Arena	m3	0.020	7.00	0.14
Agua	m3	0.008	0.10	0.00

				1.55
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.100	0.12	0.01	-----
			0.01	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.800	1.091	0.87
Categoría III	III	1.000	1.106	1.11

				1.98
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				3.54
COSTOS INDIRECTOS 30 %				1.06
PRECIO UNITARIO				4.60
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A16 CONTRAPISO HORMIGÓN SOBRE EMPEDRADO

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 13

RUBRO : Contrapiso hormigón sobre empedrado

UNIDAD : m2

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Piedra bola	m3	0.100	12.00	1.20
Cemento	kg	16.750	0.11	1.84
Arena	m3	0.025	7.00	0.18
Ripio	m3	0.040	7.00	0.28
Agua	m3	0.014	0.10	0.00

				3.50
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.500	0.12	0.06	

			0.06	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	1.200	1.091	1.31
Categoría III	III	1.000	1.106	1.11
Categoría IV	IV	0.250	1.141	0.29

				2.70
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				6.26
COSTOS INDIRECTOS 30 %				1.88
PRECIO UNITARIO				8.14
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A17 MASILLADO Y PALETEADO DE CONTRAPISO

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 14
 RUBRO : Masillado y paleteado de contrapiso
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg	3.500	0.11	0.39
Arena	m3	0.019	7.00	0.13
Agua	m3	0.005	0.10	0.00

				0.52
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		2.000	0.12	0.24

				0.24
C.- MANO DE OBRA		CATEG HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I		I 0.700	1.091	0.76
Categoría III		III 0.700	1.106	0.77

				1.54
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				2.30
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.69
PRECIO UNITARIO				2.99
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A18 PRESUPUESTO (PARQUET DE CHANUL)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 15
 RUBRO : Parquet de chanul
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Parquet de chanul	m2	1.030	8.00	8.24
Pega de parquet	gl	0.067	22.00	1.47
Cera para pisos	gl	0.020	3.00	0.06

				9.77

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	2.000	0.12	0.24
Pulidora de pisos	0.500	8.00	4.00

			4.24

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	0.800	1.106	0.88
Categoría III	III	0.800	1.106	0.88

				1.77

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	15.78
COSTOS INDIRECTOS 30 %	4.74
PRECIO UNITARIO	20.52
OBSERVAC:	

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A19 PRESUPUESTO (CERÁMICA EN PISOS 30*30)

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 16

RUBRO : Cerámica en pisos 30*30

UNIDAD : m2

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cerámica 31 * 31 cm.	m2	1.030	6.94	7.15
Porcelana	kg	0.200	0.87	0.17
Cemento	kg	5.150	0.11	0.57
Agua	m3	0.080	0.10	0.01

7.90

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	2.000	0.12	0.24

0.24

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.700	1.091	0.76
Categoría III	III	0.700	1.106	0.77
Categoría IV	IV	0.150	1.141	0.17

1.71

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL
				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D) 9.85

COSTOS INDIRECTOS 30 % 2.95

PRECIO UNITARIO 12.80

OBSERVAC:

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A20 PRESUPUESTO (AZULEJO EN BAÑOS / EN PARED)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 17
 RUBRO : Azulejo en baños (en pared)
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Azulejo blanco superior	m2	1.050	5.80	6.09
Cemento	kg.	5.150	0.11	0.57
Arena	m3	0.010	7.00	0.07
Agua	m3	0.010	0.10	0.00
Litopon	kg.	0.250	2.20	0.55
Cemento blanco	kg.	0.016	0.32	0.01

				7.28
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	1.000	0.12	0.12	

			0.12	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.700	1.091	0.76
Categoría III	III	0.700	1.106	0.77
Categoría IV	IV	0.150	1.141	0.17

				1.71
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				9.11
COSTOS INDIRECTOS 30 %				2.73
PRECIO UNITARIO				11.85
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A21 PRESUPUESTO (MAMPOSTERÍA DE LADRILLO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 18
 RUBRO : Mampostería de ladrillo
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Jaboncillo común	u	36.000	0.18	6.48
Cemento	kg.	6.000	0.11	0.66
Arena	m3	0.030	7.00	0.21
Agua	m3	0.008	0.10	0.00

				7.35
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.500	0.12	0.06	

			0.06	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.700	1.091	0.76
Categoría III	III	0.700	1.106	0.77
Categoría IV	IV	0.150	1.141	0.17

				1.71
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				9.12
COSTOS INDIRECTOS 30 %				2.74
PRECIO UNITARIO				11.86
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A22 PRESUPUESTO (ENLUCIDO HORIZONTAL PALETEADO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 19
 RUBRO : Enlucido horizontal paleteado
 UNIDAD : m2
 ESPEC: Paleteado

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg.	7.500	0.11	0.83
Arena	m3	0.039	7.00	0.27
Agua	m3	0.009	0.10	0.00

				1.10
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	1.500	0.12	0.18	-----
			0.18	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	1.000	1.091	1.09
Categoría III	III	1.000	1.106	1.11
Categoría IV	IV	0.300	1.141	0.34

				2.54
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				3.82
COSTOS INDIRECTOS 30 %				1.15
PRECIO UNITARIO				4.96
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A23 PRESUPUESTO (CHAMPEADO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 20
 RUBRO : Champeado
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento blanco	kg.	0.900	0.32	0.29
Cementina	kg.	1.800	0.10	0.18
Agua	m3	0.002	0.10	0.00

				0.47
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.800	0.12	0.10	-----
			0.10	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.250	1.091	0.27
Categoría III	III	0.250	1.106	0.28

				0.55
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				1.11
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.33
PRECIO UNITARIO				1.45
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A24 PRESUPUESTO (ENLUCIDO VERTICAL CON PASTEADO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 21
 RUBRO : Enlucido vertical con pasteado
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg.	6.450	0.11	0.71
Cementina	kg.	3.000	0.10	0.30
Arena	m3	0.033	7.00	0.23
Agua	m3	0.008	0.10	0.00

				1.24
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		1.570	0.12	0.19

				0.19
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.800	1.091	0.87
Categoría III	III	0.900	1.106	1.00
Categoría IV	IV	0.150	1.141	0.17

				2.04
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				3.47
COSTOS INDIRECTOS 30 %				1.04
PRECIO UNITARIO				4.51
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A25 VENTANA DE HIERRO CON PROTECCIÓN

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 22
 RUBRO : Ventana de hierro con protección
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Ventana de hierro con rejilla	m2	1.00	22.00	22.00

				22.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		2.25	0.12	0.27

				0.27
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	1.500	1.106	1.66
Categoría III	III	0.750	1.106	0.83

				2.49
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				24.76
COSTOS INDIRECTOS 30 %				7.43
PRECIO UNITARIO				32.19
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A26 PRESUPUESTO (VIDRIO CLARO 4 mm.)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 23

RUBRO : Vidrio claro 4 mm.

UNIDAD : m2

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Vidrio de 4 mm.	m2	1.200	10.00	12.00
Masilla para vidrios	kg.	0.200	1.00	0.20

				12.20
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.500	0.12	0.06	-----
			0.06	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	0.250	1.106	0.28
Categoría III	III	0.250	1.106	0.28

				0.55
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				12.81
COSTOS INDIRECTOS 30 %				3.84
PRECIO UNITARIO				16.66
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A27 PRESUPUESTO (PINTURA)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 24

RUBRO : Pintura

UNIDAD : m2

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Pintura de caucho	gl	0.080	8.16	0.65
Yeso	kg.	0.100	0.54	0.05
Lija	u	0.200	.80	0.16
Agua	m3	0.001	0.10	0.00
Cemento blanco	kg.	0.100	0.32	0.03

				0.90
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.400	0.12	0.05	-----
			0.05	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	0.300	1.106	0.33
Categoría III	III	0.300	1.106	0.33

				0.66
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				1.61
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.48
PRECIO UNITARIO				2.09
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A28 PUERTA DE ALUMINIO Y VIDRIO INC, CERRADURA

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 25

RUBRO : Puerta de aluminio y vidrio inc. cerradura

UNIDAD : u

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Puerta aluminio vidrio bronce	m2	1.000	350.00	350.00
Varios	glb	1.000	2.00	2.00

				352.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		1.000	0.12	0.12

				0.12
C.- MANO DE OBRA		CATEG HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría III		III 4.000	1.106	4.42
Categoría II		II 4.000	1.106	4.42

				8.85
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				360.97
COSTOS INDIRECTOS 30 %				108.29
PRECIO UNITARIO				469.26
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A29 PRESUPUESTO (PUERTA PANELADA 0.70*210)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 26
 RUBRO : Puerta panelada 0.70*210
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Puerta panelada de laurel .70	u	1.000	100.00	100.00
Cemento	kg.	0.515	0.11	0.06
Arena	m3	0.001	7.00	0.01
Agua	m3	0.001	0.10	0.00

				100.06

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	5.000	0.12	0.60

			0.60

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	2.000	1.106	2.21
Categoría III	III	1.000	1.106	1.11

				3.32

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	103.98
COSTOS INDIRECTOS 30 %	31.19
PRECIO UNITARIO	135.18
OBSERVAC:	

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A30 PRESUPUESTO (PUERTA PANELADA 0.9*210)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 27
 RUBRO : Puerta panelada 0.90*210
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Puerta panelada de laurel .90	u	1.000	110.00	110.00
Cemento	kg.	0.515	0.11	0.06
Arena	m3	0.001	7.00	0.01
Agua	m3	0.001	0.10	0.00

				110.06
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	5.000	0.12	0.60	-----
				0.60
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	2.000	1.106	2.21
Categoría III	III	1.000	1.106	1.11

				3.32
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				113.98
COSTOS INDIRECTOS 30 %				34.19
PRECIO UNITARIO				148.18
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A31 PRESUPUESTO (PUERTAS LANFORT)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 28

RUBRO : Puertas Lanfort

UNIDAD : m2

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Puerta lamfort	m2	1.10	30.00	33.00

				33.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	1.000	0.12	0.12	

				0.12
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	1.00	1.106	1.11
Categoría III	III	1.00	1.106	1.11

				2.21
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				35.33
COSTOS INDIRECTOS 30 %				10.60
PRECIO UNITARIO				45.93
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A32 PRESUPUESTO (INSTALACIÓN ELÉCTRICA / LUCES)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 29
 RUBRO : Instalación eléctrica (luces)
 UNIDAD : pto
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Alambre sólido # 12	ml	13.000	0.15	1.95
Interruptor simple 1 vista	u	1.000	1.30	1.30
Boquilla de porcelana	u	1.000	0.57	0.57
Manguera 1/2" (e. eléctrica)	ml	4.000	0.10	0.40
Cajetín rectangular	u	1.000	0.30	0.30
Cajetín octogonal	u	1.000	0.30	0.30
Otros materiales	gb	1.000	1.00	1.00

				5.82
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		3.000	0.12	0.36

				0.36
C.- MANO DE OBRA		CATEG HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría III	III	1.650	1.106	1.82
Categoría II	II	1.650	1.106	1.82

				3.65
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				9.83
COSTOS INDIRECTOS 30 %				2.95
PRECIO UNITARIO				12.78
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A33 INSTALACIÓN ELÉCTRICA / TOMACORRIENTES

ANÁLISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 30

RUBRO : Instalación eléctrica (tomacorrientes)

UNIDAD : pto

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Alambre sólido # 12	ml	13.000	0.15	1.95
Tomacorriente doble	u	1.000	1.40	1.40
Cajetín rectangular	u	1.000	0.30	0.30
Otros materiales	gb	1.000	1.00	1.00
Manguera 1/2" (e. eléctrica)	mal	4.000	0.10	0.40

				5.05

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	4.520	0.12	0.54

			0.54

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	1.85	1.106	2.05
Categoría III	III	1.85	1.106	2.05

				4.09

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	9.68
COSTOS INDIRECTOS 30 %	2.91
PRECIO UNITARIO	12.59
OBSERVAC:	

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A34 INSTALACIÓN SANITARIA CON PVC 110 mm.

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 31

RUBRO : Instalación sanitaria con PVC 110 mm.

UNIDAD : pto

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Tubo PVC 110 mm. * 3 mt.	u	0.333	4.26	1.42
Pega para PVC	gl	0.030	13.87	0.42
Accesorios PVC 110 mm.	u	2.000	0.95	1.90

				3.73
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	0.500	0.12	0.06	-----
			0.06	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría III	III	1.500	1.106	1.66
Categoría II	II	1.500	1.106	1.66
Categoría IV	IV	0.500	1.141	0.57

				3.89
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				7.68
COSTOS INDIRECTOS 30 %				2.30
PRECIO UNITARIO				9.99
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A35 INSTALACIÓN SANITARIA CON PVC 75 mm.

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 32

RUBRO : Instalación sanitaria con PVC 75 mm.

UNIDAD : pto

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Tubo PVC 75 mm. * 3m.	u	0.400	3.88	1.55
Accesorios PVC 75 mm.	u	2.000	0.75	1.50
Pega para PVC	gl	0.020	13.87	0.28

				3.33
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	1.000	0.12	0.12	-----
			0.12	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	1.500	1.106	1.66
Categoría III	III	1.500	1.106	1.66
Categoría IV	IV	0.500	1.141	0.57

				3.89
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				7.34
COSTOS INDIRECTOS 30 %				2.20
PRECIO UNITARIO				9.54
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A36 PRESUPUESTO (INSTALACIÓN INODOROS)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 33

RUBRO : Instalación de Inodoros

UNIDAD : u

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Inodoro tanque bajo	u	1.000	50.00	50.00
Cemento	kg.	4.000	0.11	0.44
Arena	m3	0.030	7.00	0.21
Agua	m3	0.002	0.10	0.00
Llave angular	u	1.000	2.00	2.00

				52.65

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	3.000	0.12	0.36

			0.36

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	1.500	1.106	1.66
Categoría III	III	1.500	1.106	1.66

				3.32

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	56.33
COSTOS INDIRECTOS 30 %	16.90
PRECIO UNITARIO	73.23
OBSERVAC:	

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A37 PRESUPUESTO (INSTALACIÓN DE LAVABOS)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 34
 RUBRO : Instalación de lavabos
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Lavamanos 1 llave	u	1.000	50.00	50.00
Tacos fisher	u	6.000	.05	0.30
Tornillos	u	6.000	.15	0.90
Llave cromada lavamanos	u	1.000	10.00	10.00
Permatex tubo 11 onzas	u	0.125	8.00	1.00

				62.20
 B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS				
Herramientas manuales		3.000	0.12	0.36

				0.36
 C.- MANO DE OBRA				
Categoría II	II	1.500	1.106	1.66
Categoría III	III	1.500	1.106	1.66

				3.32
 D.- TRANSPORTE				
	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
 COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				65.88
COSTOS INDIRECTOS 30 %				19.76
PRECIO UNITARIO				85.64
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A38 PRESUPUESTO (SALIDA DE AGUA)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 35
 RUBRO : Salida de agua
 UNIDAD : pto
 ESPEC:

A.- MATERIALES				
Tubo PVC 1/2" * 6 m. reforz.	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
	u	0.666	5.00	3.33
Accesorios HG 1/2"	u	5.000	0.90	4.50
Permatex tubo 11 onzas	u	0.090	8.00	0.72

				8.55
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS				
Herramientas manuales		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
		4.000	0.12	0.48

				0.48
C.- MANO DE OBRA				
Categoría II	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
	II	1.50	1.106	1.66
Categoría III	III	1.50	1.106	1.66
Categoría I	I	0.50	1.091	0.55
Categoría III	III	0.50	1.106	0.55

				4.42
D.- TRANSPORTE				
	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				13.45
COSTOS INDIRECTOS 30 %				4.03
PRECIO UNITARIO				17.48
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A39 PRESUPUESTO (CAJA DE REVISIÓN 60*60 CON TAPA)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 36
 RUBRO : Caja de revisión 60*60 con tapa
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Ladrillo mambón	u	40.000	0.20	8.00
Cemento	kg.	23.400	0.11	2.57
Arena	m3	0.066	7.00	0.46
Ripio	m3	0.016	7.00	0.11
Acero de refuerzo	kg.	1.200	0.51	0.61
Piedra bola	m3	0.050	12.00	0.60
Agua	m3	0.019	0.10	0.00

				12.36

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	5.000	0.12	0.60

			0.60

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	3.500	1.091	3.82
Categoría III	III	3.500	1.106	3.87
Categoría IV	IV	1.000	1.141	1.14

				8.83

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	21.79
COSTOS INDIRECTOS 30 %	6.54
PRECIO UNITARIO	28.33

OBSERVAC:

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A40 PRESUPUESTO (REJILLA INTERIOR DE PISO 2")

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 37
 RUBRO : Rejilla interior de piso 2"
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Rejilla aluminio 2 "	u	1.000	0.70	0.70
Cemento	kg.	0.400	0.11	0.04
Arena	m3	0.002	7.00	0.01

				0.76
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		1.100	0.12	0.13

				0.13
C.- MANO DE OBRA		CATEG HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.550	1.091	0.60
Categoría III	III	0.550	1.106	0.61

				1.21
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC. TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				2.10
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.63
PRECIO UNITARIO				2.73
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A41 PRESUPUESTO (ACOMETIDA DE AGUA POTABLE)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 38
 RUBRO : Acometida de agua potable
 UNIDAD : ml
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Tubo HG 1" * 6 m.	u	0.167	8.00	1.34
Accesorios HG 1"	u	0.500	1.00	0.50
Permatex tubo 11 onzas	u	0.030	8.00	0.24

				2.08
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		1.300	0.12	0.16

				0.16
C.- MANO DE OBRA		CATEG HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	0.650	1.106	0.72
Categoría III	III	0.650	1.106	0.72

				1.44
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				3.67
COSTOS INDIRECTOS 30 %				1.10
PRECIO UNITARIO				4.77
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A42 INSTALACIÓN MEDIDOR DE AGUA POTABLE

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003

ITEM : 39

RUBRO : Instalación de Medidor de agua potable

UNIDAD : u

ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Medidor de agua	u	1.000	160.00	160.00
Accesorios HG 1/2"	u	1.000	0.90	0.90
Caja metálica para medidor	u	1.000	15.00	15.00
Tacos fisher	u	16.000	.05	0.80
Tornillos	u	16.000	.15	2.40

				179.10

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	0.500	0.12	0.06

			0.06

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría III	III	18.000	1.106	19.91
Categoría II	II	10.000	1.106	11.06

				30.97

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	210.13
COSTOS INDIRECTOS 30 %	63.04
PRECIO UNITARIO	273.17
OBSERVAC:	

CUADRO A43 PRESUPUESTO (CANALIZACIÓN TUBO DE CEMENTO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 40
 RUBRO : Canalización tubo de cemento
 UNIDAD : ml
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Tubo de cemento .15 * 1.0 m.	u	1.000	2.00	2.00
Cemento	kg.	4.000	0.11	0.44
Arena	m3	0.050	7.00	0.35
Agua	m3	0.002	0.10	0.00

				2.79
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Herramientas manuales	1.300	0.12	0.16	

			0.16	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.650	1.091	0.71
Categoría III	III	0.650	1.106	0.72
Categoría IV	IV	0.150	1.141	0.17

				1.60
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				4.55
COSTOS INDIRECTOS 30 %				1.36
PRECIO UNITARIO				5.91
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A44 PRESUPUESTO (FREGADERO DE COCINA)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 41
 RUBRO : Fregadero de cocina
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Lavaplatos hierro enlosado	u	1.000	60.00	60.00
Desagüe de lavaplatos	u	1.000	2.00	2.00
Llave lavaplatos	u	1.000	6.00	6.00
Permatex tubo 11 onzas	u	0.125	8.00	1.00

				69.00

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	5.340	0.12	0.64

			0.64

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	2.670	1.106	2.95
Categoría III	III	2.670	1.106	2.95

				5.91

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	75.55
COSTOS INDIRECTOS 30 %	22.66
PRECIO UNITARIO	98.21
OBSERVAC:	

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A45 PRESUPUESTO (TABLERO DE CONTROL)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 42
 RUBRO : Tablero de control
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Tablero G.E 4 ptos.	u	1.000	30.0	30.00
Breaker 1 polo 15 50 a.	u	8.000	4.50	36.00
Tacos fisher	u	8.000	.05	0.40
Tornillos	u	8.000	.15	1.20

				67.60

B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales	1.000	0.12	0.12

			0.12

C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	3.000	1.106	3.32
Categoría III	III	3.000	1.106	3.32
Categoría IV	IV	0.250	1.141	0.29

				6.92

D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00

COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)	74.64
COSTOS INDIRECTOS 30 %	22.39
PRECIO UNITARIO	97.03
OBSERVAC:	

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A46 PRESUPUESTO (SALIDA PARA LAVADORAS)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 43
 RUBRO : Salida para lavadoras
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES				
Tubo PVC 1/2" * 6 m. reforz.	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
	u	1.000	5.00	5.00
Permatex tubo 11 onzas	u	0.500	8.00	4.00
Llave de control de 1/2	u	0.300	1.50	0.45
Accesorios HG 1/2"	u	1.000	0.90	0.90

				10.35
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS				
Herramientas manuales		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
		1.000	0.12	0.12

				0.12
C.- MANO DE OBRA				
Categoría III	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
	III	2.000	1.106	2.21
Categoría II	II	2.000	1.106	2.21
Categoría III	III	0.500	1.106	0.55
Categoría I	I	0.500	1.091	0.55

				5.52
D.- TRANSPORTE				
	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				15.99
COSTOS INDIRECTOS 30 %				4.80
PRECIO UNITARIO				20.79
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A47 PRESUPUESTO (CERRAMIENTO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 44
 RUBRO : Cerramiento
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Bloque liviano 15 cm.	u	14.000	0.18	2.52
Cemento	kg.	7.725	0.11	0.85
Arena	m3	0.031	7.00	0.22
Agua	m3	0.006	0.10	0.00
Acero de refuerzo	kg.	1.431	0.51	0.73

				4.32
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL	
Andamios	1.300	0.20	0.26	
Herramientas manuales	1.000	0.12	0.12	

			0.38	
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.636	1.091	0.69
Categoría III	III	0.626	1.106	0.69
Categoría IV	IV	0.150	1.141	0.17

				1.56
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				6.25
COSTOS INDIRECTOS 30 %				1.88
PRECIO UNITARIO				8.13
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A48 PRESUPUESTO (VEREDA / PARQUADERO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 45
 RUBRO : Vereda (parqueadero)
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg.	16.750	0.11	1.84
Arena	m3	0.025	7.00	0.18
Ripio triturado	m3	0.040	7.00	0.28
Agua	m3	0.011	0.10	0.00

				2.30
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA		SUBTOTAL
Herramientas manuales	1.000	0.12		0.12
Concreteira	0.430	8.00		3.44

				3.56
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.830	1.091	0.91
Categoría III	III	0.430	1.106	0.48
Categoría IV	IV	0.180	1.141	0.21

				1.59
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				7.45
COSTOS INDIRECTOS 30 %				2.23
PRECIO UNITARIO				9.68
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A49 PRESUPUESTO (BORDILLO / PARQUEADERO)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 46
 RUBRO : Bordillo (parqueadero)
 UNIDAD : ml
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Cemento	kg.	41.000	0.11	4.51
Arena	m3	0.063	7.00	0.44
Ripio	m3	0.100	7.00	0.70
Agua	m3	0.028	0.10	0.00
Tabla de encofrado .30*2.40	u	0.578	1.20	0.69
Tiras de madera 4*4*250 cm.	u	0.400	0.40	0.16
Clavos	kg.	0.188	0.72	0.14

				6.64
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	HORAS-EQUIPO		COSTO x HORA	SUBTOTAL
Concreteira		0.150	8.00	1.20
Herramientas manuales		1.000	0.12	0.12

				1.32
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría I	I	0.500	1.091	0.55
Categoría III	III	0.500	1.106	0.55
Categoría IV	IV	0.500	1.141	0.57

				1.67
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				9.63
COSTOS INDIRECTOS 30 %				2.89
PRECIO UNITARIO				12.52
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A50 PRESUPUESTO (INSTALACIÓN TELEFÓNICA)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 47
 RUBRO : Instalación telefónica
 UNIDAD : pto
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Alambre de tel,fono # 22	m	12.000	0.10	1.20
Manguera 1/2"	m	3.000	0.10	0.30
Cajetín rectangular	u	1.000	0.30	0.30
Cinta adhesiva	u	0.070	0.50	0.04
Aplique de TV o tel,fono	u	1.000	1.30	1.30

				3.14
 B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS				
Herramientas manuales		1.000	0.12	0.12

				0.12
 C.- MANO DE OBRA				
Categoría II	II	1.500	1.106	1.66
Categoría III	III	1.500	1.106	1.66

				3.32
 D.- TRANSPORTE				
	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
 COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				6.57
COSTOS INDIRECTOS 30 %				1.97
PRECIO UNITARIO				8.54
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A51 PRESUPUESTO (ACOMETIDA ELÉCTRICA)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 48
 RUBRO : Acometida eléctrica
 UNIDAD : m
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Manguera 1/2" (e. eléctrica)	ml	1.000	0.10	0.10
Alambre sólido # 10	ml	1.000	0.18	0.18
Conector	u	0.100	1.20	0.12

				0.40
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		2.000	0.12	0.24

				0.24
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría II	II	1.050	1.106	1.16
Categoría III	III	1.050	1.106	1.16

				2.32
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				2.96
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.89
PRECIO UNITARIO				3.85
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A52 PRESUPUESTO (INSTALACIÓN MEDIDOR DE LUZ)

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL

FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 49
 RUBRO : Instalación de medidor de luz (220 voltios)
 UNIDAD : u
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Medidor de luz	u	1.000	260.00	260.00

				260.00
B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		HORAS-EQUIPO	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Herramientas manuales		1.000	0.12	0.12

				0.12
C.- MANO DE OBRA	CATEG	HORAS-HOMBRE	COSTO x HORA	SUBTOTAL
Categoría III	III	18.000	1.106	19.91

				19.91
D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				280.03
COSTOS INDIRECTOS 30 %				84.01
PRECIO UNITARIO				364.04
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

CUADRO A53 ELABORACIÓN Y APROBACIÓN DE PLANOS

ANALISIS DE PRECIOS UNITARIOS (APU)

PROYECTO: CONSTRUCCION DE UN MOTEL
 FECHA : ABRIL DEL 2003
 ITEM : 50
 RUBRO : Elaboración y aprobación de planos
 UNIDAD : m2
 ESPEC:

A.- MATERIALES	UNID.	CANTIDAD	PRECIO.UNIT	SUBTOTAL
Profesional de la construcción	m2	1.000	2.30	2.30
Colegio profesional	m2	1.000	0.1650	0.17

				2.47
 B.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS			HORAS-EQUIPO COSTO x HORA	SUBTOTAL

				0.00
 C.- MANO DE OBRA			CATEG HORAS-HOMBRE COSTO x HORA	SUBTOTAL

				0.00
 D.- TRANSPORTE	UNID.	CANTIDAD	PREC.TRASP	SUBTOTAL

				0.00
 COSTOS DIRECTOS (A+B+C+D)				2.47
COSTOS INDIRECTOS 30 %				0.74
PRECIO UNITARIO				3.20
OBSERVAC:				

FUENTE: Anteproyecto arquitectónico, Dep. Obras públicas Municipio de Salcedo.
 ELABORADO POR: Ing. Rodrigo Tipantásig

TABLA A48

PRESUPUESTO GLOBAL / EDIFICIO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR (USD)	
			UNTARIO	TOTAL
Replanteo y nivelación	m2	850	0,28	238,00
Excavación de plintos y cimientos	m3	85,78	3,67	314,81
Replanto de hormigón simple	m3	3,23	77,57	250,55
Hormigón ciclópeo en cimientos	m3	49,64	71,26	3.537,35
Relleno suelo natural	m3	37,44	2,71	101,46
Acero de refuerzo	Kg	20000	0,88	17.600,00
Plintos de hormigón simple F'c=210 Kg./cm2	m3	17,95	110,35	1.980,78
Cadenas de hormigón simple F'c=210 Kg./cm2	m3	20,28	108,76	2.205,65
Columnas de hormigón simple F'c=210 Kg./cm2	m3	6,34	149,52	947,96
Vigas de hormigón simple F'c=210 Kg./cm2	m3	25,14	146,82	3.691,05
Loza de hormigón F'c=210 Kg./cm2	m3	87,8	181,28	15.916,38
Masillado + impermeabilización de loza	m2	896,4	4,60	4.123,44
Contrapiso hormigón sobre empedrado	m2	781,4	8,14	6.360,60
Masillado y paletado de contrapiso	m2	754	2,99	2.254,46
Parquet de chapul	m2	364,16	20,52	7.472,56
Cerámica en pisos 30*30	m2	306,29	12,80	3.920,51
Azulejo en baños (en pared)	m2	144,72	11,85	1.714,93
Mampostería de ladrillo	m2	1252	11,86	14.848,72
Enlucido horizontal paletado	m2	695	4,96	3.447,20
Champeado	m2	695	1,45	1.007,75
Enlucido vertical con pasteado	m2	2504	4,51	11.293,04
Ventana de hierro con protección	m2	35,4	32,19	1.139,53
Vidrio claro 4mm.	m2	35,4	16,66	589,76
Pintura	m2	2360	2,09	4.932,40
Puerta de aluminio y vidrio	U	1	469,26	469,26
Puerta panelada 70*210	U	26	135,18	3.514,68
Puerta panelada 90*210	U	31	148,18	4.593,58
Puertas garage	m2	75	45,93	3.444,75
Instalación eléctrica (luces)	pto.	83	12,78	1.060,74
Instalación eléctrica (tomacorrientes)	pto.	62	12,59	780,58
Instalación sanitaria con PVC 110 mm.	pto.	14	9,99	139,86
Instalación sanitaria con PVC 75 mm.	pto.	50	9,54	477,00
Instalación inodoros	U	14	73,23	1.025,22
Instalación lavabos	U	14	85,64	1.198,96
Salida de agua	pto.	49	17,48	856,52
Caja de revisión 60*60 con tapa	U	10	28,33	283,30
Rejilla interior de piso 2"	U	33	2,73	90,09
Acometida de agua potable	M	25	4,77	119,25
Instalación de medidor de agua potable	U	1	273,15	273,15
Canalización tubo de cemento	M	70	5,91	413,70
Fregadero de cocina	U	1	98,21	98,21
Tablero de control	U	2	97,03	194,06
Salida para lavadoras	U	2	20,79	41,58
Cerramiento	m2	595,43	8,13	4.840,85
Acera (parqueadero)	m2	25,71	9,68	248,87

Bordillo (parqueadero)	M	19,93	12,52	249,52
Instalación telefónica	pto.	13	8,54	111,02
Acometida eléctrica	M	30	3,85	115,50
Instalación medidor de luz (220v.)	U	1	364,04	364,04
TOTAL (USD)				134.893,20
TOTAL (MILES DE USD)				134,89

ANEXO No. 55

TABLA A49 POTENCIA INSTALADA Y CONSUMO DE ENERGÍA

EQUIPO ELÉCTRICO	Cantidad	Vatios	total vatios	total kilovatios
CENTRAL TELEFÓNICA	1	60	60,00	0,06
AMPLIFICADOR	1	60	60,00	0,06
GRABADORA, RADIO, CD PLAYER	1	19	19,00	0,02
DVD. PLAYER	1	170	170,00	0,17
TELEVISIÓN	13	250	3.250,00	3,25
SECADOR CABELLO TIPO HOTEL	12	700	8.400,00	8,40
REFRIGERADOR	1	187	187,00	0,19
HORNO MICROHONDAS	1	1000	1.000,00	1,00
CAFETERA CAPUCHINO	1	750	750,00	0,75
WAFLERA	1	640	640,00	0,64
BOMBA DE AGUA	1	559,5	559,50	0,56
LAVADORA DE ROPA	2	465	930,00	0,93
SECADORA DE ROPA	1	2000	2.000,00	2,00
PLANCHA INDUSTRIAL	1	1500	1.500,00	1,50
ASPIRADORA INDUSTRIAL	1	1250	1.250,00	1,25
TINA HIDROMASAJE	2	373	746,00	0,75
GARAJE APERTURA AUTOMÁTICA	12	373	4.476,00	4,48
VENTILADOR EXTRACTOR OLORES	12	25	300,00	0,30
LÁMPARAS DE JARDÍN	25	40	1.000,00	1,00
LÁMPARAS PARED HABIT.	24	20	480,00	0,48
LÁMPARA PLAFONIERA MINI HALL	12	20	240,00	0,24
LÁMPARA PLAFONIERA HABIT.	43	60	2.580,00	2,58
Total potencia instalada (en kilovatios)				30,60
Porcentaje de uso promedio de la potencia instalada				0,60
Total potencia instalada promedio (en Kilovatios)				18,36
Tiempo promedio de uso de la Potencia instalada (en horas)				5,72
Potencia instalada utilizada promedio diaria (en Kilovatios/hora)				105,01
Kilovatios/hora consumidos al mes				3.150,32
Costo total de energía eléctrica mensual				315,03
Costo total de energía eléctrica anual (USD)				3.780,38
Costo total de energía eléctrica anual (MILES DE USD)				3,78038

FUENTE: Estudio Técnico, Empresa Eléctrica de Cotopaxi ELEPCO S.A.
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 56

TABLA A50 CONSUMO DE AGUA

TOMAS DE AGUA POTABLE ESTIMADAS	CANTIDAD	FRECUENCIA DE USO DIARIO	LITROS DE AGUA UTILIZADOS		
			POR USO	DIARIOS	MENSUALES
Baños	12	1,5	100	1.800	54.000
Lavadoras	2	9	260	4.680	140.400
Cocina	1	1	100	100	3.000
Jardines	2	1	100	200	6.000
Habitantes/día	4	1	150	600	18.000
Hidromasajes	2	1,5	170	510	15.300
Total litros de agua mensuales					236.700
Total metros cúbicos de agua mensuales					2.367
Costo total de agua potable mensual (USD)					237
Costo total de agua potable anual (USD)					2.840,4
Costo total de agua potable anual (MILES DE USD)					2,8404

FUENTE: Estudio Técnico, Empresa Municipal de Agua Potable de Salcedo.

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 57

TABLA A51 VENTAS POR AÑO

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"						
VENTAS POR AÑO (HABITACIONES)						
CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
DEMANDA MDO. (PXP)	15.884,0	20.303,0	20.110,0	19.863,0	19.567,0	19.225,0
VOLUMEN DE VENTAS (PXP)	6.115	6.115	6.421	6.742	7.079	7.433
% PARTICIPACION MDO.	38,50%	30,12%	31,93%	33,94%	36,18%	38,66%
PRECIO USD		15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
VENTAS (MILES USD)		91,7	96,3	101,1	106,2	111,5

FUENTE: Estudio de mercado
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA A52 VENTAS POR AÑO SEXY SHOP

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"				
VENTAS POR AÑO (SEXY SHOP)				
MEDIA DE GASTO POR INTERVALO	USUARIOS			INGRESO PROMEDIO ANUAL
	% POR INTERVALO	FRECIENTES DEL SERVICIO	FRECIENTES SEXY SHOP	
2,5	8,4	3.112	261	653,51
7,5	20	3.112	622	4.667,93
12,5	10,5	3.112	327	4.084,44
TOTAL INGRESOS SEXY SHOP (USD)				9.405,88
TOTAL INGRESOS SEXY SHOP (MILES DE USD)				9,40588

FUENTE: Estudio de mercado, encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA A53 VENTAS POR AÑO BAR

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"	VENTAS POR AÑO (BAR)
--------------------------------	-----------------------------

MEDIA DE GASTO POR INTERVALO	USUARIOS			INGRESO PROMEDIO ANUAL
	% POR INTERVALO	FRECUENTES DEL SERVICIO	FRECUENTES BAR	
2,5	1,1	3.112	34	85,58
7,5	3,2	3.112	100	746,87
12,5	2,1	3.112	65	816,89
TOTAL INGRESOS BAR (USD)				1.649,34
TOTAL INGRESOS BAR (MILES DE USD)				1,64934

FUENTE: Estudio de mercado, encuestas.
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

TABLA A54 VENTAS POR AÑO HIDROMASAJES

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"	VENTAS POR AÑO (SUITES)
--------------------------------	--------------------------------

SUITES CON HIDROMASAJE	FRECUENCIA DE USO	DIFERENCIAL DE PRECIO	INGRESOS		
			TOTALES DIARIOS	TOTALES MENSUALES	TOTALES ANUALES
2	1,5	5	7,5	225	2700
TOTAL INGRESOS HIDROMASAJE (MILES DE USD)					2,7

FUENTE: Estudio de mercado, encuestas
ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 58

TABLA A55 POLÍTICA FINANCIERA

MOTEL "JARDÍN DEL ESTE"
POLITICA FINANCIERA
(DOLARES, PORCENTAJES, DIAS, ACCIONES)

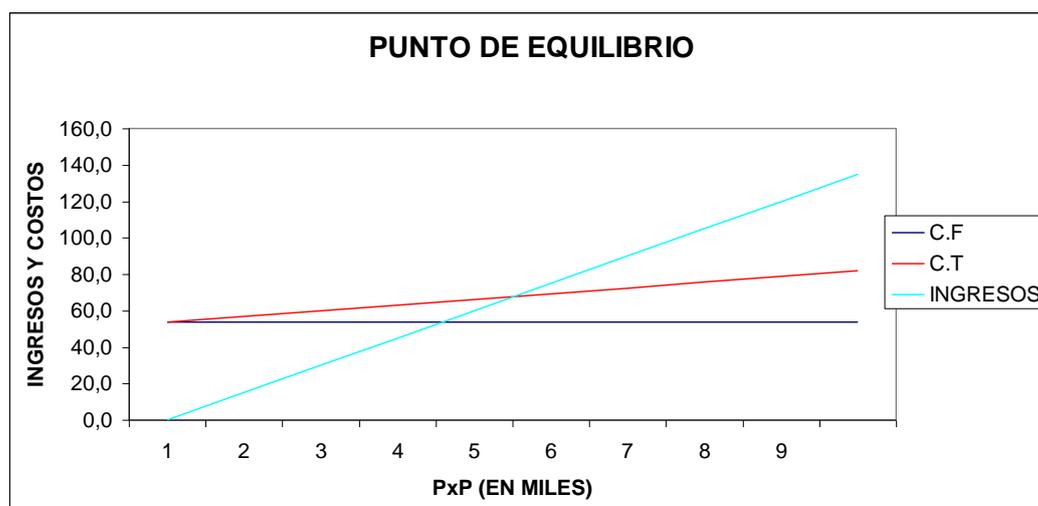
CONCEPTOS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
PRECIO UNITARIO (MILES USD)	0,0000	0,0150	0,0150	0,0150	0,0150	0,0150
UNIDADES VENDIDAS (PxP)	6.115	6.115	6.421	6.742	7.079	7.433
IMPUESTO A LA RENTA	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
PARTICIPACION TRABAJADORES	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
% COMISIÓN SOBRE VENTAS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
DÍAS DE CARTERA	1	1	1	1	1	1
INV. MERCADERÍAS (MILES USD)	8,50	8,50	8,50	8,50	8,50	8,50
DÍAS DETERGENTE LÍQUIDO	30	30	30	30	30	30
DÍAS DETERGENTE POLVO	30	30	30	30	30	30
DÍAS ARTÍCULOS DE ASEO	30	30	30	30	30	30
DÍAS MERCADERÍAS	30	30	30	30	30	30
DÍAS TRANSCURRIDOS	30	30	30	30	30	30
DÍAS FIN. EFECTIVO	15	15	15	15	15	15
DÍAS PROVEEDORES	30	30	30	30	30	30
INVERSIÓN SOCIOS (MILES USD)	120,5					
VALOR ACCIÓN (DOLARES)	100					
NUM. ACCIONES	1.205					
POLITICA DE DIVIDENDOS	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
CAPAC. TURNO/MES (PxP)	270	270	270	270	270	270
CAPAC. TURNO/ANUAL (PxP)	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240
CAPAC. TURNO ANUAL TOTAL	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480
TASA INTERÉS REAL	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%	17,00%
COMISIÓN BANCARIA	2,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CAPAC. ANUAL POR 1 TURNO	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240	3.240
CAPAC. ANUAL POR 2 TURNOS	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480	6.480
AMORTIZACIÓN CRÉDITO ORIG	5	5	5	5	5	5

FUENTE: Estudio de mercado, SRI, IESS, Proveedores.
 ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 59

GRÁFICO 42

PUNTO DE EQUILIBRIO PRECIO 15 DÓLARES

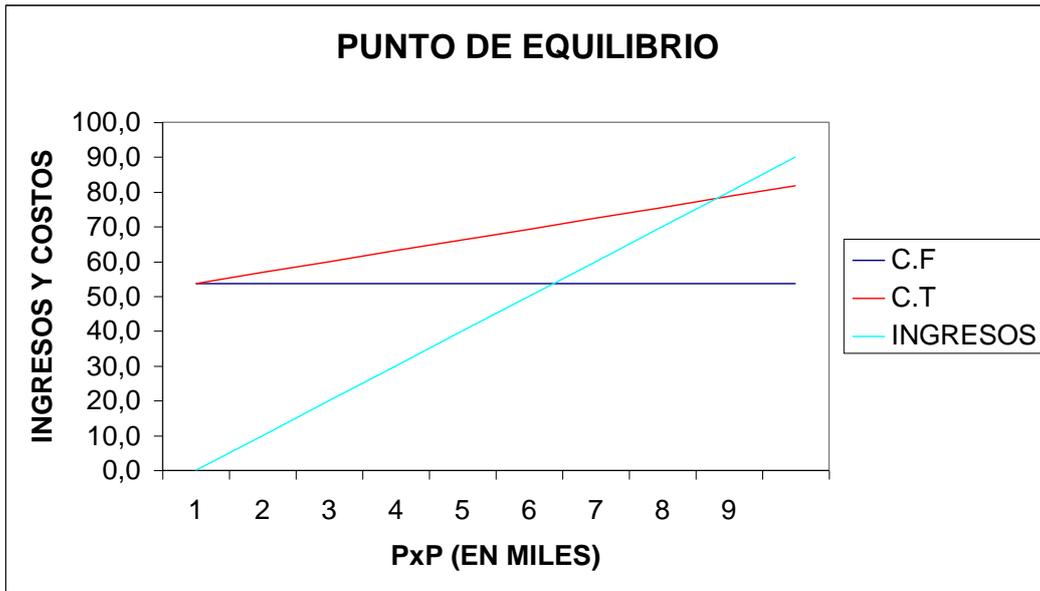


FUENTE: Tabla 6.1

ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

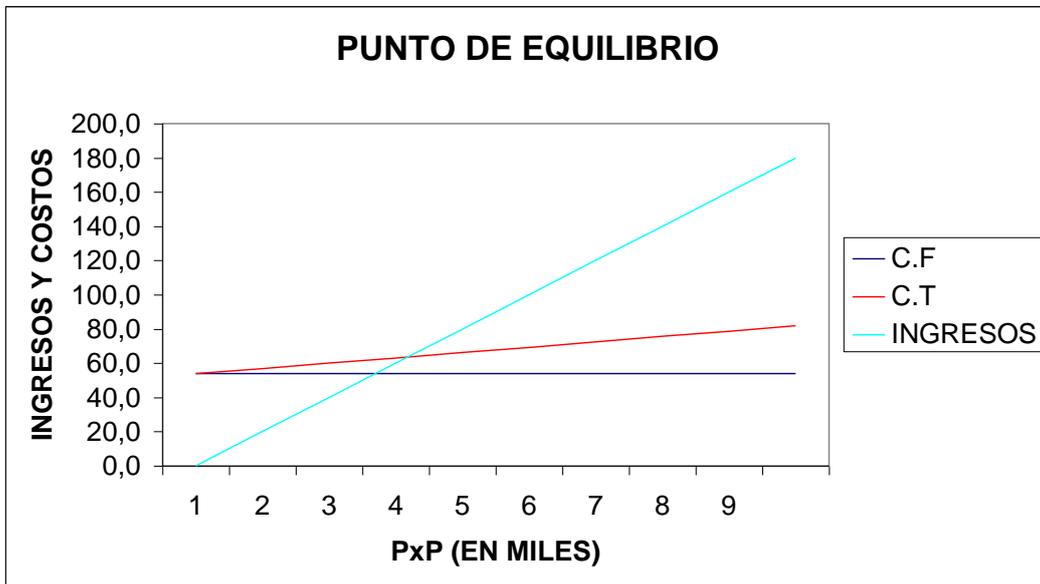
GRÁFICO 43

PUNTO DE EQUILIBRIO PRECIO 10 DÓLARES



ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

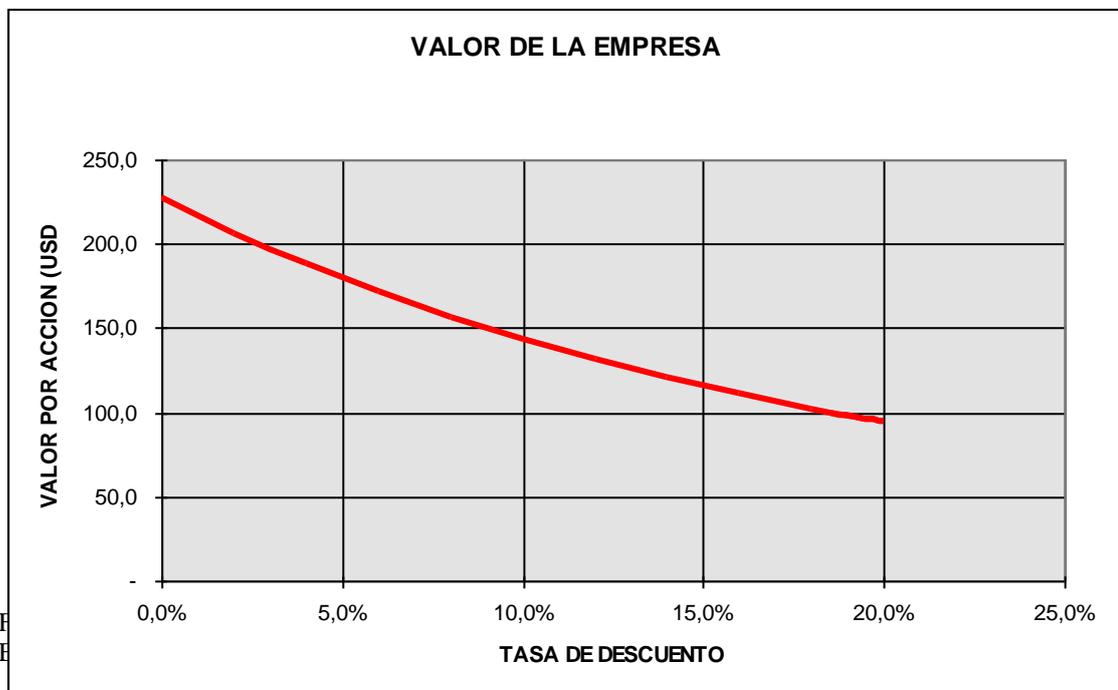
GRÁFICO 44 **PUNTO DE EQUILIBRIO PRECIO 20 DÓLARES**



ELABORADO POR: Pedro J. Guamán Bravo.

ANEXO No. 60

GRÁFICO No. 45 VALOR DEL MOTEL “JARDÍN DEL ESTE”



Latacunga, Julio del 2.003

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE LATACUNGA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

El presente proyecto fue realizado por :

Pedro Jesús Guamán Bravo

DECANO DE LA FACULTAD
Eco. Julio Villa Muñoz

SECRETARIO ACADÉMICO
Dr. Mario Lozada Paredes