

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA AL ALQUILER DE CASAS EN LAS PLAYAS DE MANTA –
MERCADO OBJETIVO: LA CIUDAD DE QUITO”**

AUTORA:

ANDREA FERNANDA PÉREZ JUCA

DIRECTOR:

DR. RAMIRO JARA

Quito, Junio 2011

CERTIFICACIÓN

Habiendo revisado la tesis de la Sra. Andrea Fernanda Pérez Juca, con el tema “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL ALQUILAR DE CASAS EN LAS PLAYAS DE MANTA – MERCADO OBJETIVO: LA CIUDAD DE QUITO” certifico que se han realizado los ajustes sugeridos, por lo tanto se APRUEBA LA TESIS.

Quito, Junio 07 del 2011.

Atentamente,

DR. RAMIRO JARA

Director de Tesis

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Todas las opiniones, juicios, pensamientos, aspectos y teorías expuestas y mencionadas en el presente documento son de única y exclusiva responsabilidad de su autor.

Quito, Junio 07 del 2011.

Atentamente,

ANDREA PEREZ JUCA
C.I. 1720090826

AGRADECIMIENTO

Expreso mis más sinceros agradecimientos a Dios por haberme dado la oportunidad de crecer junto los mejores padres, quienes con su amor y dedicación me han sabido apoyar incondicional y constantemente, lo cual permitió ayudarme a la culminación del presente trabajo; gracias por todo el amor y la paciencia.

Quito, Junio 07 del 2011.

Andrea Pérez J.

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis está dedicado a Pablo Antonio y Mathías Emilio García, gracias por atreverse a confiar en mí, es obvio que sin ustedes este sueño nunca hubiera podido ser completado. Ustedes son la base de mi vida y mi fuerza para seguir adelante siempre a pesar de las adversidades.

Quito, Junio 07 del 2011.

Andrea Pérez J.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene por objeto desarrollar las estrategias de administración conocidas y adquiridas durante la formación académica para la creación de una empresa dedicada a brindar el servicio de rentar viviendas como hospedaje durante periodos cortos de vacaciones.

Su contenido abarca todas y cada una de las ciencias administrativas necesarias para la elaboración del mismo, desde sus antecedentes hasta los resultados financieros y la determinación de las variables e indicadores que permiten hacer un análisis de rentabilidad, factibilidad del proyecto.

El desarrollo del presente trabajo tiene como finalidad de formar una microempresa que se dedique a fomentar el turismo de la ciudad de Manta, de mostrar a todos los turistas locales, nacionales y extranjeros todo lo que posee.

El turismo en la economía del país actualmente es muy importante, ya que trae muchos beneficios, tales como empleo, divisas, al igual que mejora el nivel de vida de los ecuatorianos. Se prevee que para el 2050 el Turismo se desarrollará notablemente y mantendrá una dinámica de magnitudes similares a las actuales, llegarán al Ecuador alrededor de 120.000 turistas que generaran empleo por concepto de turismo aproximadamente a quinientos mil habitantes.

Adicional a lo mencionado, se establecen pautas para la elaboración de los programas de entrenamiento y estrategias de penetración, comercialización y ventas.

En el Ecuador, la mayoría de personas que viajan a las diferentes regiones del país (costa, sierra, amazonia e insular) tienen en mente como opción de alojamiento un hotel, lo cual ha logrado que la palabra hotel, en sí, consiga posicionarse en la mente de las personas; también, se debe tomar en cuenta que los medios de comunicación tienen gran influencia en la oferta de los hoteles, y como consecuencia de esto, las personas que rentan casas no consiguen suficiente demanda en este servicio, es necesaria una comunicación que brinde una mejor publicidad y así dar a conocer el servicio que prestan.

Lo anterior se debe a que las personas dueñas de inmuebles de alquiler no difunden lo suficiente el servicio que prestan, ya que a diferencia de los hoteles, estos servicios no cuentan con planes o promociones en ninguna época del año, otro factor en contra de este servicio particular de alquiler de casas es que su búsqueda es compleja, es decir que los hoteles cuentan con medios más prácticos para ser localizados como el internet, guía telefónica, revistas, entre otros; y el hecho de que los hoteles tengan ya un posicionamiento en el mercado significa que las personas tienen mayor confianza en hospedarse en un hotel que rentar una casa.

Las circunstancias anteriores provocan que estas personas dueños de inmuebles desaprovechen las oportunidades del mercado y las fortalezas de sus inmuebles, lo cual permite que los hoteles sigan logrando mayores reconocimientos.

Para la elaboración del presente proyecto se ha escogido la ciudad de Manta, debido a que esta ciudad es visitada anualmente por turistas nacionales y extranjeros, las playas con mayor frecuencia son el Murciélagos, Tarqui, y Santa Marianita

Por lo tanto, está claro que la infraestructura hotelera en Manta se encuentra saturada; es por ello que el trabajo de investigación propone un estudio para determinar la factibilidad de crear un servicio nuevo para los quiteños que gusten viajar a las playas de Manta por diferentes motivos y que busque alojamiento en casas y/o departamentos que tienen las comodidades suficientes para que los huéspedes disfruten una temporada agradable y confortable.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

Certificación	I
Declaratoria de Responsabilidad	I
Agradecimiento	III
Dedicatoria	IV
Resumen Ejecutivo	V

CAPITULO I

Antecedentes

1.1. Definición del Tema y Alcance	14
1.2. Justificación e Importancia	14
1.3. Análisis Situacional	16
1.3.1. Análisis Interno	16
1.3.1.1.Fortalezas	16
1.3.1.2.Debilidades	17
1.3.2. Análisis Externo	17
1.3.2.1.Oportunidades	17
1.3.2.2.Amenazas	17
1.4. Situación de la Infraestructura Hotelera en Manta	17
1.5. Importancia	18
1.6. Objetivos	19
1.6.1. Objetivo General	19
1.6.2. Objetivos Específicos	19

CAPITULO II

Estudio de Mercado

2.1. Definición	21
2.2. Estructura de Mercado	21
2.3. Objetivos del Estudio de Mercado	22
2.3.1. Objetivo General	22
2.3.2. Objetivos Específicos	22
2.4. Métodos de Investigación	22
2.4.1. Exploratorio	23

2.4.2. Descriptivo	23
2.5. Estudio de la Demanda	23
2.5.1. Definición	23
2.5.2. Análisis de la Demanda	23
2.5.3. Recopilación de Información de Fuentes Primarias	24
2.5.3.1. Técnicas de Recolección de Información	24
2.5.3.2. Procedimiento de Muestreo y Determinación del Tamaño de la Muestra	24
2.5.3.2.1. Muestra	24
2.5.3.2.2. Tamaño de la Muestra	25
2.5.3.2.3. Análisis de la Población	25
2.5.4. Cálculo del Tamaño de la Muestra	27
2.5.4.1. Prueba Piloto	28
2.5.4.2. Recopilación de Datos	28
2.5.4.3. Formato de Encuesta	29
2.5.4.4. Análisis y Presentación de Datos	31
2.6. Segmentación de Mercado	43
2.6.1. Características del Mercado	44
2.7. Proyección de la Demanda Actual	44
2.7.1. Proyección de la Demanda	44
2.8. Estudio de la Oferta	46
2.8.1. Proyección de la Oferta	47
2.9. Demanda Insatisfecha	49
2.10. Marketing del Servicio	50
2.10.1. Competencia	50
2.10.2. Nombre y Logotipo	50
2.10.3. Misión	51
2.10.4. Visión	51
2.10.5. Estrategias de Marketing	51
2.10.6. Principios Filosóficos	52
2.11. Marketing MIX	52
2.11.1. Servicio	52
2.11.2. Precio	53
2.11.3. Plaza	53

2.11.4. Promoción y Publicidad	53
--------------------------------------	----

CAPITULO III

Estudio Técnico, Organizacional y Legal

3.1. Determinación del Tamaño del Proyecto.....	55
3.1.1. Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto	56
3.1.1.1 Identificación de la Demanda	56
3.1.1.2 Gustos y Preferencias	56
3.1.1.3 Disponibilidad de Insumos y Servicios Públicos	56
3.1.1.4 Mano de Obra	57
3.1.1.5 Financiamiento	57
3.1.2. Tamaño Óptimo del Proyecto	57
3.2. Localización del Proyecto	58
3.2.1. Macro Localización	58
3.2.2. Micro Localización	60
3.3. Requerimientos del Proyecto	61
3.4. Equipos, Muebles y Enseres	62
3.4.1. Materiales Quito	62
3.4.2. Materiales Manta	64
3.4.3. Oficina Manta	66
3.5. Requerimiento Mano de Obra	67
3.6. Flujograma del Proceso	68
3.6.1. Simbología	68
3.6.2. Diagrama de Flujo	69
3.7. Estudio Organizacional	70
3.7.1. Tipo de Empresa (Sector, Actividad)	70
3.7.2. Base Filosófica de la Empresa	70
3.7.3. Principios y Valores	70
3.7.3.1 Principios Organizacionales	71
3.7.3.2 Objetivos Organizacionales	71
3.7.3.3 Políticas	71
3.8. La Organización	72
3.8.1. Organigrama Estructural	72
3.8.2. Manual de Funciones	72

3.9.	Base Legal	75
3.9.1.	Nombre o Razón Social	75
3.9.2.	Tipo De Empresa	75
3.9.3.	Clase De Actividad	75
3.9.4.	Socios	75
3.9.5.	Titularidad De La Propiedad De La Empresa	76
3.10.	Contrato de Vivienda	78

CAPITULO IV

Estudio Económico-Financiero

4.1.	Inversión Requerida para el Proyecto	81
4.1.1.	Activos Fijos Tangibles	82
4.1.2.	Activos Intangibles	83
4.1.3.	Capital De Trabajo	83
4.2.	Fuentes De Financiamiento	85
4.2.1.	Tablas De Amortización	86
4.3.	Depreciaciones y Amortizaciones	87
4.4.	Estados Financieros	89
4.4.1.	Balance General	89
4.4.2.	Estados De Resultados	92
4.5.	Evaluación Financiera	94
4.5.1.	Flujo de Caja	94
4.5.2.	Tasa de Descuento	96
4.5.3.	Valor Actual Neto (VAN)	96
4.5.4.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	97
4.5.5.	Periodo de Recuperación del Capital	98
4.5.6.	Punto de Equilibrio	99
4.5.7.	Evaluación Social	101
	CONCLUSIONES	102
	RECOMENDACIONES	103
	BIBLIOGRAFIA.....	104

INDICE DE CUADROS

CAPITULO II

Estudio de Mercado

2.1 Porcentajes de Grupos de Edad de la Población de Quito	25
2.2. Proyección de la Población Ecuatoriana por Año	26
2.3. Simbología del Cálculo del Tamaño de la Muestra	27
2.4. Demanda de la Población	45
2.5. Proyección de la Demanda	46
2.6. Establecimientos que Prestan Servicios Sustitutos	47
2.7. Oferta de los servicios	47
2.8. Proyección de la Oferta	49
2.9. Demanda Insatisfecha	49

CAPITULO III

Estudio Técnico, Organizacional y Legal

3.1. Afluencia de Personas en la Playa por Mes	61
3.2. Instalaciones y Adecuaciones	62
3.3. Equipos de Oficina	63
3.4. Equipos de Computación	63
3.5. Muebles de Oficina	63
3.6. Insumos de Limpieza	64
3.7. Insumos de Mantenimiento	64
3.8. Muebles de Alojamiento	65
3.9. Muebles Cocina y Comedor	65
3.10. Instalaciones y Adecuaciones	66
3.11. Equipos de Oficina	66
3.12. Equipos de Computación	66
3.13. Muebles de Oficina	67
3.14. Mano de Obra	67
3.15. Simbología Flujograma	68
3.16. Participación de los Socios	77

CAPITULO IV

Estudio Económico-Financiero

4.1. Inversión inicial	82
------------------------------	----

4.2. Activos fijos tangibles	83
4.3. Activos intangibles.	83
4.4. Costo de Mano de obra directa	84
4.5. Costo de Mano de obra indirecta	84
4.6. Capital de trabajo	85
4.7. Fuente y usos de fondos	86
4.8. Tablas de amortización	87
4.9. Depreciación de activos	88
4.10. Amortización de activos	88
4.11. Estado de costos y gastos	91
4.12. Margen de utilidad por clientes	92
4.13. Estado de resultados	93
4.14. Flujo de fondos	95
4.15. Cálculo de la TMAR	96
4.16. Tasa interna de retorno	98
4.17. Periodo de recuperación de la inversión	98
4.18. Punto de equilibrio	99

INDICE DE GRAFICOS

CAPITULO II

Estudio de Mercado

Aplicación de la encuesta

2.1. Clasificación de encuestas por género	31
2.2. Encuestas por sector	32
2.3. Encuestas por edad	32
2.4. Pregunta N° 1	33
2.5. Pregunta N° 2	34
2.6. Pregunta N° 3	35
2.7. Pregunta N° 4	36
2.8. Pregunta N° 5	37
2.9. Pregunta N° 6	38
2.10. Pregunta N° 7	39
2.11. Pregunta N° 8	40

2.12. Pregunta N° 9	41
2.13. Pregunta N° 10	42

CAPITULO III

Estudio Técnico, Organizacional y Legal

3.1. Mapa Geográfico de la ciudad de Manta	59
3.2. Organigrama Estructural	72

CAPITULO IV

Estudio Económico-Financiero

4.1. Punto de Equilibrio	100
--------------------------------	-----

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA Y ALCANCE

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al alquiler de casas y/o departamentos en las principales playas ubicadas en la ciudad de Manta, tomando en cuenta como mercado objetivo las personas radicadas en la ciudad de Quito.

1.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El hombre ha tenido la necesidad de desplazarse desde hace muchos años atrás, con fines comerciales así como de turismo, por lo que necesita alojarse en los diferentes puntos geográficos.

Es así como con el pasar de los años y el desarrollo del Ecuador, el país se ve en la necesidad de crear centros de alojamiento, como hoteles, para incrementar el turismo, tanto nacional como internacionalmente, y poco a poco la gente va encontrando fuentes de trabajo e ingresos económicos en este sector del mercado.

“Una de las playas que ha incrementado su turismo en el Ecuador a través de los años es Manta, esta ciudad se está convirtiendo en uno de los lugares con mayor crecimiento económico para el país; “el feriado de carnaval del 2009 asistieron 250 mil visitantes. El flujo de visitantes ha aumentado un 15% desde enero del 2010”¹.

“Para el año 2009, la Cámara de Turismo de Manta realizó una alianza con inversores extranjeros, con el fin de aumentar el número de visitantes. El alcalde de Manta, informó que la infraestructura hotelera creció un 20% en este año, en comparación con 2009.”²

¹ WWW.ELUNIVERSO.COM

² WWW.EXPLORED.COM.EC

La ciudad de Manta ha aumentado la afluencia de turistas en los últimos años, y con ello también aumenta la infraestructura hotelera, sin embargo no existe la suficiente oferta de espacios de alojamiento para la demanda de personas que las playas de esta ciudad requieren durante las temporadas altas, por este motivo el trabajo de investigación intenta ofrecer un nuevo servicio de hospedaje, el cual consiste en alquilar casas y/o departamentos los cuales ya cuentan con los muebles necesarios, ya que la estadía para los turistas y visitantes debe estar acorde con la infraestructura hotelera de Manta.

Con los estudios y la inversión adecuada es factible ofrecer un servicio de calidad y totalmente garantizado a turistas quienes deseen pasar sus vacaciones durante el verano, fines de semana, feriados y otros en Manta, alojados temporalmente en una casa amoblada que cuenta con las suficientes comodidades; tomando en cuenta que el alojamiento temporal será como máximo de un mes.

Hay que considerar que en feriados los hoteles se copan el 100%, por lo tanto existe una demanda insatisfecha; ante esta situación algunas personas particulares desean rentar sus casas, como es el caso del Señor Xavier Rodríguez, quien es propietario de un departamento, ubicado en la playa del Murciélagu, el cual se encuentra de alquiler por temporadas cortas.

Por lo planteado anteriormente sería conveniente innovar el mercado ofreciendo un servicio nuevo de alojamiento vacacional, en donde los turistas puedan llegar a una casa amoblada; servicio que se presenta detalladamente más adelante.

El servicio que se presenta se ofertará desde la ciudad de Quito, lo que significa que en Quito se estudiará el perfil del cliente y el mercado objetivo, ya que existe un gran porcentaje de quiteños que gustan viajar y disfrutar de las playas que Manta brinda. Y Manta, actualmente, es la ciudad portuaria más importante del país y está mejorando cada vez más sus atractivos turísticos lo cual permite que la gente aumente su gusto por viajar y disfrutar de los encantos de estas playas.

La propuesta es arrendar casas y/o departamentos amoblados por una temporada de corto plazo en donde los viajeros puedan disfrutar de sus instalaciones cómodamente,

con el espacio suficiente para el número huéspedes. Entre las principales playas que las personas pueden escoger para gozar de sus vacaciones están el Murciélagos, la más importante seguida por Tarqui y Santa Marianita.

Algunas ciudades y sectores del Ecuador se ven en la necesidad de mejorar su infraestructura y crear espacios de esparcimiento para los turistas nacionales e internacionales.

“Hoy en día Manta es considerada el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, donde cada año llegan decenas de cruceros. Tiene gran actividad de exportación e importación”.³ Es también una de las ciudades económicamente más importantes del país debido a su relativamente desarrollada industria pesquera donde sobresale la pesca del atún. El turismo es otro rubro importante en su desarrollo gracias a la localidad de esta ciudad en plena Ruta del Sol (carretera que une a ciudades y balnearios turísticos de la costa ecuatoriana)

Manta hoy en día es una de las ciudades portuarias que se encuentran dentro de las primeras opciones de viaje de los ecuatorianos, es por ello que mucha gente y empresas están optando por crear hoteles y lugares de alojamiento, ya que el país se ve en la necesidad de incrementar su turismo, tanto nacional como internacional.

1.3. ANÁLISIS SITUACIONAL

A continuación presentaremos un análisis de las ventajas y desventajas del proyecto.

1.3.1. ANÁLISIS INTERNO

1.3.1.1. Fortalezas:

- ✓ Infraestructura de las viviendas por alquilar en buenas condiciones.
- ✓ Compromiso con los clientes.
- ✓ Servicio nuevo en el mercado.
- ✓ Ventajas de precios en relación a empresas hoteleras del sector.
- ✓ Contar con personal capacitado.

³ WWW.MANABI.GOV.EC

- ✓ Lugar de ubicación de fácil acceso para los clientes.
- ✓ Trato personalizado con el clientes
- ✓ Ambiente laboral agradable.

1.3.1.2. Debilidades:

- ✓ Falta de alianzas estratégicas.
- ✓ Carencia de fuerza competitiva
- ✓ Es una empresa nueva en el mercado.
- ✓ Incertidumbre sobre la acogida del servicio por los clientes

1.3.2. ANÁLISIS EXTERNO

1.3.2.1. Oportunidades:

- ✓ En caso de haber algún problema con el servicio, se podrá realizar la post-venta, lo cual ayudar a retroalimentar el servicio que se ofrecerá.
- ✓ Generación de puestos de trabajo.
- ✓ Alta demanda en el mercado.
- ✓ Falta de competencia directa.
- ✓ Diferenciación del servicio.

1.3.2.2. Amenazas

- ✓ El posicionamiento de los hoteles en la mente de las personas.
- ✓ Ingreso de competidores con estructura de costos menores.
- ✓ Creación de nuevas leyes gubernamentales con respecto a renta de viviendas y/o hospedaje en el Ecuador.
- ✓ Inestabilidad política del país.
- ✓ Disminución del presupuesto para poner en marcha el proyecto.
- ✓ Falta de seguridad policial en la ciudad.

1.4. SITUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA HOTELERA EN MANTA

En los últimos tres años, es decir desde el 2007, Manta ha tenido un gran despliegue turístico, recibiendo a centenares de visitantes nacionales e

internacionales que llegan a disfrutar del sol, mar y de los platos típicos del lugar.

Gracias a la gran proyección turística que posee la ciudad, existen cuatro nuevos proyectos hoteleros que se ejecutarían en el nuevo milenio. La Cadena de hoteles "Holliday Inc." estaría instalando su infraestructura en lo que será la vía de enlace Puerto - Aeropuerto, para lo cual también se aspira la construcción del Malecón de Tarqui. Así mismo la cadena "Sherathon" está también interesada en la construcción de un hotel de primera categoría, que estaría ubicado en la zona central de Manta. Ambos hoteles poseen una inversión extranjera encabezada por empresarios de Estados Unidos, suizos y franceses.

Adicionalmente existe el interés de una empresa porteña en construir dos hoteles, uno en Manta con vista al mar y un segundo en la zona rural en la que se daría un tratamiento tipo hacienda para disfrutar de la vegetación, de paseos a caballo, con senderos de grandes extensiones de jardines tipo japonés.⁴

“Manta muestra los signos evidentes del crecimiento, desarrollo y progreso. Se ha hecho un comandante comercial y un centro turístico. Su infraestructura moderna, incluyendo hoteles de cinco estrellas atrae la inversión y el turismo.”⁵

Se puede concluir que Manta está abriendo sus puertas a diversos grupos interesados en crear espacios de alojamiento en estas playas, ya que estas demandan mayor hospedaje del que actualmente poseen, es por ello que muchas empresas y personas consideran una oportunidad crear empresas dedicadas a dar servicio de hospedaje.

1.5. IMPORTANCIA

⁴ WWW.MANTA360.COM

⁵ WWW.EN-ECUADOR.COM

Es indiscutible que los hoteles constituyen uno de los elementos más importantes de la industria turística de un país. Un país puede tener en su territorio el máximo número de atracciones turísticas de las clases más diversas, pero sin buenos y confortables hoteles no es posible que aumente su turismo. Junto a las diversiones y a las atracciones al aire libre, los turistas demandan instalaciones bajo cubierta de nivel aceptable. Es más, es frecuente que los turistas no juzguen los países de estancia temporal más que por sus hoteles.

“La base de un turismo próspero es la industria hotelera eficiente ya que unos buenos alojamientos y una excelente gastronomía satisfacen las necesidades básicas de los turistas. Ni siquiera aquellos lugares que tienen abundancia de recursos naturales y culturales pero no cuentan con establecimientos en los que comer y alojarse consiguen desarrollar un turismo importante.”⁶

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. OBJETIVO GENERAL

Formular un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al alquiler de casas y/o departamentos para turismo en las playas de Manta

1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

ESTUDIO DE MERCADO

- ✓ Establecer las necesidades de los clientes potenciales en lo todo lo relacionado con el servicio de alojamiento a corto plazo.
- ✓ Investigar las estrategias que sigue la competencia, a fin de aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas.

⁶ WWW.EUMED.NET

ESTUDIO TÉCNICO

- ✓ Estudiar alternativas de localización del proyecto con el fin de obtener su óptima ubicación; particular que conllevará a criterios respecto a abastecimientos del servicio, distancia del mercado objetivo, etc.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

- ✓ Definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija la ejecución y puesta en marcha del proyecto para llegar a una eficiencia óptima de la empresa.
- ✓ Cumplir con el marco legal y los reglamentos nacionales y sectoriales para la constitución y ejecución del proyecto.

ESTUDIO FINANCIERO

- ✓ Determinar el presupuesto de ingresos y gastos generados en cada uno de los años de la vida del proyecto para establecer parámetros financieros que permitan tomar decisiones sobre la implementación del proyecto.
- ✓ Generar un porcentaje de rentabilidad establecido, que ayude a recuperar la inversión realizada en el menor tiempo posible.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

La investigación de mercados abarca desde la encuesta y el estudio pormenorizado del mismo hasta la elaboración de estadísticas para poder analizar las tendencias en el consumo, y poder prever así la cantidad de productos y la localización de los mercados más rentables para un determinado tipo de bien o servicio. Cada vez se utilizan más las ciencias sociales para analizar la conducta de los usuarios. La psicología y la sociología, por ejemplo, permiten identificar elementos clave de las inclinaciones de las personas, de sus necesidades, sus actividades, circunstancias, deseos y motivaciones generales, factores clave para entender los distintos patrones de comportamiento de los consumidores.⁷

2.1. DEFINICIÓN

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”⁸

Es decir que el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra manera serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.2. ESTRUCTURA DE MERCADO

“Se entiende como mercado al conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para realizar operaciones comerciales que afectan a un determinado sector de bienes”⁹

⁷ ENCARTA 2009

⁸ BACA, Urbina Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Tercera edición, Pág 14.

El proyecto que se está presentando se realizará en las diferentes playas de Manta, aquellas que tienen mayor afluencia de turistas, cabe recalcar que Manta es una de las principales ciudades del Ecuador, que está ubicada en la ciudad de Manabí.

El servicio será promocionado en el mercado que comprende la ciudad de Quito, y dependiendo su ciclo de vida se ampliará a diferentes ciudades del país, pero para sus inicios se realizará su estudio en la ciudad mencionada; y la oferta se realizará en las diferentes playas de Manta como son: el Murciélago, Tarqui, Santa Marianita, entre las más importantes.

2.3. OBJETIVOS

2.3.1. OBJETIVO GENERAL

Obtener información primaria que permita analizar la oferta y la demanda del servicio que se va a prestar, y de esta manera conocer la factibilidad del mismo.

2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el comportamiento del consumidor detectando las necesidades que tienen en cuanto a los espacios de alojamiento y satisfacerlas.
- Desarrollar el estudio técnico, administrativo, económico, financiero y de impacto en base al estudio de mercado.
- Determinar el tipo de competencia directa e indirecta al cual se verá enfrentado el proyecto.
- Conocer las ventajas que ofrece la ciudad de Manta a los turistas nacionales y extranjeros.

2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Al determinar el diseño de la investigación se considero que el método exploratorio y descriptivo son los adecuados debido a que se utilizó técnicas de recolección de datos de tipo primario tales como: la observación y la encuesta.

⁹ ENCARTA 2009

2.4.1. Exploratorio

Esta investigación identificará las variables más importantes y dará a conocer datos que no han sido abordados anteriormente, y de esta manera se entenderá con mayor claridad la situación actual de la infraestructura hotelera en Manta y saber que necesidades y deseos satisfacer al momento que las personas buscan un lugar de alojamiento.

Esta investigación será la base para suministrar información y continuar con los siguientes procesos de investigación, ya que ayuda a familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos que sirven para preparar terreno.

2.4.2. Descriptivo:

Determinar las personas que tienen interés en un servicio como este, definir el tamaño del mercado, identificar a los competidores, entre otros, esto permitirá tener una clara noción en cuanto a las necesidades, gustos y deseos de los posibles consumidores.

Requiere considerable conocimiento del tema que se investiga, para formular preguntas específicas que se busca responder.

2.5. ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.5.1. DEFINICIÓN

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”¹⁰

2.5.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

Para este análisis primero se procederá a hacer un acercamiento de los datos nacionales con el fin de identificar las cifras de ingresos, es decir como esta

¹⁰ CÁMARA NACIONAL DE LAS MICROEMPRESAS

creciendo el movimiento turístico, a fin de ratificar la importancia de la actividad para la economía nacional y trasladar este concepto a la ciudad de Manta en el sentido de evidenciarla como una potencial actividad económica.

El siguiente análisis se refiere a los datos disponibles de la visita a Manta, obtenidos del Ministerio de Turismo. Este muestreo, si bien aporta una aproximación a las particularidades del consumidor a la ciudad de Manta, no permite caracterizar el perfil de la demanda, como tampoco proyectar los segmentos de interés, en torno a la operación turística en Manta.

Para lograr un mayor acercamiento a los datos reales, se realizó un pequeño sondeo de demanda, para lo cual se aplicaron encuestas turísticas en Quito.

2.5.3. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS

2.5.3.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

“Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo; tales como:

- **Acercamiento y conversación directa con el usuario:** si en la evaluación de un producto nuevo lo que interesa es determinar qué le gustaría al usuario consumir y cuáles son los problemas actuales que hay en el abastecimiento de productos similares, no existe mejor forma de saberlo que preguntar directamente a los interesados por medio de un cuestionario.

2.5.3.2. PROCEDIMIENTO DE MUESTREO Y DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA:

2.5.3.2.1. MUESTRA

El muestreo se lo utiliza cuando el universo a investigarse es muy grande o amplio, por lo tanto resulta imposible o muy difícil de investigar a todos los elementos.

La muestra es un subconjunto representativo de elementos de una población o universo. Del estudio de la muestra se deducen leyes que se hacen extensivas a todo el conjunto poblacional.

2.5.3.2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA

“Es el número absoluto de unidades muestrales seleccionadas del universo. De acuerdo a un análisis para la determinación de la muestra se tomo en cuenta os datos de la población.”¹¹

2.5.3.2.3. ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, en su proyección para el año 2010 tendrá una población de 14.796.642 habitantes con un crecimiento del 1.91% anual.

CUADRO N° 2.1.

PORCENTAJES DE GRUPOS DE EDAD DE LA POBLACIÓN DE QUITO

GRUPOS DE EDAD	POBLACIÓN
20-29	22,40%
30-39	14,00%
40-49	12,00%
50-59	10,04%
60-69	6,00%
TOTAL	64,44%

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: INEC 2001

¹¹ ANDER, EGG. TECNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL, Lumen Argentina 1995, Pág. 51.

CUADRO N° 2.2.**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA POR AÑO**

Periodo 2001-2010

FRECUENCIA	AÑO	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL (TCA) 1,91% (ECUADOR)	POBLACIÓN PROYECTADA (ECUADOR)	TCA 2,18% (QUITO)	POBLACIÓN PROYECTADA (QUITO)	GRUPOS DE EDAD (QUITO)	PEA 61% (QUITO)
1	2001	1,91%	12.479.924	2,18%	1.443.038	929.894	567.235
2	2002	1,91%	12.718.291	2,18%	1.474.496	950.165	579.601
3	2003	1,91%	12.961.210	2,18%	1.506.640	970.879	592.236
4	2004	1,91%	13.208.769	2,18%	1.539.485	992.044	605.147
5	2005	1,91%	13.461.056	2,18%	1.573.046	1.013.671	618.339
6	2006	1,91%	13.718.163	2,18%	1.607.338	1.035.769	631.819
7	2007	1,91%	13.980.180	2,18%	1.642.378	1.058.348	645.593
8	2008	1,91%	14.247.201	2,18%	1.678.182	1.081.420	659.666
9	2009	1,91%	14.519.323	2,18%	1.714.766	1.104.995	674.047
10	2010	1,91%	14.796.642	2,18%	1.752.148	1.129.084	688.741

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: INEC 2001

2.5.4. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Una parte fundamental para realizar un estudio estadístico de cualquier tipo es obtener unos resultados confiables y que puedan ser aplicables. Resulta casi imposible llevar a cabo algunos estudios sobre toda una población, por lo que la solución es llevar a cabo el estudio basándose en un subconjunto de ésta denominada muestra.

Sin embargo, para que los estudios tengan la validez y confiabilidad buscada es necesario que tal muestra, posea algunas características específicas que permitan generalizar los resultados hacia la población en total.¹²

FÓRMULA

$$n = \frac{z^2 * pq}{E^2}$$

CUADRO N° 2.3.

SIMBOLOGÍA CÁLCULO TAMAÑO DE LA MUESTRA

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
n	Tamaño de la muestra
z	Nivel de confianza
p	Probabilidad de éxito
q	1 - p
E	Margen de error

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: ESTADÍSTICA I. ING. FERNANDO VACA

La fórmula anterior ayuda a obtener una muestra exacta, mediante los factores de confiabilidad, probabilidad positiva, negativa y error, conociendo antes el tamaño del universo.

¹² WWW.UAQ.MX/matematicas/estadisticas/xu5.html

2.5.4.1. PRUEBA PILOTO

Pregunta clave:

¿Estaría dispuesto a utilizar un nuevo servicio de alojamiento, el cual consiste en alquilar una casa o departamento amoblado?

p: 83% (0.83)

z: 95% (1.96)

E: 5% (0.05)

$$n = \frac{1.96^2 * (0.83(1 - 0.83))}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.1275}{0.0025}$$

$$n = 196$$

Lo cual significa que la aplicación de la encuesta se debe realizar a 196 personas.

Las encuestas serán realizadas en la parte norte de la ciudad de Quito, entre la Av. Shyris y Av. Portugal hasta la Av. 6 de Diciembre y Av. Naciones Unidas.

Se toman a personas comprendidas entre los 20 y 60 años de edad, hombres y mujeres para realizar las encuestas con el propósito de obtener un mayor rango para la segmentación el mercado.

2.5.4.2. RECOPIACIÓN DE DATOS

Para recopilar la información se elaboró un formato de encuestas compuesto por 10 preguntas de formato cerrado para facilitar la tabulación de información.

2.5.4.3. FORMATO DE ENCUESTA

La presente encuesta tiene por objeto realizar un estudio sobre la aceptación de un negocio que alquile viviendas en la playa como hospedaje, como parte de un proyecto universitario, con el fin de descubrir preferencias y actitudes en los posibles clientes.

Género: F____ M____

Edad: 20 a 29 ____ 30 a 39____ 40 a 49____ 50 a 59____ 60 en adelante ____

¿En qué sector de la ciudad de Quito radica? _____

1.- ¿Le gusta pasar sus vacaciones en las playas del Ecuador? Si su respuesta es negativa, fin de la encuesta.

SI____ NO____

2.- Si su respuesta fue positiva, ¿Con que frecuencia asiste usted a la playa?

Trimestralmente____ Semestralmente____ Anualmente____

3.- ¿Ha rentado alguna vez una casa como hospedaje para pasar sus vacaciones? En caso de ser negativa su respuesta favor ir a la pregunta 6.

SI____ NO____

4.- ¿Qué opina usted sobre alquilar una casa en la playa para pasar sus vacaciones?

Muy Bueno____ Bueno____ Malo____

5.- ¿Qué motivo considera usted que le llevaría a rentar una casa en la playa para pasar sus vacaciones?

Precio____ Infraestructura____ Comodidad____ Otros_____

6.- ¿Cuál es el lugar de su preferencia para hospedarse durante las vacaciones?

Hotel____ Casa propia____ Cabaña____ Otros_____

7.- ¿Cuál es la playa de la costa ecuatoriana que usted visita con mayor frecuencia?

8.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un nuevo servicio de alojamiento, el cual consiste en alquilar una casa o departamento amoblado? En caso de ser negativa la respuesta, fin de la encuesta.

SI_____

NO_____

9.- ¿Le gustaría que la casa sea completamente amoblada (camas, refrigeradora, cocina, microondas, ventiladores, sala-comedor, entre otros)?

SI_____

NO_____

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una casa en la por cada noche, para un promedio de 5 personas?

\$50 a \$100_____

\$100 a \$150_____

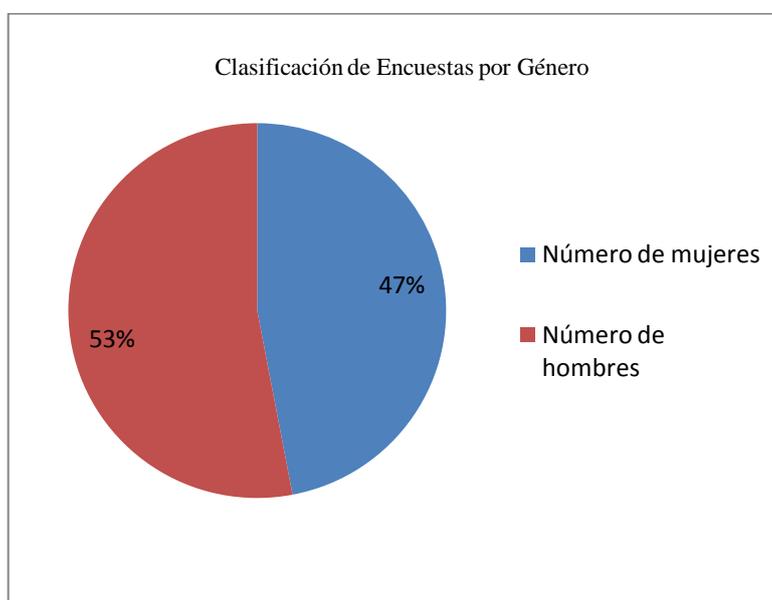
Más de \$150_____

2.5.4.4. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE DATOS

Después de haber realizado la tabulación de las encuestas obtuve la siguiente información:

- El total de encuestas realizadas fue de 196, de esto se obtuvo que el 53% de las personas encuestas fueron hombres y el 47% fueron mujeres, como lo muestra el siguiente gráfico:

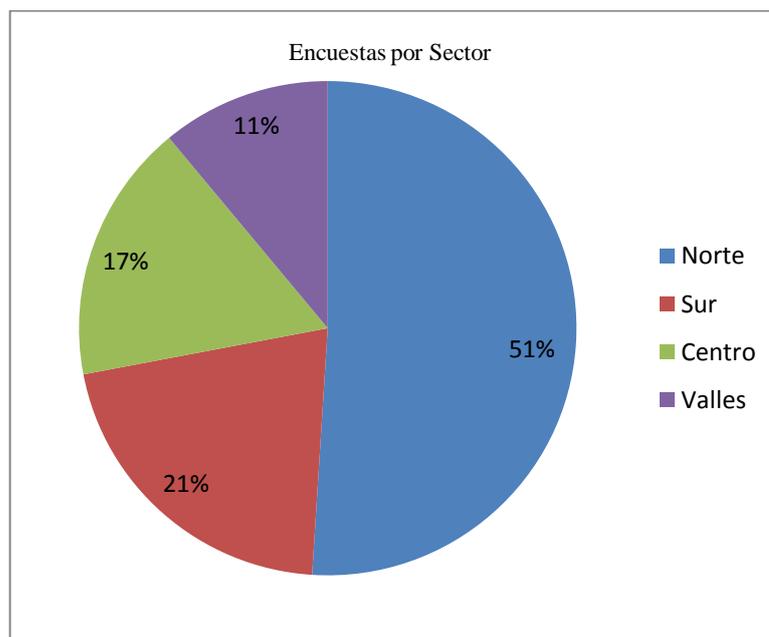
GRÁFICO N° 2.1.



Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

- Debido a que se considera ubicar la oficina de contacto en el sector Norte de Quito, se decidió clasificar la información por los cuatro principales sectores de la ciudad: Norte, Sur, Centro y Valles. Esta información nos refleja adicionalmente la cantidad de personas ubicadas por sector y posibles nuevos sectores de mercado adicionales a los que podríamos llegar con el pasar del tiempo. Como se puede apreciar en el gráfico siguiente, el mayor porcentaje se encuentra en el sector Norte con el 51%, seguido del Sur con 21%, el Centro con el 17%, y los Valles con el 11%.

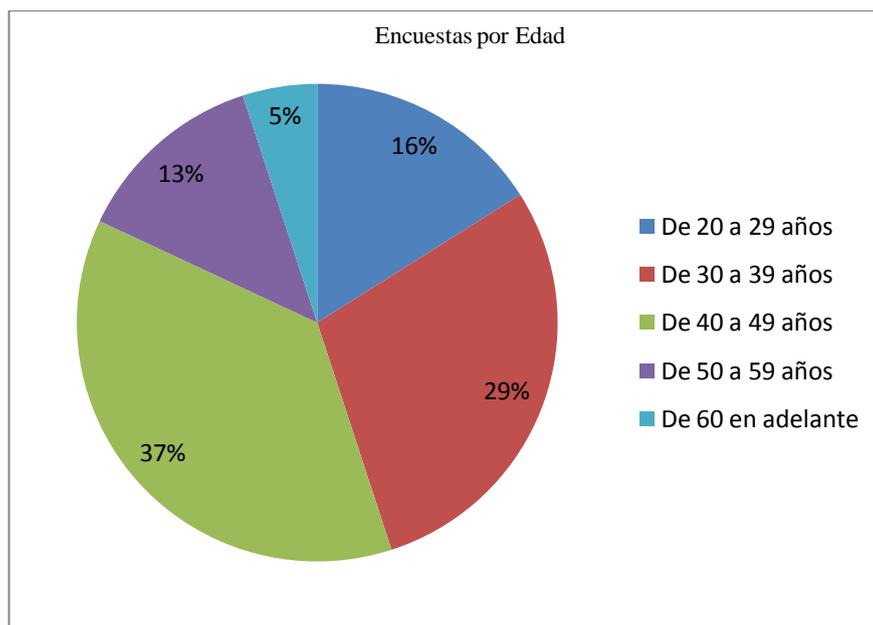
GRÁFICO N° 2.2.



Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

- Para obtener los diferentes segmentos de mercado a los que se debería dirigir, se divide a los encuestados tanto hombres como mujeres en rangos de edad. Los resultados se reflejan en el siguiente gráfico.

GRÁFICO N° 2.3.

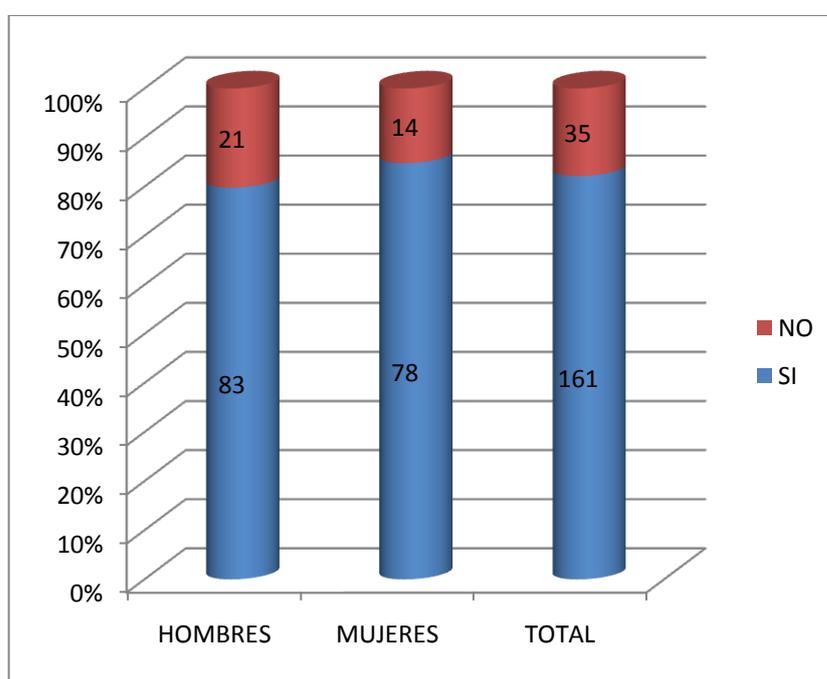


Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

1.- ¿Le gusta pasar sus vacaciones en las playas del Ecuador? Si su respuesta es negativa fin de la encuesta.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
SI	83	78	161
NO	21	14	35

GRÁFICO N° 2.4.



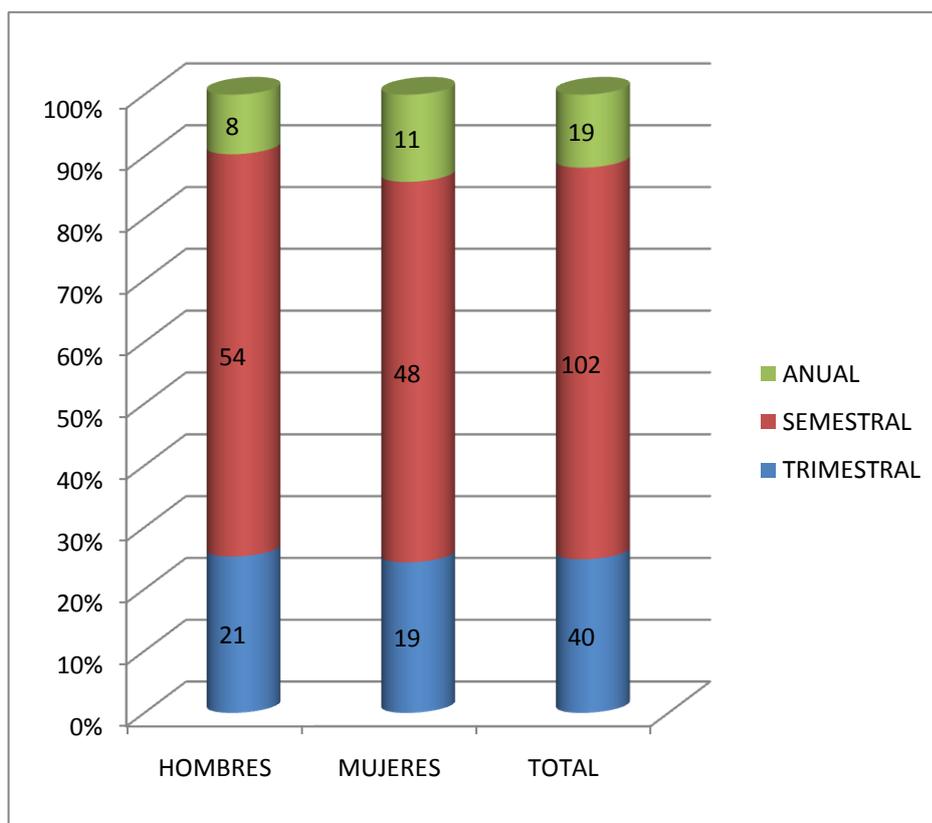
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

Se concluye que el 82% de la población encuesta, entre hombres y mujeres, SI les gusta ir a la playa por vacaciones, mientras que 18% restante responde negativamente.

2.- Si su respuesta fue positiva, ¿Con que frecuencia asiste usted a la playa?

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
TRIMESTRAL	21	19	40
SEMESTRAL	54	48	102
ANUAL	8	11	19

GRÁFICO N° 2.5.



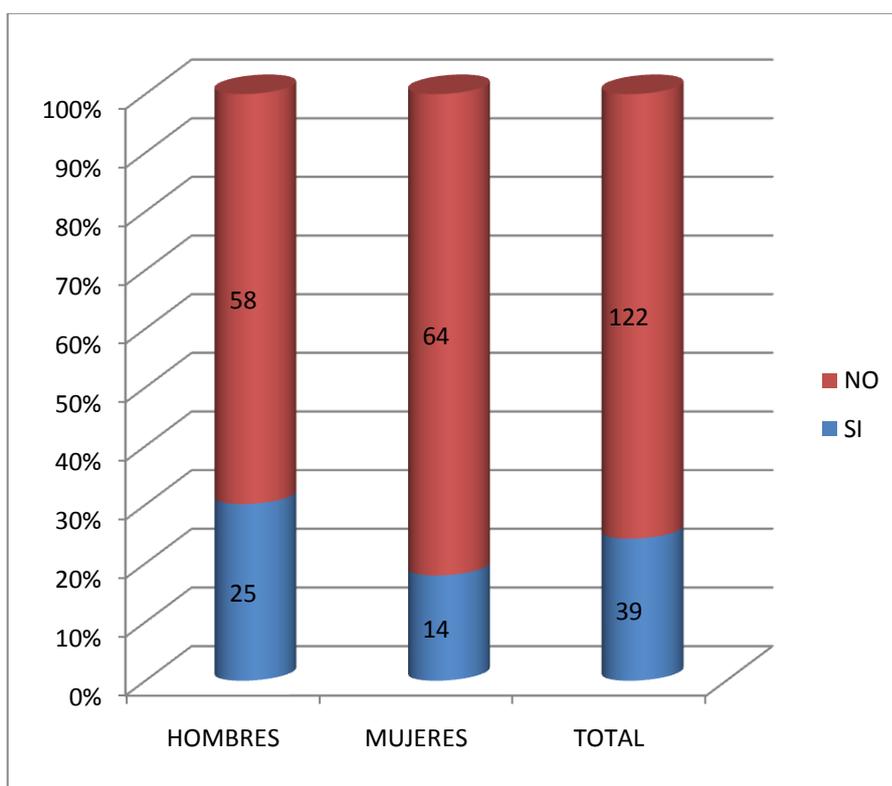
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

La mayor parte de la población encuesta, respondió a esta pregunta que asisten a la playa cada semestre, es decir el 63% de las personas, seguido por el 25% de la población que acuden a la playa cada trimestre mientras que el 12% indican ir a la playa cada año.

3.- ¿Ha rentado alguna vez una casa como hospedaje para pasar sus vacaciones? En caso de ser negativa su respuesta favor ir a la pregunta 6.

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
SI	25	14	39
NO	58	64	122

GRÁFICO N° 2.6.



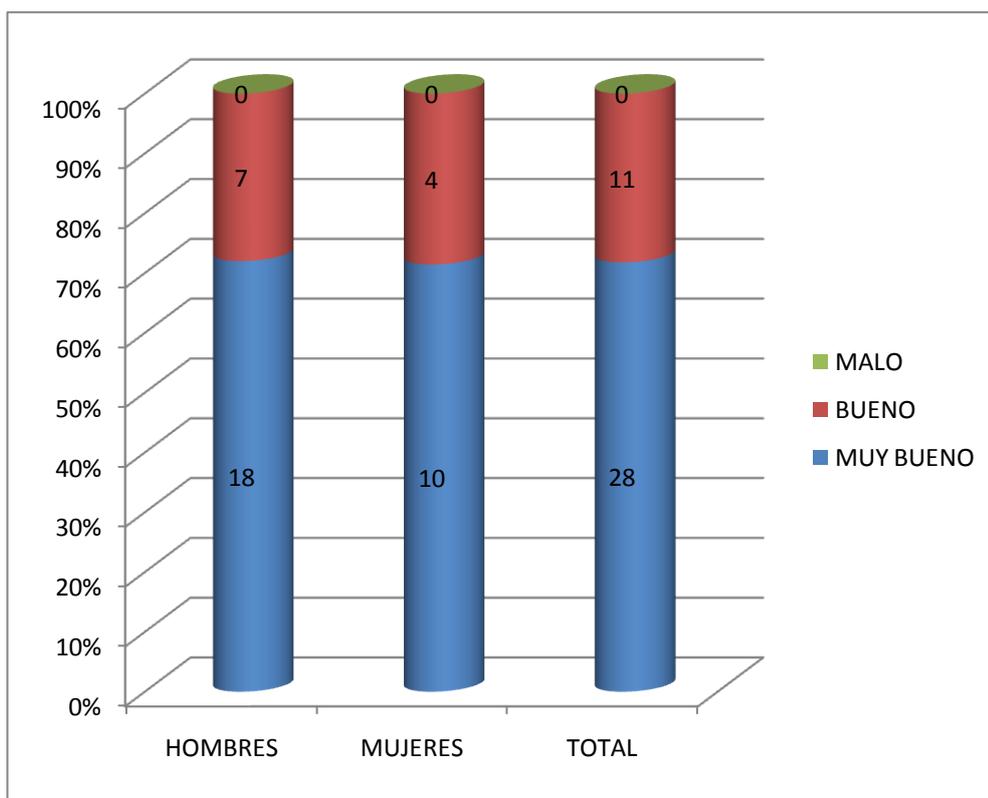
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

Los resultados de la encuesta en esta pregunta indican que el 76% de la población NO ha usado el hospedaje de viviendas como opción, mientras que el 24% de la población si conocen de este servicio.

4.- ¿Qué opina usted sobre alquilar una casa en la playa para pasar sus vacaciones?

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
MUY BUENO	18	10	28
BUENO	7	4	11
MALO	0	0	0

GRÁFICO N° 2.7.



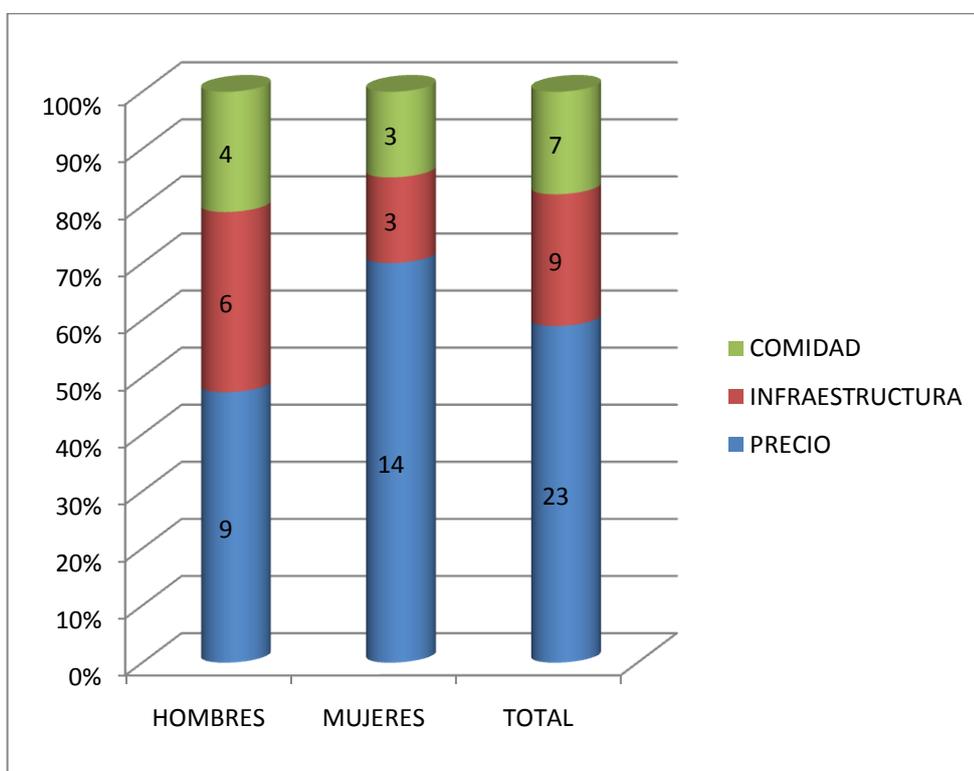
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

De las personas que han rentado una vivienda como hospedaje el 72% de la población responde que el servicio es MUY BUENO, mientras que el 28% responde que el servicio es BUENO, nadie opina que el servicio de hospedaje sea malo.

5.- ¿Qué motivo considera usted que le llevaría a rentar una casa en la playa para pasar sus vacaciones?

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
PRECIO	9	14	23
INFRAESTRUCTURA	6	3	9
COMIDAD	4	3	7

GRÁFICO N° 2.8.



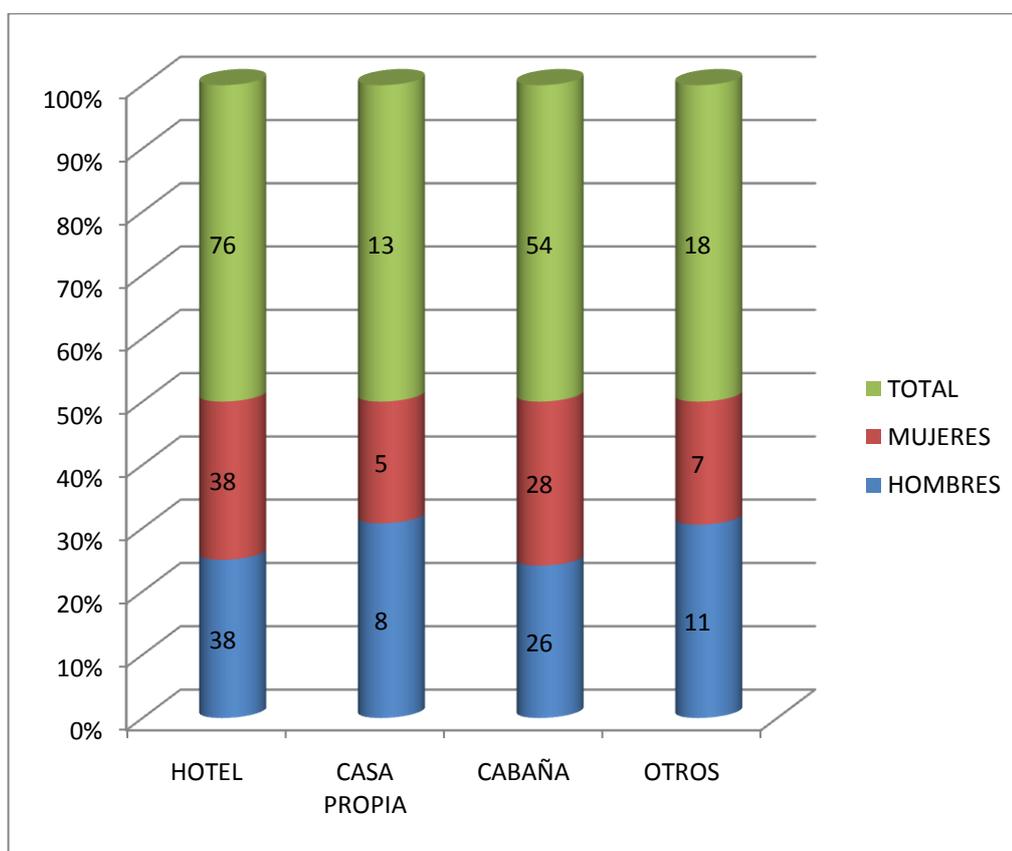
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

De la población encuestada, el 59% respondió que prefiere alquilar una vivienda como hospedaje debido al precio, mientras que el 23% empató con infraestructura y el 18% comodidad, para lo cual se puede concluir que la principal estrategia de competencia será el precio.

6.- ¿Cuál es el lugar de su preferencia para hospedarse durante las vacaciones?

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
HOTEL	38	38	76
CASA PROPIA	8	5	13
CABAÑA	26	28	54
OTROS	11	7	18

GRÁFICO N° 2.9.



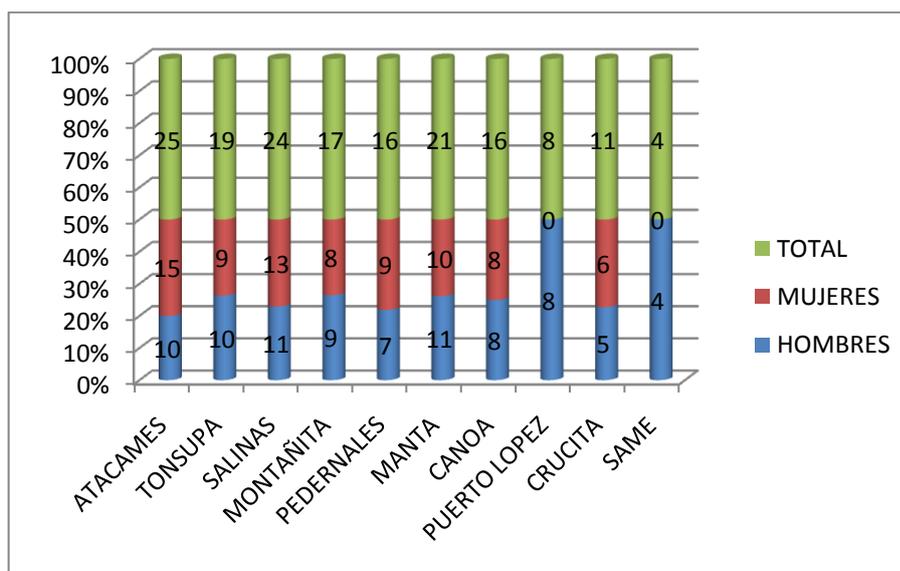
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

El 47% de las personas responden que prefieren hospedarse en un hotel durante las vacaciones, seguido por el 34% que escogen como opción de hospedaje las cabañas, el 8% indica tener casa propia y el 11% escogió la opción de otros.

7.- ¿Cuál es la playa de la costa ecuatoriana que usted visita con mayor frecuencia?

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
ATACAMES	10	15	25
TONSUPA	10	9	19
SALINAS	11	13	24
MONTAÑITA	9	8	17
PEDERNALES	7	9	16
MANTA	11	10	21
CANOA	8	8	16
PUERTO LOPEZ	8	0	8
CRUCITA	5	6	11
SAME	4	0	4

GRÁFICO N° 2.10.



Elaborado por: Andrea Pérez

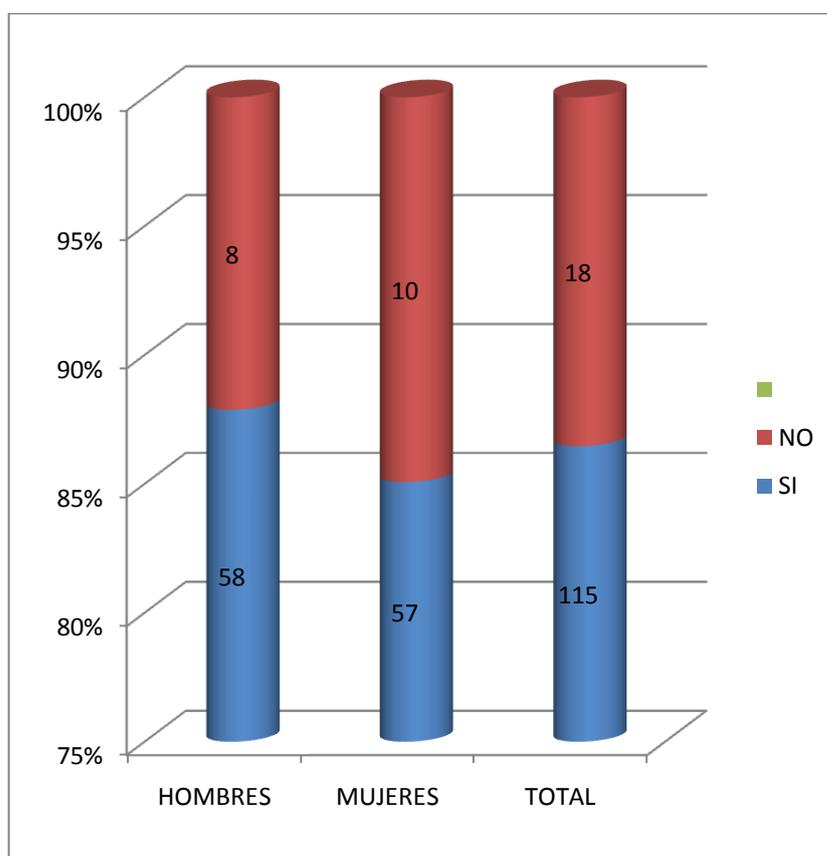
Fuente: Propia 2010

De las personas encuestas se refleja que la playa que mayor acogida tienes es Atacames con un 16%, seguida de Salinas con un 15%, Manta 13%, Tonsupa 12% Montañita 11%, Perdenales y Canoa 10%, Crucita 7%, Puerto López 5%, Same 2%, estos resultados nos indica que aunque Manta no esté en el primer lugar, pues tiene gran acogida por el público quiteño.

8.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un nuevo servicio de alojamiento, el cual consiste en alquilar una casa o departamento amoblado?. En caso de ser negativa la respuesta fin de la encuesta

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
SI	66	67	133
NO	17	11	28

GRÁFICO N° 2.11.



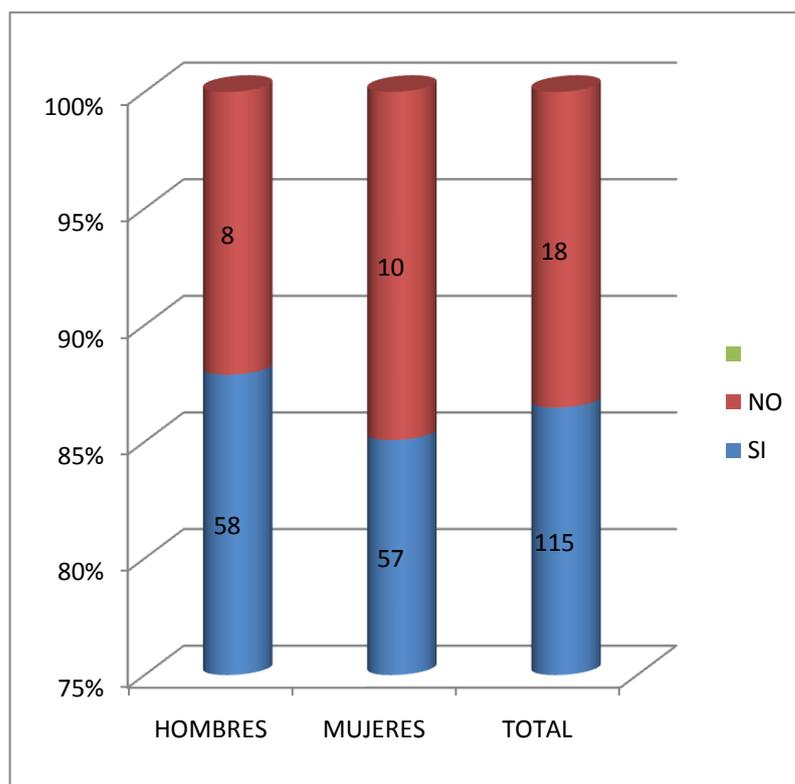
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

El 83% de la población encuestada respondió que si estaría de acuerdo en rentar una vivienda para hospedaje de corto plazo, mientras que el 17% restante no está dispuesto en alquilar una vivienda. El resultado es positivo para el proyecto.

9.- ¿Le gustaría que la casa sea completamente amoblada (camas, refrigeradora, cocina, microondas, ventiladores, sala-comedor, entre otros)?

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
SI	58	57	115
NO	8	10	18

GRÁFICO N° 2.12.



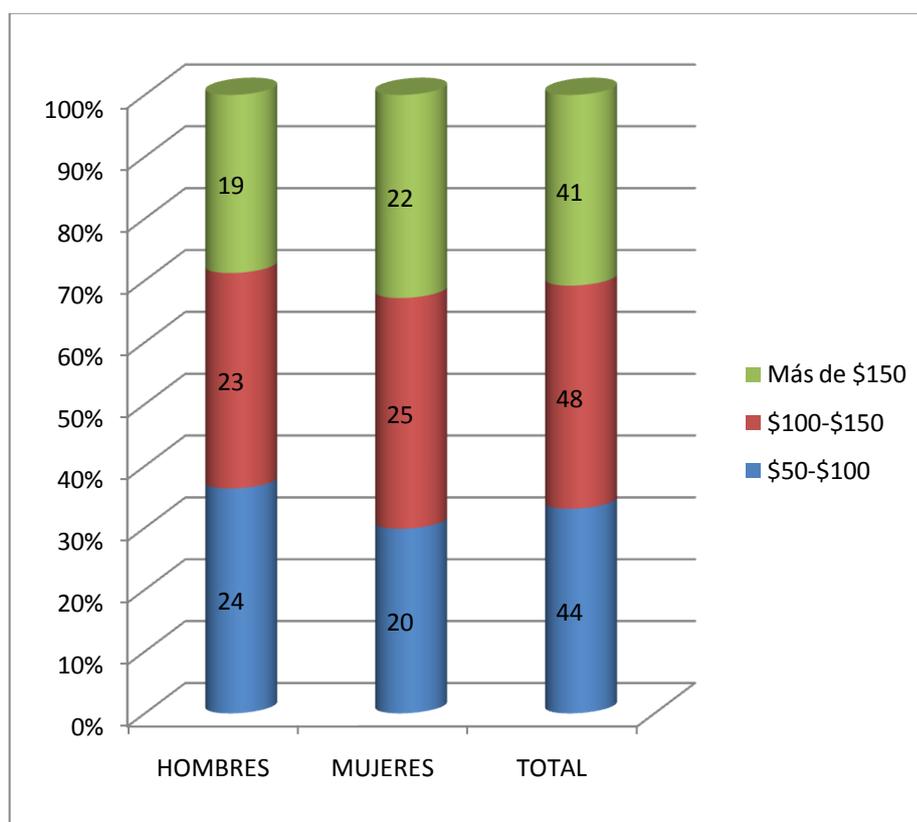
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

El 86% de la población está de acuerdo que en la vivienda sea amoblada, mientras que el 14% restante prefiere un hospedaje tipo hotel.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una casa en la playa por cada noche, para un promedio de 3 personas?

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
\$50-\$100	24	20	44
\$100-\$150	19	25	44
Más de \$150	23	22	45

GRÁFICO N° 2.13.



Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

El 36% población considera un precio coherente entre \$100 y \$150 por cada noche, sin embargo el 33% estarían dispuestos a pagar entre \$50 a \$100 diarios, seguido por el 31% que está de acuerdo en pagar un precio mayor a \$150.

2.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

“La segmentación de mercado es dividir un mercado en grupos distintos de compradores, con base a sus necesidades, características o comportamiento, y que podrían requerir productos o combinaciones de marketing diferentes”¹³

El servicio de rentar casas en la playa es un servicio:

- Público
- Especial
- Conveniencia

Variables

- Segmentación geográfica

País: Ecuador

Provincia: Manabí

Ciudad: Manta

- Segmentación demográfica

Género: hombre y/o mujer.

Edad: mayores de 20 años

Religión: todas

Nivel de ingresos familiar: mayores a \$500 USD mensuales

Status: medio y alto

- Segmentación psicográfica

Personalidad: seguro, facilista,

Motivo: satisfacer un deseo.

Estilo de vida: cómodo, rápido

- Segmentación por beneficios

Agilidad, servicio efectivo, garantía, confiabilidad.

¹³ KOTLER, Amstrong, PRINCIPIOS DE MARKETING, Septiembre 1999, Pág. 183

2.6.1. CARACTERISTICAS DEL MERCADO

El mercado está conformado por el personal que labora dentro de MANTEÑAS, así como también todos aquellos turistas o clientes que van a intervenir en la adquisición del servicio que es el de conocer los atributos que ofrece la ciudad de Manta.

2.7. ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL

Para realizar el estudio de la demanda actual se tomará como referencia a la población de la ciudad de Quito, ya que aquí se analizará el mercado objetivo, específicamente entre las edades de 20 a 65 años de edad, con un nivel socio-económico medio-alto, es decir a 688.741 habitantes, para lo cual requieren los servicios de turismo de acuerdo a las encuestas realizadas se determinó que un 83% de la gente desea conocer a fondo los diferentes atractivos turísticos que ofrece la ciudad de Manta.

Para el presente análisis se tomará en cuenta el Método de Mínimos Cuadrados, tomado del libro de Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, con la finalidad de estimar los nuevos valores y de esta manera determinar la factibilidad del proyecto con base a los datos recopilados en los datos anteriores, las fórmulas son las siguientes:

La ecuación lineal es:

$$Y = a + bx$$

2.7.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

De acuerdo con la investigación de campo que se realizó se puede decir que existe una carencia de datos históricos, referente a la actividad de servicios que pretende implantar el presente proyecto y de otras empresas de similar característica, puesto que son personas particulares y funcionan sin ningún registros ni permisos, es por ello que las proyecciones se efectuaran tomando en cuenta con el Método de Mínimos Cuadrados.

CUADRO N° 2.4.

DEMANDA DE LA POBLACIÓN

AÑO	Y	X	XY	X ²
2004	605.147	-3	-1.815.440,77	9
2005	618.339	-2	-1.236.678,25	4
2006	631.819	-1	-631.818,92	1
2007	645.593	0	0,00	0
2008	659.666	1	659.666,49	1
2009	674.047	2	1.348.094,44	4
2010	688.741	3	2.066.224,35	9
TOTAL	4.523.353	0	390.047,33	28

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

A continuación se presenta la Proyección de la Demanda Potencial Anual.

Aplicando las siguientes fórmulas:

$$\Sigma Y = na + \Sigma Xb$$

$$\Sigma XY = \Sigma Xa + \Sigma X^2 b$$

$$4.523.353 = (7) a + \Sigma (0) (b)$$

$$4.523.353 = 7a$$

$$a = \frac{4.523.353}{7}$$

7

$$a = 646.193$$

$$390.047,33 = (0) a + \Sigma (28) (b)$$

$$390.047,33 = 28b$$

$$b = \frac{390.047,33}{28}$$

28

$$b = 13.930,26$$

De acuerdo a los resultados obtenidos la ecuación de la demanda es:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 646.193 + 13.930,26 (x)$$

Aplicando las ecuaciones del Método de Mínimos Cuadrados, se obtiene los datos siguientes pronosticados para los años 2011 al 2015.

CUADRO N° 2.5.
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	PERIODO	PROYECCIÓN
2011	4	701.914
2012	5	715.844
2013	6	729.775
2014	7	743.705
2015	8	757.635

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

2.8. ESTUDIO DE LA OFERTA

En base a la información secundaria obtenida por el Ministerio de Turismo se concluye que en las playas de Manta no existe una empresa que está dedicada exclusivamente a alquilar casas por cortos periodos de alojamiento, sin embargo existen personas que de forma particular están rentando sus casas con el mismo objetivo, como es el caso de la Señora Auxiliadora de Sánchez, quien es propietaria de un departamento, ubicado en la playa del Murciélago, el cual se encuentra de alquiler por temporadas cortas, sin embargo no son ofertados lo suficiente como para captar mayor atención del mercado, su búsqueda es compleja, carecen de variedad, por lo tanto se puede concluir que no hay competencia directa.

Este estudio dará un detalle de los competidores u oferentes directos e indirectos, o sustitutos del servicio, que se encuentren ubicados en las playas de Tarqui, El Murciélago y Santa Marianita.

CUADRO N° 2.6.

ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN SERVICIOS SUSTITUTOS

NOMBRE	LUGAR	N° PLAZAS
Xavier Rodríguez	Playa Murciélago	6 habitaciones
Auxiliadora de Sánchez	Playa Murciélago	8 habitaciones
Hotel Oro Verde	Playa Murciélago	120 habitaciones

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: MANTA.OXL.COM.EC

Lo que el presente estudio de factibilidad pretende es formular directrices de acción que permita mantener una participación activa con el fin de lograr ingresar al mercado con éxito.

Al seleccionar una estrategia adecuada para el presente proyecto una vez de entender los principales aspectos estructurales claves en el sector que se quiere incursionar, alquilar casas por cortos periodos de alojamiento, se aprovechará y maximizará las oportunidades existentes, reduciendo de este modo las debilidades.

2.8.1. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para establecer la oferta en el mercado, se tomará como base los datos obtenidos realizados a la competencia indirecta, es por ello que de la misma manera que se obtuvo la demanda así mismo se procederá a obtener la Oferta.

Cabe recalcar que el estudio de la oferta se lo realizó en la ciudad de Manta, ya que en este lugar es donde se pretende plantear la operación de la empresa.

CUADRO N° 2.7. OFERTA DE LOS SERVICIOS

AÑO	Y	X	XY	X ²
2004	9.514	-3	-28.542	9
2005	9.708	-2	-19.416	4
2006	9.906	-1	-9.906	1
2007	10.108	0	0	0
2008	10.314	1	10.314	1
2009	10.525	2	21.050	4
2010	10.740	3	32.220	9
TOTAL	70.815	0	5.720,00	28

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Ministerio de Turismo 2006

A continuación se presenta la Proyección de la Proyección Potencial Anual.

Aplicando las siguientes fórmulas:

$$\Sigma Y = na + \Sigma Xb$$

$$\Sigma XY = \Sigma Xa + \Sigma X^2 b$$

$$70.815 = (7) a + \Sigma (0) (b)$$

$$70.815 = 7a$$

$$a = \frac{70.815}{7}$$

7

$$a = 10.116,43$$

$$5.720 = (0) a + \Sigma (28) (b)$$

$$5.720 = 28b$$

$$b = \frac{5.720}{28}$$

$$b = 204.29$$

De acuerdo a los resultados obtenidos la ecuación de la oferta es:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 10.116,43 + 204,29 (x)$$

Aplicando las ecuaciones del Método de Mínimos Cuadrados, se obtiene los datos siguientes pronosticados para los años 2011 al 2015.

CUADRO N° 2.8.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	PERIODO	PROYECCIÓN
2011	4	10.934
2012	5	11.138
2013	6	11.342
2014	7	11.546
2015	8	11.751

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

2.9. DEMANDA INSATISFECHA

La determinación de la demanda insatisfecha, permitirá establecer el tamaño del mercado que se cubrirá con el proyecto, al igual que permitirá realizar una adecuada distribución del proyecto, y dar una mejor atención del servicio a los futuros clientes.

De acuerdo con el análisis de la Demanda y Oferta se llega a la determinación de la Demanda Insatisfecha de la siguiente manera:

CUADRO N° 2.9.

DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	688.741	10.740	678.001
2011	701.914	10.934	690.980
2012	715.844	11.138	704.706
2013	729.775	11.342	718.432
2014	743.705	11.546	732.158
2015	757.635	11.751	745.884

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

La demanda insatisfecha para el presente proyecto se evidencia que es muy alta, por lo tanto existe 690.980 que requieren los servicios de una empresa que alquile viviendas durante sus vacaciones, pero solo el 0.50% será tomado en cuenta para un periodo determinado, es decir 3455 personas, de las cuales 288 personas serán atendidas mensualmente para empezar lo que identifica que posteriormente ira cubriendo más clientes.

Analizando los resultados obtenidos de la demanda insatisfecha se puede decir que la tendencia que se observa que va en aumento, por ende, el presente proyecto tiene cabida en el mercado.

2.10. MARKETING DEL SERVICIO

2.10.1. COMPETENCIA

Como se dijo anteriormente es un servicio relativamente nuevo en el Ecuador, y no existen aún empresas que presten este tipo de servicios en las playas ubicadas en la ciudad de Manta; a pesar de que hay personas que alquilan sus propiedades, pues carecen de marketing y publicidad, son servicios que no son comercializados lo suficiente como para competir con una empresa.

Al ofrecer un servicio de este tipo se puede explotar un mercado que apenas se está desarrollando en el Ecuador, y al no contar con una competencia directa representa una gran ventaja para nosotros y debe ser aprovechada como tal ofreciendo un servicio de calidad e innovador que satisfagan las expectativas de los consumidores del servicio.

2.10.2. NOMBRE Y LOGOTIPO

El nombre de la empresa será Manteñas Rentadora de Kasas, el cual fue tomando en base al nombre de la cultura que origina a este lugar, y las personas que en el habitan, y la palabra Kasas será iniciada con la letra K debido a su significado en términos de marketing, que es calidad.



Slogan

“UNA PAZ QUE INQUIETA”

2.10.3. MISIÓN

MANTEÑAS, va a proporcionar constantemente el servicio de hospedaje en la ciudad de Manta, dirigido a todas las personas que de una u otra forma desean conocer las maravillas que ofrece esta ciudad, priorizando las necesidades y expectativas de los clientes con atención de calidad y con el personal calificado.

2.10.4. VISIÓN

MANTEÑAS, para el año 2015 será una empresa líder en hospedaje en la ciudad, ofreciendo alternativas de turismo como son: turismo de aventura, historia, cultura, tradición, deportes extremos, siempre acorde a las necesidades de los clientes, contando con el personal altamente calificado y responsable de las tareas y deberes encomendados.

2.10.5. ESTRATEGIAS DE MARKETING

- ✓ Facilitar la búsqueda del servicio a las personas que deseen contratar; al mismo tiempo crear un correo por medio de la página web en donde las personas pueden plantear sus dudas relacionadas con la renta de casas y ser atendidas inmediatamente.
- ✓ Desarrollar un sistema de crédito por medio del pago a través de tarjetas de crédito.
- ✓ Implementar un plan de marketing que permita aumentar la cantidad de clientes cada año.
- ✓ Asistir a ferias o centros de exposiciones relacionadas con el turismo, en donde se podrá promocionar el servicio de manera directa.
- ✓ Implementar campañas publicitarias por periodos de 3 o 4 meses.
- ✓ Dar capacitaciones al personal para ofrecer un mejor servicio de calidad que permita aumentar la cantidad de clientes anualmente.

2.10.6. PRINCIPIOS FILOSOFICOS

- ✓ Honestidad.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Lealtad.
- ✓ Puntualidad.
- ✓ Confianza.Respeto.

2.11. MARKETING MIX

2.11.1 SERVICIO

La propuesta de proyecto que se pretende llevar a cabo es arrendar casas y/o departamentos amoblados por una temporada de corto plazo en donde los viajeros puedan disfrutar de sus instalaciones cómodamente y con el espacio suficiente. Entre las playas que las personas pueden escoger para gozar de sus vacaciones están Tarqui, Santa Marianita y el Murciélago.

El objetivo es conseguir arrendatarios de casas en las distintas playas de Manta que estén dispuestos a alquilar sus propiedades de acuerdo al servicio que se indica; dichas casas o departamentos deberán ser amobladas por los dueños, y serán ellos los encargados de valorar la renta de su propiedad, sin embargo se firmará un contrato donde conste el valor mensual de la renta de cada vivienda. De este modo se podrá contar con variedades de espacios, los cuales pueden ser seleccionados dependiendo la comodidad y gusto de los clientes.

La oficina principal estará ubicada en la ciudad de Quito, ya que el mercado objetivo al cual se dirigirá el servicio serán los potenciales clientes que residen en esta ciudad, también se contará con una oficina en Manabí, está trabajará directamente con los huéspedes una vez que se hayan instalado.

La empresa también contará con un servicio de limpieza y mantenimiento, el personal de limpieza se encargará de tener listas las casas para los siguientes huéspedes.

2.11.2 PRECIO

Al fijar el precio del servicio se debe observar lineamientos como: el precio de la competencia si la hubiese, percepción del cliente y costos en los que se incurrirá.

El precio que el mercado está dispuesto a pagar es de \$80.00 diarios por persona, costo que dependerá de las temporadas del año, ya que como se explicó anteriormente, la afluencia de turistas no es la misma durante todo el año; se ofrecerá descuentos según el número de clientes que haya, del mismo modo se dará facilidades de pago aceptando todo tipo de tarjeta de crédito o pagos con cheques de las diferentes entidades financieras de la ciudad de Quito.

Cabe recalcar que en las encuestas realizadas la aceptación del rango del precio entre \$50 a \$100 tuvo una aceptación del 33%.

2.11.3. PLAZA

Dentro de los canales de distribución se utilizará el Canal de Distribución Directa, puesto que no se utilizará intermediarios en las ventas de los productos y atención de los clientes, se considera que los posibles clientes y la empresa están cerca y se puede realizar la venta directa, a la vez que se hace conocer a los clientes el funcionamiento del servicio, lo cual les permitirá sentirse familiarizados.



2.11.4. PROMOCION Y PUBLICIDAD

Publicidad: para promocionar el servicio y alcanzar un posicionamiento en la mente del consumidor se va a utilizar:

- Publicidad Visual: como gigantografías que tengan colores llamativos y capten la atención de las personas.
- Flyers: esta publicidad debe contener un mensaje directo y de rápida captación visual de la información referente al servicio a ofrecer.

- Diseñar una página web: en esta se dará a conocer las características de la zona, el servicio a ofrecer, fotografías de las viviendas y la ciudad de Manta.
- Redes sociales y correos electrónicos

Promoción: El marketing es un factor importante para el funcionamiento de la empresa, no solo basta con ofrecer un buen servicio, ni precios cómodos, sino también brindando promociones que ayudaran a dar una mejor imagen de la empresa, logrando un mejor posicionamiento. Se realizaran las siguientes acciones:

- ✓ Realizar ofertas puntuales como descuentos por inauguración, temporada vacacional.
- ✓ Aprovechar los atractivos de sus playas y sus deportes acuáticos para mejorar la publicidad del servicio.
- ✓ Analizar las estrategias de los posibles competidores, lo cual ayudará a mejorar nuestras estrategias y atraer más clientes.
- ✓ Participaciones futuras en ferias y eventos turísticos.

El costo de la promoción y la publicidad a utilizar se detallará más adelante, no será un valor exacto sino más bien aproximado, ya que estos precios suelen variar dependiendo la calidad, colores, figuras, etc.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

✓ INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos que mayor atención requiere por parte de los analistas, es el estudio técnico que supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero.

También se encamina a la definición de una función básica adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles de aquí se desprende la identificación de procesos del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra necesaria durante la vida útil del proyecto.¹⁴

Se presenta la propuesta organizacional desarrollada para el proyecto de alquiler de casas y/o departamentos en las playas de Manta, en donde se presentan las estructuras legales y funcionales con las que deberá contar la empresa, haciendo mención en las pautas que se deberán seguir para su constitución, determinando los perfiles de los puestos requeridos en su estructura de organización.

3.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Determinar el tamaño del presente proyecto es importante ya que esto incurre en el valor de las inversiones y los costos para la puesta en marcha de la empresa; será necesario tomar en cuenta factores como la cantidad de la demanda actual y futura a satisfacer, antes de obtener el tamaño ideal de la empresa, ya que la idea es que este no sobrepase la cantidad de la demanda actual y futura que presenta el mercado.

¹⁴ MIRANDA MIRANDA JUAN JOSE. Gestión de Proyectos, pág. 118

3.1.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

La determinación del tamaño del proyecto comprende una cantidad de variables que serán analizadas a continuación:

3.1.1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda es un factor importante para condicionar el tamaño del proyecto, ya que cabe la posibilidad de existir una demanda mayor a la proporción del proyecto o una demanda pequeña en relación a la capacidad de las casas y/o departamentos por ser alquilados.

Es por esta razón que una vez determinada la demanda del proyecto, el siguiente paso será concretar el trato con los propietarios de las viviendas, actualmente se cuenta con 16 viviendas, 3 departamentos y 13 casas.

Las casas tienen una capacidad de hasta 18 personas, mientras que los departamentos tienen capacidad hasta 12 personas.

3.1.1.2. GUSTOS Y PREFERENCIAS

El análisis de la demanda debe tomar en cuenta la cantidad deseable y/o necesaria que un consumidor demandará el servicio así como el cambio en las preferencias que el turista tiene en lo relacionado con lugares de hospedaje.

3.1.1.3. DISPONIBILIDAD DE INSUMOS Y SERVICIOS PÚBLICOS.

La disponibilidad de insumos, tanto humanos como materiales es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto; se debe contar con la suficiente cantidad y calidad de materia prima para desarrollar del proyecto.

Manta es una ciudad que actualmente cuenta con los insumos suficientes y todos los servicios públicos básicos, tales como agua, luz, teléfono, medios de transporte, por lo tanto será indispensable que cada casa cuente con agua potable y electricidad, además de los muebles que requerirá la casa para ser arrendada.

En Quito, se deberá cotizar con diferentes proveedores de suministros para escoger el de mejor conveniencia, sobre todo los suministros de oficina y limpieza que serán los materiales que tendrán mayor uso; en lo relacionado con los artículos para el aseo, se cotizará tanto en Quito como en Manta, y se hará un análisis de los precios en las diferentes ciudades para elegir la mejor opción, tomando en cuenta el costo de transportar los insumos de una ciudad a otra.

3.1.1.4. MANO DE OBRA

Una vez definidos el tamaño del proyecto, es necesario asegurar que se contará con el personal necesario para satisfacer las necesidades de los clientes, quienes requieren de un servicio de hospedaje que les permita a su vez descansar y disfrutar de los atractivos que ofrece la ciudad de Manta y sus playas, por lo que se contará con el personal adecuado para cada área, como son atención al cliente, limpieza y mantenimiento.

3.1.1.5. FINANCIAMIENTO

El financiamiento de las actividades para la prestación del servicio se ha basado en recursos propios de los empresarios un 21% y el otro 79% será financiado por una entidad bancaria.

3.1.2. TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO.

Tomando en cuenta los factores que determinan el tamaño del proyecto, se ha determinado su tamaño óptimo, el cual podrá satisfacer a un promedio de 288 personas mensualmente, considerando el tamaño del mercado y la capacidad del proyecto, la cual aumentará a medida que aumente la demanda.

3.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.

El objetivo que persigue la localización de un proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias a largo plazo, ya que una vez ubicada la empresa, no es cosa simple cambiar de domicilio.

Para este caso, se debe tomar en cuenta la localización de la oficina desde la cual se maneja la parte administrativa del proyecto, es decir la ciudad de Quito, y los bienes inmuebles que serán utilizados para la prestación del servicio, es decir las casas y/o departamentos que son la herramienta principal para la ejecución del servicio, estará ubicado en la ciudad de Manta, tanto la oficina como las propiedades deberán estar situadas en un lugar que sea de fácil acceso y céntrico.

3.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La oficina principal, es decir el lugar de donde se manejará toda la parte administrativa será en Quito.

OFICINA QUITO

Localización: Región Sierra a 2.800 metros sobre el nivel del mar

Población: 1.4 millones de habitantes

Altitud: 2,850 m /9,350 pies

Temperatura: 10 a 25 grados centígrados

Provincia: Pichincha

Fundación: 6 de Diciembre de 1934

Y en Manta las propiedades estarán ubicadas en las principales playas, sin embargo la playa que más en cuenta se tomará es el Murciélagos debido a la afluencia de turistas que esta playa tiene.

Datos Generales de Manta:

Provincia: Manabí

Altitud promedio: 6m. sobre el nivel del mar

Temperatura media: 26° C en invierno y 24° C en verano.

Clima: Tropical Mega térmico semiárido, precipitaciones promedio de 300,2 mm.

Humedad: relativa media anual del 77%.

Fundación: fecha pérdida en el tiempo.

Para un mejor desempeño de las funciones del personal que trabajará en las playas de Manta, será necesario implantar una pequeña oficina en la playa del Murciélago, desde esta oficina se coordinará el trabajo que debe desempeñar el personal de limpieza y mantenimiento; desde este lugar los huéspedes podrán solicitar las llaves de las viviendas a ser alquiladas.

GRÁFICO: 3.1.

MAPA GEOGRFICO DE LA CIUDAD DE MANTA



Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Encarta 2009

3.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Oficina Quito

Quito, es la ciudad capital de la República de Ecuador; además, es la cabecera del área metropolitana que la forma, conocida como Distrito Metropolitano de Quito.

La dirección de la oficina de Quito estará ubicada en la Avenida Shyris N40-110 y Avenida Gaspar de Villarroel, edificio El Tablón, oficina 103.

Viviendas y Oficina en Manta

Manta es una de las ciudades económicamente más importantes debido a su relativamente desarrollada industria pesquera, donde sobresale la pesca del atún. También destacan empresas de aceites vegetales y maquiladoras. El turismo es otro rubro importante en su desarrollo, gracias a lo localización en plena Ruta del Sol (carretera que une a ciudades y balnearios turísticos de la costa ecuatoriana). Hoteles importantes incluyen: Oro Verde, Howard Johnson, Cabañas Balandra y Hostería San Antonio.

- ✓ Manta cuenta con museos, centros comerciales, bares, entre otros que dan la bienvenida a los turistas locales y extranjeros.
- ✓ El sector comercial es muy activo dentro de la economía de la ciudad; actualmente cuenta con la presencia de las más grandes empresas distribuidoras de productos de consumo masivo del país.
- ✓ Nueve de las diez empresas más grandes de Manabí, pertenecen al sector industrial y se encuentran ubicadas en los alrededores de la ciudad de Manta, las mismas que constan dentro de las 200 compañías más grandes del Ecuador.
- ✓ Manta, es el primer puerto pesquero del Ecuador y el primero en desembarques de atún a lo largo del Pacífico Sur Oriental.
- ✓ El medio de transporte es accesible, tanto dentro de la ciudad de Manta como desde la ciudad de Quito, actualmente cuenta con dos aerolíneas directas, y una variedad de empresas de transporte terrestre.

La oficina estará ubicada en la Av. Flavio Reyes, entre la Av. Circunvalación y la Calle 15.

AFLUENCIA DE TURISTAS A LAS PLAYAS DE MANTA POR MES

El flujo turístico de la ciudad es permanente, durante todo el año, con épocas de mayor afluencia en los meses de julio, agosto, septiembre y feriados como el de Navidad, Año Nuevo, Carnaval y Semana Santa.

“Según las Autoridades Portuarias de Manta se calcula que esta ciudad tiene una disponibilidad hotelera para 5000 personas”¹⁵ lo cual representa el 100% del total de personas, sin embargo se considera que de esta cantidad el 50% son capitalinos.

CUADRO N° 3.1.

AFLUENCIA DE PERSONAS EN LA PLAYA POR MES

Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
40%	100%	50%	50%	50%	80%	90%	100%	80%	50%	80%	80%

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO

“En Manta la afluencia de turistas es masiva, según lo indicó el presidente de la Cámara de Turismo de la ciudad. De acuerdo con los datos proporcionados por el funcionario, el 100 por ciento (14.000 habitaciones) de la capacidad hotelera con que cuenta el puerto Manabí está ocupado.”¹⁶

3.3. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

La ubicación de las casas planteadas en el presente estudio de factibilidad, satisface los principales requerimientos relaciones con la micro y macro localización.

¹⁵ WWW:APMANTA.GOV.EC

¹⁶ WWW.EXPRESO.EC

Actualmente la provincia de Manabí cuenta con hermosas playas, variedad de artesanías, tradición gastronómica, es una provincia en desarrollo con alto potencial.

Manta es el principal puerto marítimo del país, donde se desarrolla una importante actividad comercial, pesquera y turística; cuenta con medios de transporte aéreo y terrestre, sus vías desde la ciudad de Quito se encuentran en excelentes condiciones. Además ofrece una variedad de deportes acuáticos como son: surf, buceo, esquí acuático, kiteboarding, kitesurf y windsurfing.

Manta es hoy en día uno de los lugares más modernos del Ecuador, dispone de:

- Energía eléctrica.
- Agua provista por el Municipio.
- Drenaje de agua.
- Infraestructura vial adecuada.
- Disponibilidad de transporte público.
- Disponibilidad de líneas telefónicas.

3.4. EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES

Los equipos, muebles y enseres para el presente proyecto son necesarios para el funcionamiento del mismo y así brindar un servicio de hospedaje más ágil y eficiente.

3.4.1. MATERIALES QUITO

Los materiales y muebles que se van a registrar a continuación serán los que se utilizarán para la implantación de la oficina en la ciudad de Quito.

CUADRO N° 3.2.
INSTALACIONES Y ADECUACIONES

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Instalaciones y adecuaciones	\$1.000,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

CUADRO N° 3.3.
EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sumadora	1	\$70,00	\$70,00
Teléfono	2	\$20,00	\$40,00
Fax	1	\$100,00	\$100,00
Suministros en general	1	\$300,00	\$300,00
TOTAL			\$510,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuentes: Propia 2010

CUADRO N° 3.4.
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador	2	\$450,00	\$900,00
Impresora - Copiadora	1	\$500,00	\$500,00
TOTAL			\$1.400,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

CUADRO N° 3.5.
MUEBLES DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estación de trabajo	2	\$150,00	\$300,00
Sillón	2	\$100,00	\$200,00
Sillas	8	\$25,00	\$200,00
Archivador Aéreo	3	\$100,00	\$300,00
Cafetera	1	\$25,00	\$25,00
Archivador metálico	2	\$180,00	\$360,00
Vajilla	1	\$20,00	\$20,00
Sillón tripersonal	1	\$190,00	\$190,00
TOTAL			\$1.595,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia

CUADRO N° 3.6.
INSUMOS DE LIMPIEZA

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escobas	10	\$1,50	\$15,00
Trapeadores	5	\$2,00	\$10,00
Líquidos para muebles de madera y vidrios	10	\$2,75	\$27,50
Basureros	4	\$3,00	\$12,00
Fundas plásticas	200	\$0,03	\$6,00
Paños limpiadores	100	\$0,50	\$50,00
Cloro	5	\$2,50	\$12,50
Papel higiénico	24	\$0,35	\$8,40
Jabón	15	\$0,70	\$10,50
TOTAL			\$151,90

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

CUADRO N° 3.7.
INSUMOS DE MANTENIMIENTO

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Caja de herramientas básicas (martillo, desarmadores, clavos, playo, entre otros)	2	\$50,00	\$100,00
TOTAL			\$100,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

3.4.2. MATERIALES MANTA

Los muebles necesarios para la ejecución de este proyecto serán los necesarios para amoblar adecuadamente los bienes inmuebles, esto dependerá del tamaño de cada vivienda, ya que sus muebles deberán estar acordes a la proporción de la casa o departamento.

Cabe recalcar que estos muebles no van por cuenta de la empresa, cada propietario deberá habituar su vivienda acorde a las siguientes especificaciones.

CUADRO N° 3.8.
MUEBLES DE ALOJAMIENTO

CONCEPTO	CANTIDAD POR VIVIENDA
Cama 1 plz.	3
Cama 2 plz.	6
Colchón 1 plz.	3
Colchón 2 plz.	6
Velador	9
Televisor	1
Sillas	15
Basureros	6

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

CUADRO N° 3.9.
MUEBLES COCINA Y COMEDOR

CONCEPTO	CANTIDAD POR VIVIENDA
Cocina	1
Refrigerador	1
Microondas	1
Vajilla para 6 personas (mínimo)	2
Comedor para 6 personas	1

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

MENAJE PARA EL ALOJAMIENTO

Cabe recalcar que por cuestiones de aseo y seguridad, que el juego de sábanas, toallas y cubrecamas deberán ser llevados por las personas huéspedes de las viviendas, se les informará con anticipación el número de camas y sus respectivos tamaños.

3.4.3. OFICINA MANTA

CUADRO N° 3.10.

INSTALACIONES Y ADECUACIONES

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Instalaciones y adecuaciones	\$1.000,00

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

CUADRO N° 3.11.

EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sumadora	1	\$70,00	\$70,00
Teléfono	1	\$20,00	\$20,00
Fax	1	\$100,00	\$100,00
Suministros en general	1	\$300,00	\$300,00
TOTAL			\$490,00

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

CUADRO N° 3.12.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador	1	\$450,00	\$450,00
Impresora - Copiadora	1	\$500,00	\$500,00
TOTAL			\$950,00

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

CUADRO N° 3.13.
MUEBLES DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estación de trabajo	2	\$150,00	\$300,00
Sillón	2	\$100,00	\$200,00
Sillas	8	\$25,00	\$200,00
Archivador Aéreo	3	\$100,00	\$300,00
Cafetera	1	\$25,00	\$25,00
Archivador metálico	2	\$180,00	\$360,00
Vajilla	1	\$20,00	\$20,00
Sillón tripersonal	1	\$190,00	\$190,00
TOTAL			\$1.595,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

3.5. REQUERIMIENTO MANO DE OBRA

CUADRO N° 3.14.
MANO DE OBRA

MANO DE OBRA			
PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL
Gerente General	1	\$700,00	\$700,00
Gerencia de Operaciones	1	\$600,00	\$600,00
Asistente	1	\$300,00	\$300,00
Gerencia Financiera	1	\$600,00	\$600,00
Asistente	1	\$300,00	\$300,00
Gerencia de Personal	1	\$600,00	\$600,00
Asistente	1	\$300,00	\$300,00
Secretaria	2	\$300,00	\$600,00
Personal de limpieza	2	\$240,00	\$480,00
Personal de mantenimiento	1	\$250,00	\$250,00
Mensajero	1	\$240,00	\$240,00
TOTAL	13	\$4.430,00	\$4.970,00

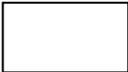
Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

3.6. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

El flujo grama es una representación gráfica de las actividades de un proceso, por medio de este se puede facilitar el análisis de las entradas de proveedores, la salida de los clientes y los puntos críticos de un proceso

3.6.1. SIMBOLOGIA

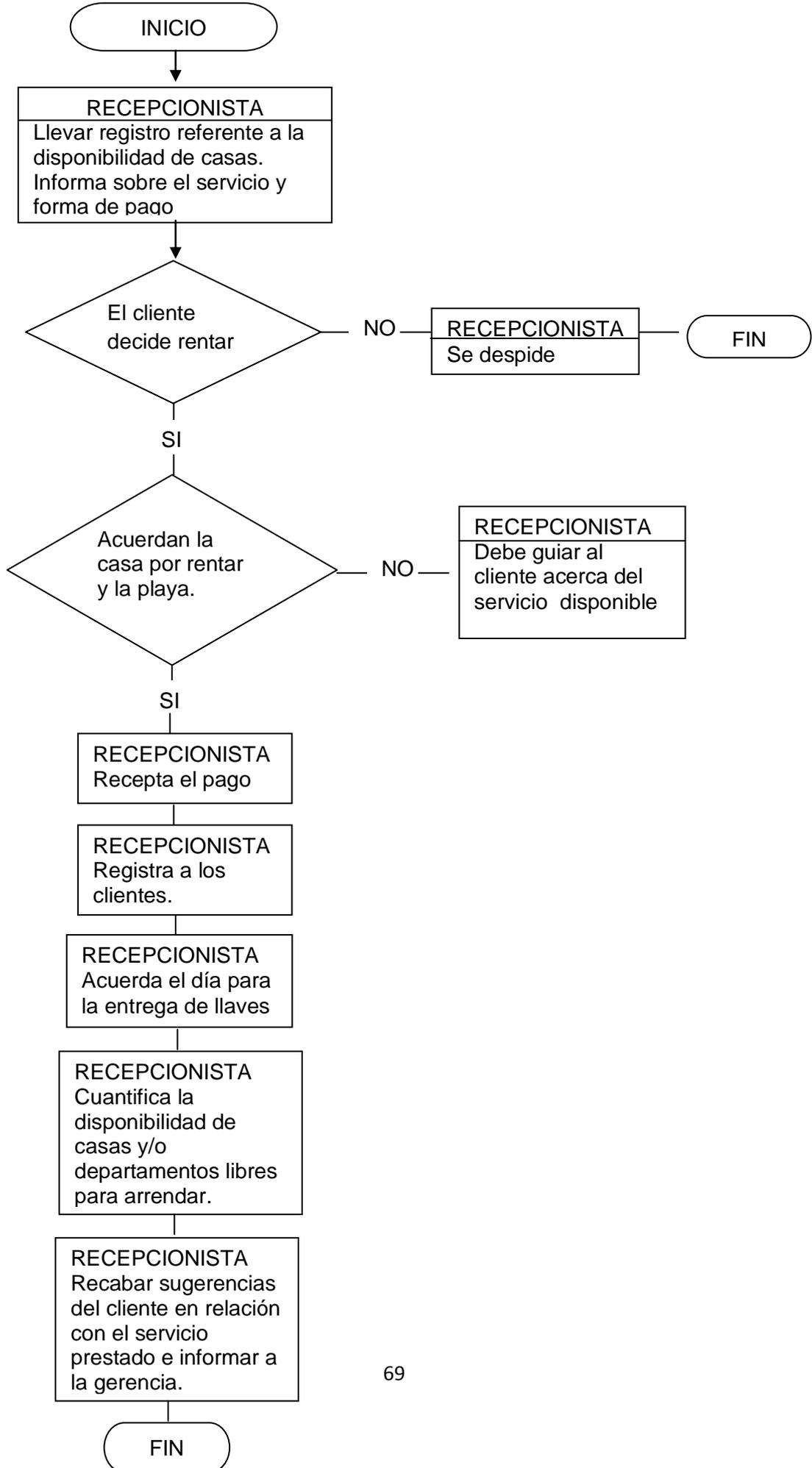
CUADRO N° 3.15.
SIMBOLOGÍA FLUJOGRAMA

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	Proceso
	Decisión
	Inicio – Fin del proceso
	Documento

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: ORGANIZACIÓN CIENTÍFICA DEL TRABAJO. DR. CRISTÓBAL FREIRE

3.6.2. DIAGRAMA DE FLUJO



3.7. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Analiza los aspectos legales que condicionan la operatividad y el manejo económico del proyecto.

Propone aportar los elementos de juicio necesarios para decidir el tipo de organización, requerimientos legales, estructura organizacional para la implementación y operación del proyecto.

3.7.1. TIPO DE EMPRESA (SECTOR, ACTIVIDAD)

Esta empresa pertenece al sector privado, debido a que el capital inicial social de Manteñas será propio, razón por la cual no incurre en el sector público.

3.7.2. BASE FILOSOFICA DE LA EMPRESA

Esta filosofía se resume básicamente en la prestación de un servicio de calidad tomando en cuenta todas sus actividades y procesos buscando al mismo tiempo la satisfacción del cliente con el servicio recibido y margen de utilidad favorable para el crecimiento de la empresa.

3.7.3. PRINCIPIOS Y VALORES

Los valores que identifican a la empresa son la honestidad y la búsqueda de la calidad, los cuales lograrán que tenga una reputación definida y próspera para los fines de la empresa.

Ofrecer capacitación, entrenamiento y asesoría integral orientada al fortalecimiento y desarrollo personal de los empleados; basado en una filosofía de formación humanista y empresarial, capaz de generar una voluntad de logro y efectividad, con niveles competitivos de calidad.

Orden y limpieza que la empresa pregonará, de tal manera que se logre un ambiente adecuado, no solo en las viviendas, sino también en la oficina de la ciudad de Quito.

Las actividades de la empresa son ejecutadas por sus integrantes con dedicación y responsabilidad, para colaborar en el crecimiento organizacional y para cumplir las expectativas.

3.7.3.1. PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES

- ✓ Orientación hacia el servicio al cliente.
- ✓ Trabajo en equipo y convergencia de esfuerzos.
- ✓ Crear un ambiente de confianza y amistad.
- ✓ Planes de innovación y mejora continua.
- ✓ Prever riesgos, o saber cómo asumirlos.

3.7.3.2. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

- ✓ Consolidarse como empresa.
- ✓ Capacitación del personal.
- ✓ Fomentar el trabajo en equipo.
- ✓ Brindar un óptimo ambiente de trabajo.

3.7.3.3. POLÍTICAS

Con el fin de mejorar el medio ambiente.

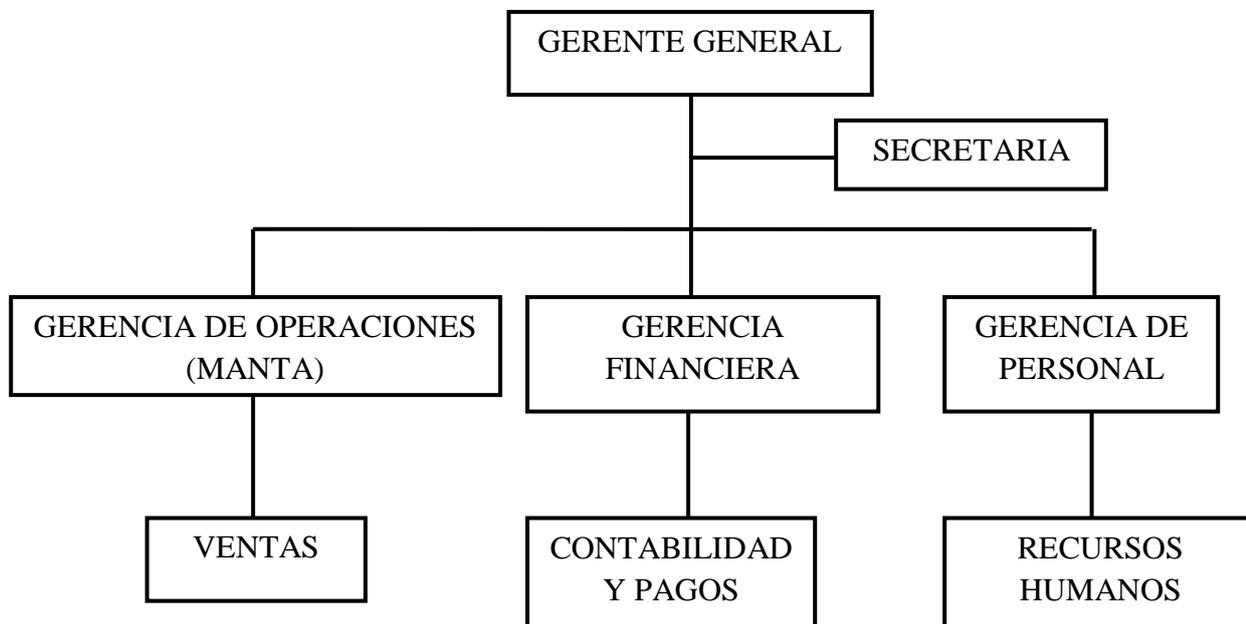
- ✓ Minimizar desechos.
- ✓ Conservación y control de energía eléctrica.
- ✓ Control de recursos de agua potable.
- ✓ Control de aguas residuales.
- ✓ Uso sostenible de los recursos.
- ✓ Marketing turístico responsable.
- ✓ Apoyo a la economía social.

3.8. LA ORGANIZACIÓN

3.8.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRAFICO 3.2.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

3.8.2. MANUAL DE FUNCIONES

Gerente General

- Administrar la empresa.
- Seguir las políticas institucionales.
- Promover la productividad económica.
- Seleccionar y reclutar al recurso humano.
- Supervisar a los colaboradores de la empresa con relación de dependencia o no.
- Supervisar el área de finanzas, operaciones y personal.
- Autorizar pagos de la empresa.
- Llevar un control de los ingresos de la empresa.
- Desarrollar estrategias de venta.
- Promover la imagen de la empresa a nivel nacional.

Gerente de Operaciones

- Organizar y supervisar el funcionamiento interno de la empresa en la ciudad de Manta.
- Seguir las políticas constitucionales.
- Diseñar los procesos de la empresa.
- Ser la imagen corporativa con los clientes.
- Supervisar las áreas de mantenimiento y limpieza.
- Coordinar el funcionamiento de los horarios de atención al público.
- Solucionar problemas técnicos de la empresa.

Gerente de Personal

- Seguir las políticas constitucionales.
- Elaborar base de datos de todo el personal de la empresa.
- Elaborar roles de pago.
- Recopilar carpetas para la selección del personal.
- Concretar citas para entrevistas de trabajo.
- Elaborar matrices de capacitaciones al personal.
- Mantener un ambiente laboral agradable.
- Dar solución a inconvenientes relaciones con el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Elaborar fichas de ingreso y salida del IESS.

Gerente Financiero

- Seguir las políticas de la empresa.
- Preparar reportes de ingresos y egresos.
- Elaborar cheques y realizar pagos.
- Realizar ajustes contables.
- Llenar los formularios de declaración de impuestos.

Secretaria (Quito y Manta)

- Atender llamadas telefónicas
- Brindar atención al cliente.
- Llevar base de datos de los clientes.

- Realizar check in y check out.
- Coordinar reservaciones.
- Realizar cobros al cliente.
- Realizar cuadre de caja chica.
- Coordinar el trabajo Quito-Manta

Departamento Financiero

En empresas pequeñas la función financiera la lleva a cabo normalmente el departamento de contabilidad, a medida que la empresa crece la importancia de la función financiera da por resultado normalmente la creación de un departamento financiero separado; una unidad autónoma vinculada directamente al presidente de la compañía, a través de un administrador financiero.

OPERARIOS DE LIMPIEZA: las personas encargadas de la limpieza de las viviendas trabajarán directamente en la ciudad de Manta, serán los encargados de realizar el aseo de las propiedades una vez que los huéspedes abandonen las mismas, para que estén listas para los siguientes huéspedes. Su trabajo será controlado por la recepcionista de la oficina de Manta.

OPERARIOS DE MANTENIMIENTO: es la persona quien se encargara de arreglar cualquier inconveniente relacionado con la parte técnica de la vivienda, es decir, electricidad, plomería, carpintería, entre otros. Su trabajo, al igual que el personal de limpieza, será controlado por la recepcionista que está a cargo de la oficina en la ciudad de Manta.

MENSAJERO: es la persona encargada de trasladar la documentación a las diferentes entidades, será también la persona responsable por la limpieza de la oficina en la ciudad de Quito, será dependiente de la recepcionista encargada de manejar la oficina en Quito.

3.9. BASE LEGAL

La base legal es necesario para toda la empresa ya que marca su solidez, confiabilidad y rigidez en su manera de proceder a lo largo de su duración y como señala su significado, el contrato de compañías como la unión de capitales por parte de 2 o más personas para la realización de operaciones mercantiles con el objeto de percibir utilidades, la empresa procede a su conformación como dispone la ley.

3.9.1. NOMBRE O RAZON SOCIAL

El nombre comercial que se registrara en la Superintendencia de Compañías es: *MANTEÑAS RENTADORA DE KASAS*, se lo realizara como una microempresa debido a las características que presenta.

3.9.2. TIPO DE EMPRESA

La empresa se encuentra dentro del sector turístico, ya sean actividades de ocio, viajes de negocio u otros motivos. Dedicada principalmente a prestar servicios de alquiler de viviendas, los mismos que para el efecto están dirigidos a personas radicadas en la ciudad de Quito.

3.9.3. CLASE DE ACTIVIDAD

La actividad principal es brindar el servicio de alquiler de casas y/o departamentos en las playas de Manta, durante cortos periodos de alojamiento, con la finalidad de ofrecer un nuevo servicio de hospedaje, brindando una calidad del 100%.

3.9.4. SOCIOS

Al ser una compañía de responsabilidad limitada los socios serán dos, pues este es el requerimiento mínimo para su conformación y será Andrea Pérez en primer lugar, se tiene como posible socio al señor Pablo García, quién es una persona emprendedora y con experiencia en el ámbito hotelero.

3.9.5. TITULARIDAD DE LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA

“En lo referente a los sectores de la economía la constitución manifiesta que la economía ecuatoriana funcionará a través de cuatro sectores básicos: sector público, sector de economía mixta, sector comunitario de autogestión y sector privado. Este último integrado por empresas cuya propiedad corresponde a una o varias personas, naturales o jurídicas de derecho privado y, en general por empresas que no estén comprendidas en los otros sectores de la economía”.¹⁷

“Manteñas Rentadora de Kasas” se inscribirá en la Superintendencia de Compañías con personería jurídica, en la cual constarán los nombres de los socios o accionistas del mismo.

El Código Civil Ecuatoriano señala que una persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente”¹⁸.

La empresa será registrada como una Compañía Limitada y estará bajo la vigilancia de la Superintendencia de Compañías y del Ministerio de Educación del Ecuador.

A continuación se presenta los estatutos que regirán Manteñas Rentadora de Kasas Cía. Ltda.

CAPITULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, OBJETO SOCIAL, DURACIÓN Y DOMICILIO DE LA COMPAÑÍA.

Artículo Primero: Con la denominación de “Manteñas Rentadora de Kasas Cía. Ltda.”, se conforma por una compañía de responsabilidad limitada que constituirá una persona jurídica de carácter comercial. La compañía que se establecerá se regirá por las disposiciones constantes en la Ley de la Materia, el Código de Comercio, los presentes estatutos y los reglamentos que se dicten.

¹⁷ Guía para crear y desarrollar su propia empresa; Gary Flor García

¹⁸ Código Civil Ecuatoriano

Artículo Segundo: La compañía de responsabilidad limitada tiene por objeto:

- a. Brindar servicios de alojamiento a personas naturales de la ciudad de Quito, apoyando al bienestar de la comunidad.
- b. Ofrecer trabajo y aumentar el turismo del país.
- c. Apoyar culturalmente al turismo de la ciudad de Manta, mediante la prestación de un nuevo servicio de alojamiento.

Artículo Tercero: La compañía “Manteñas Rentadora de Kasas Cía. Ltda.”, a partir de la fecha en que se inscriba su contrato social en el Registro Mercantil, tendrá un plazo de duración de diez años, plazo que podrá ser ampliado o restringido, si así lo resuelve la Junta General de socios, sin perjuicio de lo que sobre disolución anticipada prevé la Ley y los presentes estatutos.

Artículo Cuarto: El domicilio principal de la compañía de responsabilidad limitada “Manteñas Rentadora de Kasas Cía. Ltda.”, queda señalado en la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, contará con una sucursal en la ciudad de Manta, cabe recalcar que los bienes inmuebles a ser alquilados se encontrarán en esta misma ciudad.

CAPITULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL

Artículo Quinto: El capital social de la compañía es de SIETE MIL DOSCIENTOS DÓLARES AMERICANOS (7.200,00 USD.), dividido en 70% para el accionista mayoritario, y el 30% junto con otro accionista.

Las participaciones se encuentran divididas de la siguiente manera:

CUADRO N° 3.16.

PARTICIPACIÓN DE LOS SOCIOS

SOCIOS	PARTICIPACIONES	TOTAL USD.
Andrea Pérez Juca	70%	\$ 5.040,00
Pablo García Barros	30%	\$ 2.160,00
TOTAL	100%	\$7.200,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

Artículo Sexto: 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 parte le corresponden. Los certificados de aportación que se emiten deberán ser autorizados con las firmas del gerente de la compañía. La participación de cada socio es transmisible por herencia, si lo herederos fueren varios estarán representados por la persona que designen. Igualmente, las partes sociales son indivisibles. La participación que tiene el socio en la compañía limitada, es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros; si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social.

3.10. CONTRATO DE VIVIENDA

Será necesario incluir un contrato entre los propietarios de las viviendas y la empresa, debido a que en circunstancias legales siempre es importante documentación física firmada. A continuación se presenta un modelo de contrato de arrendamiento, cabe recalcar que cada contrato varía dependiendo de la infraestructura de cada vivienda y también las preferencias de cada propietario.

CONTRATO DE ARRIENDO

En la ciudad de Quito a los 01 días del mes de Julio del 2011 comparecen, por una parte, la señora MARÍA AUXILIADORA DE SÁNCHEZ cédula de identidad 1714168109, a quien se le denominará ARRENDADOR, y por otra parte la señora ANDREA FERNANDA PÉREZ JUCA, representante legal de la empresa MANTEÑAS RENTADORA DE KASAS Cia. Ltda., con RUC 1302078298001, a quien se le denominará ARRENDATARIO, los comparecientes, son mayores de edad, hábiles en derecho y en uso de sus plenas facultades mentales conviene en celebrar el presente con trato de arrendamiento al tenor siguiente.

PRIMERA. ANTECEDENTES.- La señora MARÍA AUXILIADORA DE SÁNCHEZ, da en arrendamiento a la señora ANDREA FERNANDA PÉREZ JUCA, el departamento de su propiedad que se encuentra en la avenida 26 entre las calles 11 y 12 en el centro de la ciudad de Manta, departamento que se está

constituido por sala, comedor, cocina, dos dormitorios, un baño, las paredes internas del departamento se encuentran recién pintadas, los dormitorios con sus respectivos clósets, en la cocina un mueble de cocina, tanto las instalaciones de luz eléctrica y agua potable se encuentran en perfecto estado con sus respectivas llaves.

SEGUNDA. ACEPTACION.- El arrendatario acepta conforme el presente contrato de arrendamiento y en las condiciones antes referidas.

TERCERA. CANON ARRENDATICIO.- La pensión arrendaticia que en forma libre y voluntaria conviene en pagar el arrendatario es la cantidad de CIENTO CINCUENTA DÓLARES (\$150,00) mensuales.

CUARTA.- El arrendatario en forma libre y voluntaria manifiesta que la pensión arrendaticia que conviene en pagar es la justa, por lo que renuncia a cualquier acción RESTITUTIVA que le pudiere conceder la ley, así, la oficina de arrendamiento fije una pensión inferior a la pactada.

QUINTA. PLAZO.- El plazo de duración del presente contrato de arrendamiento será de UN AÑO contado a partir de la presente fecha, plazo que podrá prorrogarse mediante la elaboración de un nuevo contrato.

SEXTA. PAGO DE SERVICIOS.- El consumo de luz eléctrica y agua potable, el arrendatario pagará de los medidores de agua y luz que existen en el bien que se arrienda.

SEPTIMA: MEJORAS.- Se le prohíbe al arrendatario realizar mejoras en el departamento que se arrienda sin el consentimiento por escrito de su arrendador, y, si se las realiza, estas irán en beneficio del arrendador, sin que tenga que reconocer ningún valor por las mejoras.

OCTAVA.- EL arrendatario pagará los daños y perjuicios ocasionados en el departamento que se le arrienda si se produjeran por su culpa, descuido o negligencia no siendo de su responsabilidad los daños que se presentaren por casos

fortuitos o de fuerza mayor, así, como aquellos que sea producto del deterioro normal por el uso.

NOVENO: GARANTÍA.- A fin de garantizar el fiel cumplimiento de lo anteriormente estipulado, el arrendatario entrega a su arrendador, la cantidad de TRECIENTOS DÓLARES (\$300,00), al momento de suscribir el presente contrato de arrendamiento en dinero en efectivo y en moneda que actualmente es de curso en la REPÚBLICA DEL ECUADOR.

DÉCIMA.- El arrendatario está autorizado para subarrendar o ceder a terceras personas el departamento que se le arrienda.

DÉCIMA PRIMERA: RESTITUCIONES RECÍPROCAS.- A la terminación del presente contrato de arrendamiento, las partes procederán a las restituciones recíprocas, así, el arrendatario, devolverá la vivienda que se le arrienda, en las mismas condiciones en las que recibió y una vez que el arrendador verifique que lo arrendado se encuentra en buenas condiciones salvo que existan daños producidos por fuerza mayor, devolverá la garantía que tiene recibida.

DÉCIMA SEGUNDA: JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Para el caso de cualquier controversia proveniente del presente contrato, se someterán a los jueces competentes y al trámite verbal sumario previsto en la ley del inquilinato.

En ratificación de que las partes están en total y absoluto acuerdo en lo estipulado firman por triplicado en unidad de acto en esta fecha y lugar.

ANDREA PÉREZ J.
Arrendatario

MARIA AUXILIADORA DE SÁNCHEZ
Arrendador

CAPITULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

✓ INTRODUCCIÓN

El estudio económico – financiero se encarga de realizar las evaluaciones económicas de cualquier proyecto de inversión, para determinar la factibilidad o viabilidad económica de un proyecto. Este debe estar concebido desde el punto de vista técnico y debe cumplir con los objetivos que se espera.

En otras palabras trata de estudiar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, si los resultados arrojan, que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas.

El 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 de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

4.1. INVERSIÓN REQUERIDA PARA EL PROYECTO

Mediante el estudio económico - financiero el presente proyecto podrá identificar sus necesidades de recursos para el proceso de inversión y posteriormente obtener los estados e índices financieros para su evaluación, de esta manera se determinara si el proyecto es factible económicamente.

Se clasifican en tres grupos:

- Activos fijos
- Activos intangibles
- Capital de trabajo.

La suma de estos tres rubros constituye el valor de la Inversión Total que se requiere.

RESUMEN DE INVERSIONES

CUADRO N° 4.1.

INVERSION INICIAL

CONCEPTO	VALOR
Inversión tangible	\$8.540,00
Inversión intangible	\$10.200,00
Capital de trabajo	\$12.162,84
TOTAL	\$30.902,84

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

4.1.1. ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Los activos fijos son bienes que la empresa ha construido o adquirido con el objetivo de conservarlo para utilizarlo, explotarlo, para ponerlo al servicio de la empresa, se considera fijo.

Por lo general, el activo fijo tangible es aquel que hace parte de la propiedad, planta y quipo, como son los automóviles, maquinaria, edificios, muebles, etc.

Se utilizará áreas como:

- Instalaciones y adecuaciones de la oficina, cabe recalcar que los rubros que serán utilizados bajo este término no es el valor de arriendo.
- Muebles de oficina
- Equipos de oficina
- Equipos de computación

Una vez obtenido el espacio físico la empresa debe adecuar el local para su funcionamiento con diferentes equipos, muebles y enseres.

CUADRO N° 4.2.

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

CONCEPTO	VALOR
Instalaciones y adecuaciones	\$2.000,00
Muebles de oficina	\$3.190,00
Equipos de oficina	\$1.000,00
Equipo de computación	\$2.350,00
TOTAL	\$8.540,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

4.1.2. ACTIVOS INTANGIBLES

Los activos intangibles se usan para describir activos que se utilizan en la operación del negocio pero que no tiene sustancia física y no son corrientes. Como ejemplo están las patentes, los derechos del autor, las marcas registradas, las franquicias. Los activos corrientes tales como las cuentas por cobrar o el arrendamiento pre pagado, no están incluidos en la clasificación de intangibles, aunque carezcan de sustancia física.

CUADRO N°4.3.

ACTIVOS INTANGIBLES

CONCEPTO	VALOR
Gastos de constitución	\$1.000,00
Diseños corporativos	\$1.200,00
Permisos	\$800,00
Estudio de factibilidad	\$3.000,00
Honorarios Abogado	\$1.200,00
TOTAL	\$7.200,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

4.1.3. CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.

El presente proyecto necesita aproximadamente de 2 meses para financiar sus operaciones, ya que se ha determinado que es el tiempo prudente para que la empresa empiece a funcionar y se maneje con capital propio.

CUADRO N°4.4.
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA

Concepto	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
Gerente General	1	\$700,00	\$700,00	\$1.800,00	\$7.200,00
Gerencia de Operaciones	1	\$600,00	\$600,00	\$1.800,00	\$7.200,00
Asistente	1	\$300,00	\$300,00	\$1.800,00	\$7.200,00
Gerencia Financiera	1	\$600,00	\$600,00	\$1.800,00	\$7.200,00
Asistente	1	\$300,00	\$300,00	\$1.800,00	\$7.200,00
Gerencia de Personal	1	\$600,00	\$600,00	\$1.800,00	\$7.200,00
Asistente	1	\$300,00	\$300,00	\$1.800,00	\$7.200,00
Secretaria	2	\$300,00	\$600,00	\$1.800,00	\$3.600,00
Mensajero	1	\$240,00	\$240,00	\$720,00	\$2.880,00
Aporte patronal IESS			\$515,16	\$1.545,48	\$6.181,92
Provisión 13ro			\$353,33	\$1.060,00	\$4.240,00
Provisión 14to			\$3.533,33	\$10.600,00	\$42.400,00
Vacaciones			\$176,67	\$530,00	\$2.120,00
TOTAL	10		\$8.818,49	\$28.855,48	\$111.821,92

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

CUADRO N°4.5.
COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA

Concepto	Cantidad	Sueldo Mensual	Valor Mensual	Valor trimestral	Valor anual
Limpieza	2	\$240,00	\$480,00	\$1.440,00	\$5.760,00
Mantenimiento	1	\$250,00	\$250,00	\$750,00	\$3.000,00
Aporte patronal IESS			\$88,70	\$266,09	\$1.064,34
Provisión 13ro			\$60,83	\$182,50	\$730,00
Provisión 14to			\$182,50	\$547,50	\$2.190,00
Vacaciones			\$30,42	\$91,25	\$365,00
TOTAL	3		\$1.092,45	\$3.277,34	\$13.109,34

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

CUADRO N°4.6.
CAPITAL DE TRABAJO

	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Costo Mano de Obra Directa	\$8.818,49	\$111.821,92
Costo Mano de Obra Indirecta	\$1.092,45	\$13.109,34
Servicios Básicos	\$300,00	\$3.600,00
Publicidad	\$150,00	\$1.800,00
Gigantografías	\$100,00	\$1.200,00
Arriendos	\$4.500,00	\$54.000,00
Insumos	\$251,90	\$3.022,80
Garantía de las viviendas	\$3.000,00	\$36.000,00
Otros gastos	\$250,00	\$3.000,00
TOTAL	\$18.462,84	\$227.554,06

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

4.2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Las fuentes de financiamiento son realizadas a través de de un 79% de capital propio y un 21% mediante una institución financiera. Los activos tangibles y el capital de trabajo serán financiados por una entidad bancaria o financiera y los gastos diferidos serán financiados por un capital propio.

CUADRO N°4.7.
FUENTES Y USOS DE FONDOS

TOTAL	INVERSIONES	CAPITAL PROPIO		FINANCIAMIENTO	
		VALOR	%	VALOR	%
Activo tangibles					
Instalaciones y adecuaciones	\$2.000,00			\$2.000,00	
Muebles de oficina	\$3.190,00			\$3.190,00	
Equipos de oficina	\$1.000,00			\$1.000,00	
Equipo de computación	\$2.350,00			\$2.350,00	
Capital de Trabajo					
Costo de Mano de Obra Directa	\$8.818,49			\$8.818,49	
Costo de Mano de Obra Indirecta	\$1.092,45			\$1.092,45	
Servicios Básicos	\$300,00			\$300,00	
Publicidad	\$150,00			\$150,00	
Gigantografías	\$100,00			\$100,00	
Arriendo	\$4.500,00			\$4.500,00	
Insumos	\$251,90			\$251,90	
Garantía de las viviendas	\$3.000,00			\$3.000,00	
Otros gastos	\$250,00			\$250,00	
Gastos diferidos					
Gastos de constitución	\$1.000,00	\$1.000,00			
Diseños corporativos	\$1.200,00	\$1.200,00			
Permisos	\$800,00	\$800,00			
Estudio de factibilidad	\$3.000,00	\$3.000,00			
Honorarios Abogado	\$1.200,00	\$1.200,00			
TOTAL	\$34.202,84	\$7.200,00	21%	\$27.002,84	79%

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

4.2.1. TABLAS DE AMORTIZACIÓN

Las obligaciones con terceros prevista para el desarrollo del presente proyecto, tiene una duración de 5 años, la tasa de interés con la que se ha efectuado los cálculos responde a la tasa vigente en el mercado financiero bancario. (12.50%)

Préstamo: \$27002,84

Interés: 12.50%

Forma de pago: semestral

Plazo: 5 años

CUADRO N°4.8.

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PAGOS	FECHA	CAPITAL POR PAGAR	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
	01/01/2011					\$27.002,84
1	01/07/2011	\$27.002,84	\$3.185,78	\$843,84	\$2.341,94	\$24.660,89
2	01/01/2012	\$24.660,89	\$3.185,78	\$770,65	\$2.415,13	\$22.245,76
3	01/07/2012	\$22.245,76	\$3.185,78	\$695,18	\$2.490,60	\$19.755,16
4	01/01/2013	\$19.755,16	\$3.185,78	\$617,35	\$2.568,43	\$17.186,73
5	01/07/2013	\$17.186,73	\$3.185,78	\$537,09	\$2.648,70	\$14.538,03
6	01/01/2014	\$14.538,03	\$3.185,78	\$454,31	\$2.731,47	\$11.806,56
7	01/07/2014	\$11.806,56	\$3.185,78	\$368,95	\$2.816,83	\$8.989,73
8	01/01/2015	\$8.989,73	\$3.185,78	\$280,93	\$2.904,85	\$6.084,88
9	01/07/2015	\$6.084,88	\$3.185,78	\$190,15	\$2.995,63	\$3.089,24
10	01/01/2016	\$3.089,24	\$3.185,78	\$96,54	\$3.089,24	\$0,00

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

4.3. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

DEPRECIACIÓN:

“La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta. En la medida en que avance el tiempo de servicio, decrece el valor contable de dichos activos.”¹⁹

Las depreciaciones son realizadas en línea recta a los años exigidos por la ley para cada activo fijo y se detalla en el siguiente cuadro. A la vez las depreciaciones al igual que las amortizaciones son un escudo fiscal para la elusión de impuestos de una manera legal que beneficia a la empresa.

¹⁹WWW.RINCONDELVAGO.COM

CUADRO N° 4.9.
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

DESCRIPCIÓN	VALOR DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL (AÑOS)	CUOTA ANUAL
Instalaciones y adecuaciones	\$2.000,00	10	\$200,00
Muebles de oficina	\$3.190,00	10	\$319,00
Equipos de oficina	\$1.000,00	10	\$100,00
Equipo de computación	\$2.350,00	3	\$783,33
TOTAL DEPRECIACIÓN	\$8.540,00		\$1.402,33

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

AMORTIZACIÓN

“Toda empresa para constituirse legalmente realiza una serie de egresos o gastos denominados de organización y constitución, los cuales pueden ser amortizados en 5 años al 20% anual.”²⁰

CUADRO N° 4.10.
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS

DESCRIPCIÓN	VALOR DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL (AÑOS)	CUOTA ANUAL
Gastos de Constitución	\$7.200,00	5	\$1.440,00
TOTAL AMORTIZACION	\$7.200,00		\$1.440,00

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

²⁰ REGLAMENTO A LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO (Art. 21, numeral 6, literal e)

4.4. ESTADOS FINANCIEROS

4.4.1. BALANCE GENERAL

El Balance General se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman al Activo, Pasivo y Patrimonio de la misma.

El Activo agrupa las cuentas que representan bienes, valores y derechos que son de propiedad de la empresa, las mismas que representan facilidad de conversión en dinero en efectivo.

El Pasivo agrupa las cuentas que demuestran las obligaciones que tiene la empresa con terceras personas.

El Patrimonio agrupa las cuentas que representan el derecho del propietario sobre el Activo de la empresa.

**BALANCE GENERAL
MANTEÑAS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010**

ACTIVOS

Activos corrientes		\$18.462,84
Bancos	\$18.462,84	
Activo Fijo		\$8.540,00
Instalaciones y adecuaciones	\$2.000,00	
Muebles de oficina	\$3.190,00	
Equipos de oficina	\$1.000,00	
Equipo de computación	\$2.350,00	
Activos Diferidos		\$7.200,00
Gastos de constitución	\$1.000,00	
Diseños corporativos	\$1.200,00	
Permisos	\$800,00	
Estudio de factibilidad	\$3.000,00	
Honorarios Abogado	\$1.200,00	
TOTAL ACTIVOS		<u>\$34.202,84</u>

PASIVOS

Pasivos Largo Plazo		\$27.002,84
Préstamos bancarios	\$27.002,84	
TOTAL PASIVOS		\$27.002,84

PATRIMONIO

Capital Social	\$7.200,00	\$7.200,00
----------------	------------	------------

TOTAL PATRIMONIO **\$7.200,00**

TOTAL ACTIVO + PATRIMONIO **\$34.202,84**

Elaborador por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

CUADRO N° 4.11.
ESTADO DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>COSTOS DIRECTOS</i>					
Costo de Mano de Obra Directa	\$111.821,92	\$114.058,36	\$115.290,19	\$116.535,32	\$117.793,90
Costo de Mano de Obra Indirecta	\$13.109,34	\$13.371,53	\$13.515,94	\$13.661,91	\$13.809,46
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$124.931,26	\$127.429,89	\$128.806,13	\$130.197,23	\$131.603,36
<i>GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</i>					
Gastos Administrativos	\$60.622,80	\$61.277,53	\$61.939,32	\$62.608,27	\$63.284,44
Depreciación	\$1.402,33	\$1.402,33	\$1.402,33	\$1.663,44	\$1.663,44
Amortización	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00
Gastos de Marketing	\$3.000,00	\$3.032,40	\$3.065,15	\$3.098,25	\$3.131,71
Otros Gastos	\$3.000,00	\$3.032,40	\$3.065,15	\$3.098,25	\$3.131,71
TOTAL	\$69.465,13	\$70.184,66	\$70.911,96	\$71.908,22	\$72.651,31
<i>GASTOS FINANCIEROS</i>					
Gastos Financieros	\$1.614,49	\$1.312,53	\$991,40	\$649,88	\$286,69
TOTAL GASTOS	\$71.079,62	\$71.497,19	\$71.903,36	\$72.558,10	\$72.938,00
<i>TOTAL COSTOS Y GASTOS</i>	\$196.010,88	\$198.927,07	\$200.709,48	\$202.755,34	\$204.541,37

Elaborador por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

NOTA: Para las proyecciones de los Costos Directos se tomo como referencia el 2% del crecimiento en la Mano de Obra Directa e Indirecta, para los Gastos y demás se considero el promedio de inflación (1.08%)

CUADRO N° 4.12.

MARGEN UTILIDAD POR CLIENTE

AÑO	2011
Precio por persona	\$80,00
Ingreso de turistas proyectado	3305
Total Costo Operacional	\$196.010,88
Costo Unitario	\$59,30
MARGEN DE UTILIDAD	\$20,70

Elaborador por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

El año anterior nos refleja que para el año 2010 al establecer el precio de \$80.00 USD por turista se obtiene un margen de utilidad del 25,88% lo que representa \$20,70 USD ya que el costo unitario real es de \$59,30 USD por turista, equivalente al 74,12% del precio establecido.

4.4.2. ESTADOS DE RESULTADOS

“Informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de Rentas, Costos y Gastos, preparado a fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa, por un periodo de tiempo dado.”²¹

²¹ ZAPATA, Pedro, *Contabilidad general*, 1996, Pág. 211

CUADRO N° 4.13.
ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos totales	\$264.429,36	\$268.764,48	\$274.799,52	\$280.069,92	\$285.169,68
(-) Gastos de operación					
Gastos administrativos	\$60.622,80	\$61.277,53	\$61.939,32	\$62.608,27	\$63.284,44
Gastos de publicidad y promoción	\$3.000,00	\$3.032,40	\$3.065,15	\$3.098,25	\$3.131,71
Otros gastos	\$3.000,00	\$3.032,40	\$3.065,15	\$3.098,25	\$3.131,71
Gastos financieros	\$1.614,49	\$1.312,53	\$991,40	\$649,88	\$286,69
Total gastos de operación	\$68.237,29	\$68.654,86	\$69.061,02	\$69.454,66	\$69.834,56
(=) Utilidad de operación	\$196.192,07	\$200.109,62	\$205.738,50	\$210.615,26	\$215.335,12
(-) Depreciación activos fijos	\$1.402,33	\$1.402,33	\$1.402,33	\$1.663,44	\$1.663,44
(-) Amortización activo diferido	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00
(=) Utilidad antes de impuestos	\$193.349,74	\$197.267,29	\$202.896,16	\$207.511,82	\$212.231,68
(-) 15% participación trabajadores	\$29.002,46	\$29.590,09	\$30.434,42	\$31.126,77	\$31.834,75
(=) Utilidad antes de imp. Renta	\$164.347,27	\$167.677,20	\$172.461,74	\$176.385,04	\$180.396,93
(-) 25% Impuesto a la renta	\$41.086,82	\$41.919,30	\$43.115,44	\$44.096,26	\$45.099,23
(=) UTILIDAD NETA	\$123.260,46	\$125.757,90	\$129.346,31	\$132.288,78	\$135.297,69

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

4.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

“La evaluación financiera determina las ventajas y desventajas que se pueden esperar de asignar o no recursos hacia objetivos determinados, y toma como punto de partida la organización, estudio y análisis de los diferentes factores de orden económico, financiero, administrativo e institucional considerados en la formulación de proyectos”²²

4.5.1. FLUJO DE CAJA

“Informe contable principal que presenta en forma condensada y clasificada, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios, efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en el uso racional del efectivo y proyectar la capacidad financiera empresarial en función de su liquidez”²³.

²² MIRANDA, Juan, *Gestión de Proyectos*, 2002, p. 224

²³ ZAPATA, Pedro, *Contabilidad general*, 1996, p. 277

**CUADRO N° 4.14.
FLUJO DE FONDOS**

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS		\$ 264.429,36	\$ 268.764,48	\$ 274.799,52	\$ 280.069,92	\$ 285.169,68
(-) Costos de operación		\$ 196.192,07	\$ 200.109,62	\$ 205.738,50	\$ 210.615,26	\$ 215.335,12
(-) Depreciaciones		\$ 1.402,33	\$ 1.402,33	\$ 1.402,33	\$ 1.402,33	\$ 1.402,33
(-) Amortizaciones		\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
(+) Pago de Capital		\$ 1.614,49	\$ 1.312,53	\$ 991,40	\$ 649,88	\$ 286,69
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION		\$ 67.009,45	\$ 67.125,05	\$ 67.210,09	\$ 67.262,21	\$ 67.278,92
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 10.051,42	\$ 10.068,76	\$ 10.081,51	\$ 10.089,33	\$ 10.091,84
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 56.958,03	\$ 57.056,29	\$ 57.128,57	\$ 57.172,88	\$ 57.187,08
(-) 25% de Impuesto a la Renta		\$ 14.239,51	\$ 14.264,07	\$ 14.282,14	\$ 14.293,22	\$ 14.296,77
UTILIDAD NETA		\$ 42.718,52	\$ 42.792,22	\$ 42.846,43	\$ 42.879,66	\$ 42.890,31
(-) Inversiones	\$ 7.200,00					
(-)Capital de Trabajo	\$ 227.554,06					
(+) Recuperación de Capital de Trabajo						\$ 227.554,06
(+) Depreciaciones		\$ 1.402,33	\$ 1.402,33	\$ 1.402,33	\$ 1.402,33	\$ 1.402,33
(+) Amortizaciones		\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
(+) Préstamo	\$ 27.002,84					
FLUJO NETO DE FONDOS	-\$ 207.751,22	\$ 45.560,86	\$ 45.634,55	\$ 45.688,76	\$ 45.721,99	\$ 273.286,70

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

4.5.2. TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento (TD) llamada también Tasa de Actualización (TA).

Es el rendimiento mínimo esperado por el empresario. Se emplea para actualizar los flujos generados por el proyecto. La tasa de Descuento se traduce en el costo de oportunidad (COK) de obtener igual o mayor rendimiento que la inversión en otro proyecto alternativo de riesgo similar.

El rendimiento o rentabilidad esperada de un proyecto será favorable, si es superior a la tasa de descuento. Por debajo de esta tasa, se considera que no conviene invertir.

La tasa de actualización se obtiene con la siguiente formula.

$$TA = \% K \text{ Propio} * TEA - \text{Préstamo} * TEA$$

Donde:

TA: Tasa de Actualización o Costo de Oportunidad.

% K Propio: Proporción del aporte de capital del empresario

% Préstamo: Proporción del préstamo en la estructura de financiamiento

TEA: Tasa Efectiva Anual.

CUADRO N° 4.15.

CÁLCULO DE LA TMAR

DESCRIPCIÓN	USD	PORCENTAJE	TMAR	PONDERACIÓN
PROPIOS	7.200,00	0,41	9.30%	4,92%
FINANCIADOS	27.002,84	0,59	12.50%	5,49%
TOTAL	34.202,84	100%		10,41%

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

4.5.3. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto, es la suma de todos los flujos actualizados de efectivos futuros de una inversión o un proyecto, menos todas las salidas. Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual, que va a recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado a fin de comparar este valor con la inversión inicial.

Los resultados del VAN tienen el siguiente criterio:

- **VAN > 0:** Indica que el rendimiento del dinero invertido en el proyecto es mayor que la tasa de interés i .

VAN > 0, el proyecto es óptimo

- **VAN = 0:** Indica que el rendimiento del dinero invertido en el proyecto es exactamente a la tasa de interés i .

VAN = 0, el proyecto es indiferente

- **VAN < 0:** Indica que el rendimiento del dinero invertido en el proyecto es menos que la tasa de interés i .

VAN < 0, el proyecto es inconveniente

$$VAN = -I + \frac{FNF_1}{(1+i)^1} + \frac{FNF_2}{(1+i)^2} + \frac{FNF_3}{(1+i)^3} + \frac{FNF_4}{(1+i)^4} + \frac{FNF_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -207.751,22 + \frac{45.560,86}{(1+0,1041)^1} + \frac{45.634,55}{(1+0,1041)^2} + \frac{45.688,99}{(1+0,1041)^3} + \frac{45.721,99}{(1+0,1041)^4} + \frac{273.286,70}{(1+0,1041)^5}$$

$$VAN = -207.751,22 + 41.265,16 + 37.434,92 + 33.945,82 + 30.767,45 + 166.562,2$$

$$VAN = \$102.224,33$$

El VAN del proyecto sin financiamiento es positivo con un valor de \$102.224,43; cubriendo así la inversión requerida; concluyendo al proyecto como viable

4.5.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno, es aquella tasa de actualización máxima que reduce a cero el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto.

La TIR es la más alta tasa de actualización que se puede exigir al proyecto. Cualquier tasa mayor a la Tasa interna de Retorno genera un VAN negativo y en consecuencia el proyecto arroja pérdidas. En conclusión, mientras más alta sea la TIR el proyecto presenta mayores posibilidades.

CUADRO N° 4.16

TASA INTERNA DE RETORNO

Años	Flujos neto de fondos
Año 0	-207.751,22
Año 1	45.560,86
Año 2	45.634,55
Año 3	45.688,76
Año 4	45.721,99
Año 5	273.286,70
TIR	23,00%

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

Los resultados obtenidos en la tabla anterior del cálculo de la TIR demuestran ser favorables para el presente proyecto, debido a que la tasa interna del retorno anual es de 23% siendo mayor a la tasa de descuento obtenida anteriormente la cual en este caso es de 10.41%, lo que nos indica por lo tanto que el proyecto si es factible de realizar.

4.5.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El Periodo de Recuperación del Capital es otra forma de recuperación financiera de proyectos que señala el tiempo de recuperación de la inversión en base a los 5 años de evaluación y se obtiene los siguientes resultados, a través de los flujos netos acumulados que al inicio son negativos y posteriormente se tornan positivos cuando el capital ha sido recuperado.

CUADRO N° 4.17

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

CALCULO DEL PRI	FLUJO DE FONDOS	
INVERSION INICIAL	-\$7.200,00	
(+) SALDO ANO 1	\$45.560,86	1
(=) SALDO	\$38.360,86	

Elaborado por: Andrea Pérez

Fuente: Propia 2010

Finalmente se tiene que el PRI del proyecto con financiamiento es de 10 meses, y 7 días.

4.5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del punto de equilibrio nos permitirá conocer los números de turistas que deberán hacer uso del proyecto para que los ingresos se equiparen a los costos y gastos. Previo a la realización del cálculo del punto de equilibrio se debe identificar los costos fijos y los gastos fijos.

Costos fijos: son costos que varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción

Costos variables: son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa

CUADRO N° 4.18.
PUNTO DE EQUILIBRIO

ELEMENTO DEL COSTO	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DIRECTO			
Costo de Mano de Obra Directa	\$8.818,49		\$8.818,49
Costo de Mano de Obra Indirecta	\$1.092,45		\$1.092,45
Gasto Administrativos	\$63.465,13	\$63.465,13	
Gasto de Ventas	\$3.000,00	\$3.000,00	
Otros Gastos	\$3.000,00	\$3.000,00	
Gastos Financieros	\$1.614,49	\$1.614,49	
COSTO TOTAL	\$80.990,56	\$71.079,62	\$9.910,94

Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

VENTAS: 264429,36
PE: 73.847,46
CF: 71.079,62

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS TOTALES}}}$$

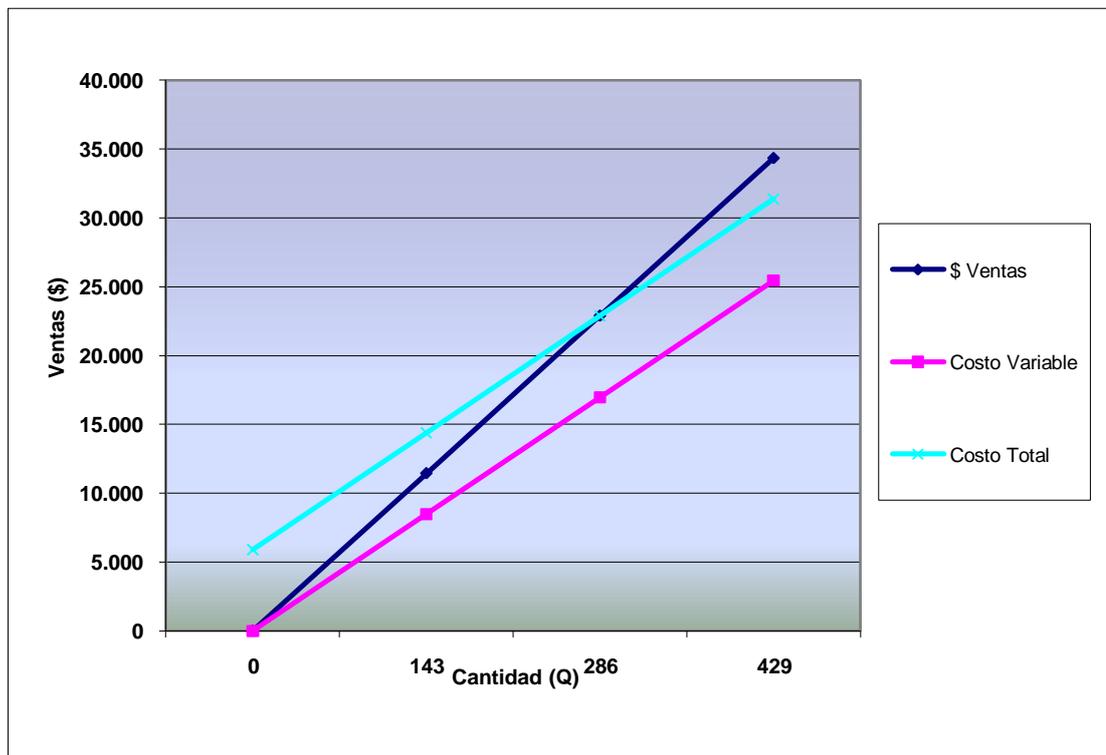
$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{71.079,62}{1 - \frac{9.910,94}{264429,36}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{71.079,62}{0,96}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = 73.847,46$$

GRÁFICO 4.1.

PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: Andrea Pérez
Fuente: Propia 2010

4.5.7. EVALUACIÓN SOCIAL

El presente proyecto tendrá un impacto ante la sociedad, primeramente porque fomentara fuentes de empleo para personas que no posean y que no cuenten con los recursos para poder vivir.

Además que este proyecto permitirá de una u otra forma desarrollar la economía del país, en especial el sector de Turismo, ya que este sector es uno de los menos explotados.

Otro beneficio será el permitir a la gente conocer la ciudad de Manta y con ello sus alrededores.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ✓ Como primera conclusión se puede decir que este proyecto me ha permitido desarrollar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria. Es importante recalcar que me ha brindado una oportunidad para adquirir experiencia en estudios de factibilidad, lo que me permitirá crear ventajas para salir al mundo laboral.
- ✓ Con el desarrollo de este proyecto he podido conocer la infraestructura hotelera con la que cuenta la ciudad de Manta, mediante una investigación de mercado, esto permitió analizar los factores que brindarían una ventaja competitiva.
- ✓ Con el análisis de precios del mercado, se concluye, que es preferible entrar con precios altos, ya que el nicho de mercado acepta los mismos y generan la rentabilidad deseada en un tiempo mediano.
- ✓ Las variables e índices para valorar el proyecto generaron resultados positivos para la factibilidad del mismo, con una recuperación de capital en un periodo aproximado de dos años.
- ✓ El turismo a largo plazo va a ser la actividad económica que solvente al país, por ello se debe concienciar a la gente.

RECOMENDACIONES

- ✓ Como recomendación se puede decir que es importante realizar el estudio de mercado antes de implantar un negocio, ya que podemos asegurar un éxito y tendremos la certeza de que enfocaremos el producto o servicio al segmento de mercado correcto.
- ✓ Desarrollar un modelo administrativo para el funcionamiento de un proyecto, permitirá servir a la comunidad con un producto o servicio adecuado que mejore su calidad de vida.
- ✓ Una vez realizado el estudio de mercado y analizado las herramientas de inversión se recomienda desarrollar el proyecto, debido a que este generará una alta rentabilidad para sus accionistas y promotores.
- ✓ Rescatar la identidad nacional a través de la conservación, respeto al país por parte de los ecuatorianos.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas con restaurantes, alimentación, transporte con el fin de mejorar la estadía del cliente.
- ✓ Aprovechar el desarrollo turístico en el país y la motivación que tienen los ecuatorianos por conocer el servicio y la ciudad de Manta.

BIBLIOGRAFIA

BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, Segunda Edición, Editorial McGraw-Hill, Naucalpan de Juárez-México, 1990.

ANDER, EGG. *Técnicas De Investigación Social*, Lumen Argentina. S/F

MIRANDA, Juan José, *Gestión de Proyectos*, Cuarta Edición

ZAPATA, Pedro, *Contabilidad General*, 1996

KOTLER, Philip, *Fundamentos de Mercadotecnia*, Primera Edición, Editorial Prentice Hall, México D. F., 1994.

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes, “*Contabilidad General*”, Editora NUEVODIA, quinta edición, 2002

TAMAYO, Mario, “*El proceso de la Investigación Científica*”, Tercera Edición, Editorial Limusa Noriega Editores, México D. F., 1996.

DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ILUSTRADO OCÉANO UNO, Grupo Editorial Océano, Barcelona-España, 1992.

MENTOR, *Enciclopedia Temática Estudiantil*, Grupo Editorial Océano, Barcelona-España, 1997

- PERSONAS

Washington Llerena, Propietario suites en Islas Galápagos

Diego Mora, Propietario de casas en Manta

- INTERNET

ELUNIVERSO.COM

EXPLORED.COM.EC

MANABI.GOV.EC

MANTA360°.COM
EN-ECUADOR.COM
EUMED.NET
APMANTA.GOV.EC
EXPRESO.EC
RINCONDELVAGO.COM

- **OTROS**

ENCARTA 2009
CODIGO CIVIL ECUATORIANO
MINISTERIO DE TURISMO