



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA.
DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.

Proyecto de grado para la obtención del título de Tecnóloga en
Administración Turística y Hotelera

Autora: Gissela Mariuxi Armijos Jara

Tutor: Fernando Buitrón

Quito, Octubre 2013

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante ***Gissela Mariuxi Armijos Jara***, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración turística y hotelera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística y Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “**LOS SERVICIOS DE MOTELES**

EN LA CULTURA ECUATORIANA, DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.”, el cual incluye la creación y desarrollo del programa de ordenador o software, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno.

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la clausula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos,

manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus

controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 19 días del mes de Octubre de dos mil trece.

f)_____

C.C. N° 172072413-5

CEDENTE

f)_____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, GISSELA MARIUXI ARMIJOS JARA Egresada de la carrera de Administración Turística y Hotelera, en el año 2013, con Cédula de Ciudadanía N° 172072413-5, autor del Trabajo de Graduación “LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.”, cedo mis derechos de propiedad intelectual a favor del Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Para constancia firmo la presente cesión de propiedad intelectual.

C.I 172072413-5



AGRADECIMIENTO

A mi querido Instituto al igual que a mis maestros y compañeros; agradezco profundamente por el apoyo que me brindaron para poder alcanzar esta anhelada meta.



DEDICATORIA

Una nueva etapa de mi vida termina y es por eso que dedico con mucho amor y cariño este trabajo A MIS PADRES quienes con su esfuerzo y sacrificio hicieron posible este logro.

Son ustedes para mí un ejemplo a seguir en cada momento, y sobre todo la fuerza que me impulsa a un futuro mejor.



INDICE DE GRÁFICO

HABITACIONES DEL MOTEL GERANIUM		Pág. 45
INGRESOS OPERACIONALES		Pág. 63
INGRESOS NO OPERACIONALES		Pág. 64
COSTOS OPERACIONALES		Pág. 64
COSTOS ADMINISTRATIVOS		Pág. 65
COSTOS FINANCIEROS Y DE VENTA		Pág. 65
INVERSIONES DEL PROYECTO		Pág. 66
INVERSIONES DEL PROYECTO SEMESTRAL		Pág. 66
ANALISIS DEL PROYECTO		Pág. 67
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		Pág. 68
FLUJO DE CAJA		Pág. 69
PUNTO DE EQUILIBRIO		Pág. 70
RESUMEN CON GRAFICO		Pág. 71
PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA ECONOMIA		Pág. 71



TASA MINIMA ACEPTADA DE RENDIMIENTO		Pág. 72
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS		Pág. 76

RESUMEN

Se ha implementado en el sector Oyacoto nuestro proyecto, el mismo que hemos nombrado MOTEL GENANIUM, el presente proyecto se redacta con carácter de Trabajo Profesional de Fin de Carrera, para la obtención por parte de quien lo suscribe del título de hotelería y turismo, y que permiten marcar las líneas directrices para la materialización de las obras e instalaciones que se proyectan.

El presente proyecto hace ver a la sociedad que no debe existir ninguna traba o barrera para utilizar estos servicios como son los moteles, por esta razón queremos construir nuestro MOTEL GERAMIUMS, y así dar apertura para la satisfacción y bien estar con su pareja, a su vez el desarrollo de la misma se alcanzará elaborando leyes y apoyo efectivo por parte del estado, dotando de infraestructura vial, nuestro MOTEL GERANIUMS establece la conexión entre las personas, las formas de viajar, los alojamientos y los sitios a conocer.

Por último se establece, los posibles impactos que tendrá la realización de este proyecto, en el aspecto social, económico, ambiental, educativo, empresarial, etc.

Una limitación a tomarse en cuenta sería, si el proyecto generará aspectos negativos considerables para la realización del proyecto.

Estos aspectos relevantes fueron considerados como elementos importantes para el diseño de la propuesta.

Se concluye la exposición del trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, destacándose que el documento reúne, las normas técnicas y metodológicas de cómo se implementaran las políticas y estrategias que en él se diseña.

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO
DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.





CAPÍTULO I

1. Introducción

Si hacemos una retrospectiva, podemos afirmar que, el primer motel empezó a funcionar en 1925, en California, Estados Unidos de América. Con la popularización del automóvil empezaron los viajes de los 'motoristas' y con ello surgió la necesidad de brindarles un lugar de descanso cerca de la carretera que utilizaban. Estos “motoristhotels” (motel, contracción adoptada por el versátil inglés) poseían el estacionamiento cerca de la habitación y brindaban rápidamente descanso y comida al viajero que no quería internarse en los pueblos, porque tenía muchos kilómetros por delante.

Los primeros moteles denominados “Los Faroles” y “Hawai”, situados uno junto al otro, sector de “La Cristianía”, en la Panamericana Norte, se instalaron en Quito, en 1976.

La industria hotelera en el Ecuador ha crecido mucho en los últimos años, atrayendo así a gran número de turistas, dentro de esta industria se puede encontrar diferentes tipos de lugares de descanso como son: Hoteles, hosterías, cabañas, y moteles.

Siendo este último un tema polémico ya que los ecuatorianos tienen la mentalidad muy profundizada en la religión por ello este proyecto se enfocara en la verdadera utilidad y necesidad que tiene estos centros de hospedaje.

Además de ser este una creación única, exótica, relevante, y muy completa hasta para los clientes más exigentes.



Para empezar con este proyecto realizaremos estudios de investigación, análisis financieros y económicos además de los respectivos trámites legales.

Este proyecto beneficiara directamente a los propietarios porque van a tener buenos ingresos económicos, a los clientes porque este lugar va a tener una gran variedad de servicios, y el sector porque será reconocido.

Es por eso que el gobierno toma en cuenta estas actividades dentro del presupuesto estatal y por medio de instituciones financieras hacen posible la creación y desarrollo de la actividad turística en todo el país.

En nuestro país el turismo en donde más se ha desarrollado ha sido en la región de la costa y del oriente, sin dejar atrás la sierra, con el conjunto de estos nos hemos a dado a conocer en diferentes puntos del mundo.

Cuando el turista ingresa al Ecuador se ve en la necesidad de buscar un lugar donde hospedarse, y ahí entra el medio hotelero, como son: cabañas, hoteles, hostales, moteles, y hosterías.

La parroquia de Calderón se encuentra ubicada al Noreste del Distrito Metropolitano de San Francisco de Quito, tiene una alta densidad poblacional, ya que es uno de los polos de desarrollo; donde puede crecer y expandirse la Ciudad Capital del Ecuador, tiene una altura de 2.696 metros con un clima templado en día. Por otro lado su territorio esta conformado de suelos arenosos y de cangagua, en la que abundan especies como la cabuya negra, el guarango, el molle, la chilca, entre otros, sobresale la producción de maíz, maní, chochos además de varias especies de pájaros.

A fueras de calderón se encuentra la parroquia oyacotoubicada al nororiente situada a 20 minutos al oriente de Quito, pertenece a la parroquia Calderón, en donde Lamentablemente en LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



esta parroquia no encontramos la infraestructura hotelera, y Motelera en donde los clientes no tienen un lugar específico en donde pasar un momento ameno con su pareja.

En la parroquia Oyacoto, existe un gran flujo de turistas tanto nacionales como internacionales que ingresan en busca de esparcimiento y por ende en busca de alojamiento con buena atención, excelente espacio y con precios módicos.

Por lo tanto analizando brevemente el mercado y aprovechando las ventajas turísticas que ofrece nuestra parroquia, se considera la posibilidad de acaparar un mercado el cual en algunas temporadas ha llegado a saturarse, es por esa la razón de implantar un motel, el mismo que estará ubicado en la salida de calderón al norte de la ciudad de pichincha el cual busca brindar un servicio diferente al de la competencia.

El presente plan facilitara la construcción y operación eficiente de un motel en la parroquia de Oyacoto, identificando las necesidades insatisfechas de los clientes, procurando ofrecer un servicio que logre una marcada fidelidad y cuya rentabilidad justifique la inversión de sus gestores.

Este lugar debe invitar a despojarse de la ropa y de las inhibiciones, un lugar divertido, limpio y al mismo tiempo exótico.

1.1 Justificación

La hotelería en pichincha no ha logrado desarrollar su potencial, debido a que los servicios que se brindan no satisfacen las expectativas de los clientes, lo que impide el crecimiento y desarrollo de las empresas dedicadas a esta actividad, deficiencias que reflejan una baja en la economía general de este sector.



La importancia que tiene el incentivar la creación de este tipo de empresas, es la falta de fuentes de trabajo, en tal virtud el presente proyecto proporcionará el sustento para varias personas de la localidad que buscan un trabajo digno, a más de fomentar la productividad y el dinamismo de la economía del sector y la provincia.

Con la creación del motel, los beneficiarios directos serán los propietarios, inversionistas y en especial la clientela, quienes serán favorecidos por el servicio que se brindará. Los beneficiarios indirectos serán los habitantes del sector de Oyacoto, quienes accederán a la fuente de trabajo que generará el local en mención.

A más de que el gobierno está impulsando el sector turístico en todas sus áreas, con el fin de generar nuevas fuentes de empleos que mejoren la calidad de vida

de las personas. Creemos que este proyecto es factible porque existen facilidades de financiamiento, recursos humano suficiente en el medio, para la creación de este tipo de micro-empresa.

1.2 Antecedentes

Tema: modelo de implementación y operación de un motel en el distrito metropolitano de Quito.

Autor: calle idrovo.

Fecha: 2007

Institución: Universidad San Francisco de Quito.



Conclusiones

Esta tesis constituye en un modelo de gestión instalación y operación basada en un análisis profundo de una demostración práctica de los conocimientos adquiridos.

Comentario

De este proyecto me puede servir la parte que es muy importante tener en cuenta siempre que el elemento clave en esta industria es el sexo como una necesidad básica o fisiológica del ser humano, tan básica como el aire, el agua, la alimentación, etc. Aquí en el país está mal conceptualizado las funciones de un motel, ya que viene de dos palabras motor y hotel, ósea hotel de paso.

TEMA: proyecto de factibilidad para la construcción de un motel de primera categoría en la ciudad de Salcedo

AUTOR:Guamán Bravo **FECHA:**

2008 **Institución:**Universidad

ESPE

Conclusiones

Este proyecto constituye en liberarse del agotamiento físico y mental, el ser humano hace una pausa en la rutina y toma un relajamiento con su pareja con una absoluta tranquilidad.

Tema: creación y desarrollo de un Motel.

Autor:Raúl Barahona.

Fecha:2010

Institución:Instituto de altos Estudios Nacionales.

Conclusiones

El presente trabajo de investigación está basado en la elaboración de un proyecto íntimo cuidadosamente revisado para la satisfacción de los clientes.



CAPITULO II

2. Análisis situacional

2.1. Ambiente externo

2.1.1 Factor Económico

El mundo se debata actualmente entre la interdependencia financiera y globalización. La economía mundial esta tan estrechamente ligada que cualquier problema económico producido ya sea en América latina o en Asia afecta a todo el mundo con caídas en los principales índices financieras y de las bolsas de valores. Vivimos en un tiempo que el esquema económico está cambiando, los crecimientos sostenidos que habían presentado las principales economías mundiales.



Con todos los sucesos económicos que se han venido presentando la tendencia actual de las empresas es hacia una globalización, a la estandarización de productos, de política de mercadeo, de necesidades, de formas y lugares de producción en ambientes cada vez más competitivo no solo a nivel regional sino mundial.

PIB de Ecuador crecerá a una tasa anual de 3,5% en este año, lo que significará una desaceleración respecto a la expansión de 4,8% que reportó el año pasado, estimó la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

Según las nuevas proyecciones entregadas ayer por la Cepal, los países de América Latina y el Caribe crecerán en este año en un promedio de 3,5%, gracias al dinamismo

que mantendrá la demanda interna y el mejor desempeño de Argentina y Brasil en comparación con 2012. Ecuador tendrá un crecimiento económico similar al de la región, en general.

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. Es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio.

El PIB representa la suma de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un año, ya sea por nacionales o por extranjeros residentes. Este indicador mide la riqueza generada por un país durante un año, pero no la riqueza total del país (sus recursos naturales, sus minas, sus costas, sus carreteras, sus hospitales, sus universidades, sus fábricas, etc.).



A. Latina y el Caribe: Producto interno bruto total

(Millones de dólares a precios constantes de 2005)

Tasas de variación

País	2010	2011	2012	2013
Argentina	9.2	8.9	1.9	3.5
Bolivia	4.1	5.2	5.2	5.0
Brasil	7.5	2.7	0.9	3.0
Chile	6.1	6.0	5.6	5.0
Colombia	4.0	5.9	4.0	4.5
Costa Rica	4.7	4.2	5.1	3.5
Cuba	2.4	2.7	3.1	3.5
Ecuador	3.3	8.0	4.8	3.5
El Salvador	1.4	1.5	1.6	2.0
Guatemala	2.9	3.9	3.0	3.2
Haití	-5.4	5.6	2.8	6.0
Honduras	2.8	3.6	3.3	3.3
México	5.6	3.9	3.9	3.5
Nicaragua	3.1	5.1	5.2	5.0
Panamá	7.6	10.6	10.7	8.0
Paraguay	13.1	4.4	-1.2	10.0
Perú	8.8	6.9	6.2	6.0
R. Dominicana	7.8	4.5	3.9	3.0
Uruguay	8.9	5.7	3.9	3.8
Venezuela	-1.5	4.2	5.6	2.0

Tasas de desempleo abierto

(Tasas anuales medias)

País	Áreas	2008	2009	2010	2011	2012
Argentina	Áreas urbanas	7,9	8,7	7,7	7,2	7,2
Bolivia	Ciudades capital	6,7	7,9	6,1	5,8	...
Brasil	A. Metropolitanas	7,9	8,1	6,7	6,0	5,5
Chile	Total nacional	7,8	9,7	8,2	7,1	6,4
Colombia	A. Metropolitanas	11,0	12,4	11,8	10,9	10,6
Costa Rica	Total urbano	4,8	8,5	7,1	7,7	7,8
Cuba	Total nacional	1,6	1,7	2,5	3,2	...
Ecuador	Total urbano	5,3	6,8	6,1	4,9	4,2
El Salvador	Total urbano	5,5	7,1	6,8	6,6	...
Guatemala	Total urbano	...	...	4,8	3,1	2,7
Honduras	Total urbano	4,1	4,9	6,4	6,8	...
México	Áreas urbanas	4,9	6,7	6,4	6,0	5,9
Nicaragua	Total urbano	8,0	10,5	9,7	...	...
Panamá	Total urbano	5,0	6,3	5,8	3,6	3,6



2.1.2 FACTOR SOCIAL

La población de Oyacoto se muestra con valores y atributos muy conservadores, respecto a la moral y conducta en todos sus actos; pero a medida que han transcurrido las generaciones estos valores se han modificado y han dado paso a la concepción de la existencia de lugares de relax y privacidad, pero a las afueras de centro de la ciudad; tales consideraciones son importantes al momento de elegir el lugar en el cual se asentará el establecimiento, así como también el impacto social que representaría la ejecución del proyecto. Debemos considerar también que el nivel cultural en la ciudad de Quito se muestra bastante aceptable, factor que inclinara las preferencias de consumo de los futuros clientes.

La educación en la ciudad de Quito en el transcurso de las últimas décadas marca un importante desarrollo dentro del área urbana (90% de la población educada según datos del INEC) a diferencia de la población asentada en las áreas rurales.

El crecimiento poblacional y urbanístico en Calderón no se detiene. Es uno de los sectores más grandes del Distrito Metropolitano. De igual forma, las necesidades de la población aumentan.

La zona está dividida en nueve sectores que son: San Juan, Bellavista, San José de Morán, Carapungo, Calderón, Llano Chico, Llano Grande, Santa Anita, Oyacoto, San Miguel del Común y La Capilla.

Luis Allaga, administrador, mencionó que el ritmo de crecimiento de la zona de Calderón está entre el 6 y 7% anual, con miras a incrementarse en los siguientes años.

Etnias Ecuatorianas

En sus tres regiones continentales conviven 14 nacionalidades indígenas con tradiciones diversas y su propia cosmovisión. Las nacionalidades indígenas amazónicas: Huaorani, Achuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Shiwiar y Záparo. Los Tagaeri, parientes de los Huaorani,



conforman otro pueblo de la zona pero declarado como “intangible” por el Estado, en respeto a su voluntad de vivir alejados de la civilización.

En la Sierra, en los Andes y en el Austro, están los Quichuas de la Sierra con pueblos como los Otavalos, Salasacas, Cañarís y Saraguro. En la parte norte se encuentra la comunidad de los Awa. En la Costa del Pacífico están los Chachis, Cayapas, Tsáchilas y Huancavilcas. En ciudades y pueblos viven principalmente mestizos, blancos y afro ecuatorianos, aunque también se dan importantes migraciones del campo a la ciudad, lo cual ha generado problemas como el crecimiento de los suburbios, falta de viviendas, escuelas y colegios, desempleo y delincuencia, entre otros.

El idioma oficial del país es el castellano, pero hay lenguas indígenas como el kichwa shimi, awapit, cha'palachi, tsafiqui, paicoca, a'ingae, huaotirio, shuar-chicham y záparo. La religión predominante es la católica, pero muchos pueblos aún conservan sus creencias centenarias, que rinden culto a la tierra, a los nevados o al sol.

Las comunidades indígenas del Ecuador están en su mayoría integradas dentro de la cultura establecida a diferentes niveles, pero algunas comunidades todavía practican sus propias costumbres particularmente en lo más remoto de la Cuenca Amazónica.

Por otro lado están los afro-ecuatorianos. Principalmente se encuentran dos concentraciones fuertes de población afrodecendiente en el país. Por un lado está la que existe en la costa norte en la provincia de Esmeraldas y por otro, esta la que existe en el Valle del Chota entre las provincias de Imbabura y Carchi.

Los afro-ecuatorianos habitan de todas formas en todas las regiones del país con especial concentración en las grandes ciudades de la costa y de la sierra norte. La mayoría de la población ecuatoriana se auto identifica como mestiza aunque existen algunos que prefieren adherirse a un legado cultural básicamente blanco / europeo principalmente en las grandes



ciudades así también como existen mulatos, zambos y diversos pequeños grupos de inmigrantes de otros países y continentes.

RELIGIÓN

Según una encuesta realizada el 87,5% de la población es católica. Los protestantes, adventistas, mormones y testigos de Jehová representan el 10,8%, y el 1,5% no profesa religión alguna. Musulmanes, judíos, ortodoxos, y espiritualistas componen el 0,2% restante.

El culto con el mayor número de adeptos en el país es el catolicismo que en algunas ciudades está volviendo a cobrar mucha importancia. Dentro del catolicismo popular es importante el culto que tienen santos y vírgenes locales, entre los que destacan la Virgen de la Merced, la Virgen del Quinche, o la Virgen del Cisne.

Recientemente han cobrado importancia algunos cultos protestantes- Evangélicos, los que incrementan su número de fieles a costa de la constante disminución de los católicos.

Los pueblos indígenas tienen cosmovisiones complejas de origen prehispánico que a veces se sincretizan con el catolicismo. En el caso específico de los quichuas existe una matriz andina inca que encuentra correspondencia en Perú y Bolivia. Los afros ecuatorianos no tienen cultos específicos, pero sí formas específicas de rendir culto dentro del catolicismo.

FESTIVIDADES

La parroquia de Calderón, es un centro artesanal de Figuras de Mazapán conocidas por su colorido y textura.

La masa en los primeros años se realizaba de harina de trigo, agua y colorantes para la elaboración de las [guaguas de pan] en el mes de noviembre, época de los difuntos. En 1938

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



Margarita Reza Pavea creó el arte en el Mazapán, esta joven curiosa comenzó a experimentar con la masa comestible dando una consistencia más dura y moldeable, y las guaguas de rezar tradicionales pasaron a tener formas humanas adornadas con flores e hilos de colores.

Más tarde se dio a conocer a nivel mundial gracias a su creadora, dando una fuente de trabajo e independencia económica a las mujeres de su parroquia. En la actualidad se comercializan figuras hechas de Migajón, mezcla de maicena y pegamento blanco, que es una derivación del Mazapán.

Fiesta de Parroquialización: pregón de fiestas, eventos artísticos, culturales y deportivos, concurso de gallos, feria de mazapán, comidas típicas, desfile, toros y bailes populares.

Fiesta de la Virgen de la Inmaculada: En esta celebración se organizan actividades relacionadas con el teatro, la danza y un festival de comidas típicas.

Día de los Difuntos: esta conmemoración inicia con una misa campal y continúa con una charla expositiva sobre los signos y símbolos culturales de la fecha. Luego las familias comparten entre sí y ofrecen alimentos al difunto alrededor de su tumba. Los más tradicionales son las guaguas (niñas o muñecas) de pan, la colada morada y la uchucuta (sopa elaborada con granos como maíz, fréjol, arveja, chochos, garbanzo; y carne de res).

MIGRACIÓN

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda la mayor cantidad de inmigrantes internos se encuentran en la ciudad de Quito: 33.7% con respecto al total de la población cantonal y 76.7% del total de población de inmigrantes internos en el cantón. Le siguen las parroquias Calderón y Conocoto (7% y 3% del total de población cantonal de inmigrantes internos respectivamente) Con respecto al origen, han llegado principalmente migrantes de la Sierra Norte y Sierra Centro, desde las provincias de Cotopaxi, Chimborazo e Imbabura. También



encontramos un número importante de población de Loja y Manabí. Un segundo segmento, con una presencia media, proviene del Carchi, Bolívar, Tungurahua, Esmeraldas y Guayas.

En cuanto a la pertenencia étnica, los mestizos alcanzan un 76.4% por sobre el resto de grupos: indígenas (7.4%) y afro ecuatorianos (6.4%). Entre los mestizos, hay más mujeres que hombres, aunque con poca diferencia (77.3% mujeres y 75.4% hombres)

Aunque Ecuador ha sido históricamente un país emisor, en los últimos años se ha convertido en un lugar de llegada y tránsito de inmigrantes internacionales. Esta población se concentra principalmente en las provincias de Pichincha (31,9%), Guayas (16,6%), Carchi (6,5%), Sucumbíos (5,7%) y Azuay (6,2%).

Los orígenes de los inmigrantes son principalmente Colombia (48%), Estados Unidos (8,7%), Perú (8,6%), España (7,8%), Cuba (3,6%) y Venezuela (2,5%). Aunque en menores cantidades, también han arribado personas de otros países como Haití, Pakistán, Ucrania, India, Nigeria, Afganistán, Camerún y Bangladesh, entre otros. La población extranjera se concentra ampliamente en la ciudad de Quito (75%).

2.1.3 FACTOR TECNOLÓGICO

El Ecuador en la actualidad sigue considerando como un país tercermundista, lo cual indiscutiblemente nos ha restringido en la utilización y disposición de tecnología de punta en todos los sectores, cabe mencionar que en el diseño de las instalaciones del motel, consideramos la tecnología disponible tanto en Audio, video, construcción e infraestructura, lo cual reflejara una correcta y atractiva edificación y funcionalidad.

El avance Tecnológico en el ámbito de construcción, marca una amplia relevancia en la ejecución de este Proyecto, pues brinda una optimización de costos de construcción, reflejada en la utilización de hormigón y estructuras armadas; de igual manera la tecnología en Comunicación telefónica y automática que se utilizaran en la recepción de los clientes y la



prestación misma de los servicios, mediante puertas electrónicas y accesos a servicios digitalmente.

Para lograr un ambiente en que se pueden desarrollar las empresas, Porter recalcó que el estado debería cumplir un papel activo para fomentar la adquisición, culturización e implementación de tecnología en las empresas.

Y es que tenemos mucho que recorrer, en el informe Global de Tecnologías de Información que publica Harvard, en el ranking de conectividad el Ecuador sale en el puesto 73 de una muestra de 75 países. Sólo hay dos países en el estudio que están peor conectados que el Ecuador. Pero eso, más que un problema, debemos enfrentarlo como un reto y ya estamos dando los primeros pasos.

Si bien es cierto que en Ecuador no hay mucha experiencia de casos exitosos que prueben esta teoría, vemos que en otros países las soluciones de negocio basadas en Internet están demostrando que contribuyen de manera significativa a la aceleración de la productividad. El mercado de tecnología también está transformándose. Cada día surgen nuevas empresas que buscan ofrecer soluciones de negocios en Internet. Con enfoques distintos pero con el mismo fundamento: buscar a través de herramientas que corren en Internet, mejorar los procesos internos o externos para ofrecer mayor control, efectividad o servicio al cliente. La tecnología nos prepara para ser más competitivos, pero se debe buscar la mejor manera de aplicarla. Tenemos todos los elementos para mejorar nuestra productividad y a un costo no tan alto. Tenemos buenos ejemplos de compañías nacionales e internacionales que han confiado en herramientas desarrolladas en nuestro país y que les han sacado un buen partido. Si queremos ser competitivos tenemos que empezar a encontrar en la tecnología un aliado importante. Una buena noticia: Cientos de industrias pueden encontrar soluciones desarrolladas de muy fácil implementación, que requieren mínimas adaptaciones para adaptarse complementemente a su negocio.



Lo que se necesite es una decisión gerencial, fomentadora del cambio y que preste un apoyo incondicional y constante a las iniciativas tecnológicas. Solo así lograremos que la tecnología se convierta en nuestro mejor aliado para lograr lo que buscamos, la COMPETITIVIDAD. De este análisis podemos definir que la ejecución de este proyecto se beneficia ampliamente del avance tecnológico que existe básicamente en el país, la misma que será eje fundamental para la distinción y reconocimiento de este motel.

2.1.4 CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS HOTELEROS.

Aspectos Generales.

Según el artículo V del Reglamento Hotelero del Ecuador para que un establecimiento pueda ser clasificado en el sub grupo de “HOTELES”, deberá reunir, además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo siempre que esta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo.
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los Hoteles - Residencias y Hoteles - Apartamentos.
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.

Según el artículo 1 del Reglamento Hotelero, son establecimientos de alojamiento los dedicados de manera habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento, con o sin otros servicios complementarios.

La categoría de los establecimientos hoteleros y no hoteleros se determinará por medio del distintivo de la estrella y se clasificará en atención a las características y calidad de sus instalaciones y servicios que presten de la siguiente manera:

Alojamientos Hoteleros



- Hoteles

- a) Hoteles
- b) Hotel Residencia
- c) Hotel Apartamento

- Hostales y Pensiones

- a) Hostales
- b) Hostales Residencias
- c) Pensiones

- -Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas

- a) Hosterías
- b) Moteles
- c) Refugios
- d) Cabañas

- Alojamientos No Hoteleros

- a) Ciudades Vacacionales
- b) Campamentos
- c) Apartamentos

2.2. Entorno Local

2.2.1 CLIENTES: los clientes potenciales del Motel se encuentran en edades promedios de 18 años en adelante, y pertenecen a un estilo de vida de gran movimiento y una situación económica media alta y alta.

Los clientes son la parte más importante de la empresa, y por esta razón, el realizar un estudio de las necesidades del consumidor para mantenerlos satisfechos, capacitar al cliente interno, definir procesos y tratar de adquirir más adeptos al servicio.



En pleno siglo XXI los moteles se han visto como algo malo y malicioso para un cierto número de personas, pero debemos darnos cuenta que el enfoque de estos no debe tener ninguna traba o algún pensamiento indebido, al contrario, debemos darnos cuenta que el tener un motel a disposición de nosotros es muy bueno, así como podrán tener a nuestro ***GÉRANIUMS MOTEL***.

Ahora bien, realizando un estudio de población, hemos concretado que en las provincias más desarrolladas del Ecuador como son: Guayas, Pichincha, Manabí y Azuay, son famosos por su gran amplitud de turismo y grandes hoteles y moteles, es decir la población urbana tiene un pensamiento más amplio para ir a un motel, a su vez hemos observado que la población que más va a este tipo de lugares son personas adultas, es decir a partir de los 18 años de edad, ya que la ley de la niñez y adolescencia lo prohíbe rotundamente, y los que no acaten este reglamento el motel será clausurado o puede ser multado con una suma millonaria.

Expandiendo nuestro pensamiento también hemos ido analizando que la gente extranjera también acuden a los moteles, destacando el nombre de moteles famosos, y porque no, el nuestro a un futuro, a nivel internacional. Los extranjeros que visitan los moteles son las personas que mantienen una vida en la que su estancia es muy amenuda en nuestro país, como son las personas de los siguientes países: Colombia, Venezuela, puerto rico, Estados unidos, Perú entre otros.

2.2.2 PROVEEDORES: la materia prima utilizada en el Motel es considerada de vital importancia, puesto que las mismas ponen en marcha el establecimiento además debe mantenerse en óptimas condiciones con la finalidad de que el cliente tenga la percepción de un servicio de alto nivel:

- ANDINA LICORES



- CHAIDE Y CHAIDE
- DOTAPAN
- JUAN ELJURI
- NESTLE DEL ECUADOR
- TECNIBON
- TEJIDOS PINTEX SA
- RUTA TAXIS
- PRONACA
- SHIAMA Y VICO (SERVICIO DE CATERIN)
- DESIFECTANTES SELAND
- PRESERVATIVOS DONCONDON
- ARTICULOS EROTICOS GLOBE FANTAXY SL
- SUMINISTROS DE LIMPIEZA ALIBABA
- UTILIES DE ASEO PERSONAL EDINA
- SERVILLETAS QUIMINET
- MENAJE DE COCINA DIARCA
- ARTICULOS DE LIMPIEZA DE COCINA DIMABRU

Estos proveedores ayudaran a mi motel a dar un servicio de calidad y excelencia.

2.2.3 COMPETIDORES

<i>No.</i>	<i>Nombre del Establecimiento</i>	<i>Dirección</i>	<i>Sector</i>



1	<i>Amelie Calle N E1-172 y Av. Galo Plaza Lasso</i>	<i>Norte</i>
2	<i>Auto Lumini Av. Galo Plaza Lasso N72-93 Y Enrique</i>	<i>Norte</i>
3	<i>Portilla</i>	<i>Norte</i>
4	<i>Cabañas El Descanso Los aceitunos E1-140 Y Av. 10 de AG.</i>	<i>Norte</i>
5	<i>Cesars Palace I Enrique Guerrero 206 y Av. Eloy Alfaro No</i>	<i>Norte</i>
6	<i>Cesars Palace II Bartolomé Sánchez N-74-49 Y Antonio</i>	<i>Norte</i>
7	<i>Flamingo Rose Panamericana norte km 6 1/2 y los Arupos</i>	<i>Norte</i>
8	<i>Flamo Flamencos Panamericana norte km 6 1/2 y los arupos</i>	<i>Norte</i>
9	<i>Hawai Panamericana norte km 6 1/2</i>	<i>Norte</i>
10	<i>Venemo Venecia de los arupos e3-85 y av. Eloy Alfaro Norte</i>	<i>Norte</i>
11	<i>La Gaviota Azul Antonio basantes n72-20 y calle e Norte</i>	<i>Norte</i>
12	<i>La Gaviota Dorada Calle e e-200 y Antonio Basantes Norte</i>	<i>Norte</i>
	<i>TantraPlatinum Bartolomé Sánchez y Joaquín Sánchez N</i>	

2.3 Análisis Interno (propuesta estratégica, objetivos, principios, gestión administrativa, operativa y comercial)

2.3.1 Propuesta estratégica

Se empleara una estrategia de diferenciación dirigida a aquellos consumidores que sigan las tendencias de algo diferente e innovador y estarán interesados en utilizar un servicio de alta calidad, el servicio extraordinario, el diseño erótico de las habitaciones y de posicionamiento al construirse en el medio para distinguirse de la competencia y alcanzar su mayor reto, satisfacer una misma necesidad, productos innovadores, diversidad de estilos existentes en las



habitaciones brindando la oportunidad de escoger el producto deseado de una amplia gama de posibilidades de variar y salir de la monotonía existente.

2.3.2 OBJETIVOY METAS

Brindar un ambiente de intimidad, discreción y seguridad para esa ocasión especial, un excelente servicio al cliente.

- Realizar un análisis de mercado para conocer la necesidad del segmento a estudiar.
- Diseñar una adecuada estructura organizacional para que cada departamento del Motel cumplan con sus funciones específicas.
- Ejecutar un estudio financiero que determine los recursos económicos necesarios.
- Proporcionar a los clientes la variedad, seguridad, y excelencia en habitaciones, comida, bebidas, y servicio en general.
- Garantizar la seguridad y discreción tan necesaria en este negocio.
- Desarrollar publicidad de una manera eficiente (Hojas volantes, Internet, anuncios, radio, revistas, etc.)

2.3.3 Misión

El motel brindara habitaciones lujosas y eróticas para el descanso, usando un servicio de excelencia y calidad, una infraestructura única con la finalidad de obtener rentabilidad y generar utilidad para convertirse en la mejor empresa.

2.3.4 Visión

Convertirse en pioneros que satisfagan las necesidades en la rama hotelera de acuerdo a los requerimientos de los clientes, relacionados con seguridad, comodidad, y con los mayores beneficios que se pueda encontrar en quito.

2.3.5 Políticas

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



En un negocio dedicado a satisfacer una necesidad inmediata no hay segmento mayor pero si algunas políticas a seguir:

- Comodidad
- Higiene
- Seguridad
- Discreción

Es responsabilidad del motel cumplir con cada una de las normas antes mencionadas si quiere posicionarse en el mercado y obtener resultados positivos al realizar la evaluación periódica.

2.3.6 Gestión Administrativa

FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

Planificación: cuando la administración es vista como un proceso, planeamiento es la primera función que se ejecuta. Una vez que los objetivos han sido determinados, los medios necesarios para lograr estos objetivos son presentados como planes. Los planes de una organización determinan su curso y proveen una base para estimar el grado de éxito probable en el cumplimiento de sus objetivos. Los planes se preparan para actividades que requieren poco tiempo, años a veces, para completarse, así como también son necesarios para proyectos a corto plazo.

Organización: esta función determina el tipo de organización requerido para llevar adelante la realización de los planes que se hayan elaborado. La clase de organización que se haya establecido, determina, en buena medida, el que los planes sean apropiada e integralmente apropiados. A su vez los objetivos de una empresa y los planes



respectivos que permiten su realización, ejercen una influencia directa sobre las características y la estructura de la organización.

Dirección: aquí deberán envolver, conceptos de motivación, liderato, guía, estímulo y actuación. A pesar de que cada uno de estos términos tiene una connotación diferente, todos ellos indican claramente que esta función gerencial tiene que ver con los factores humanos de la organización.

Control: su propósito, inmediato es medir, cualitativamente y cuantitativamente, la ejecución en relación con los patrones de actuación que se están realizando en el Motel como resultado de esta comparación, determinar si es necesario tomar acción correctiva o remediar la ejecución en línea con las normas establecidas.

Departamento de Recepción.

- Previsión de la ocupación.
- Crear las condiciones necesarias para la llegada del cliente.
- Brindar información a los huéspedes y ayudarlos en la solución de problemas que se presenten dentro y fuera de la instalación.
- Dar seguimiento al huésped y controlar el estado de su cuenta.
- Garantizar el cobro de la cuenta a los huéspedes.
- Emitir la información necesaria (de trabajo) sobre los huéspedes a otros departamentos del motel.
- Promover y vender todos los servicios que se prestan en la instalación.
- Custodiar y controlar el efectivo de la venta del día.
- Creación de un programa de calidad destinado al incremento de esta en el trabajo del departamento.



Departamento de Ama de Llaves.

- Dirigir y Controlar el departamento.
- Establecer estándares de calidad y limpieza.
- Presupuestar gastos del departamento (Mensual y Anual) ➤ Entrevistar y entrenar al personal.
- Recomendar y participar en todo lo que es remodelación en su área.
- Es responsable de hacer todo el seguimiento necesario para garantizar que todas las reparaciones se cumplan.
- Verifican los office estén ordenados.
- Realiza un cálculo aproximado de los insumos que cada mucama puede necesitar para la limpieza del piso.
- Entregar artículos de limpieza y aménities a las mucamas.
- Chequear las habitaciones libres a ocupar.
- Determina francos y vacaciones.

Departamento de Alimentos y Bebidas.

- Planifica y organiza el trabajo en la cocina estableciendo procedimientos y normas específicas del establecimiento.
- Desarrolla todas las tareas necesarias para la preparación y previsión del servicio de cocina.
- Prepara, organiza y desarrolla los trabajos para la prestación del servicio de comidas.
- Elabora ofertas culinarias para evento de distinta naturaleza.
- Supervisa los datos económicos relacionados con la actividad, establecer los presupuestos y establecer los costos.

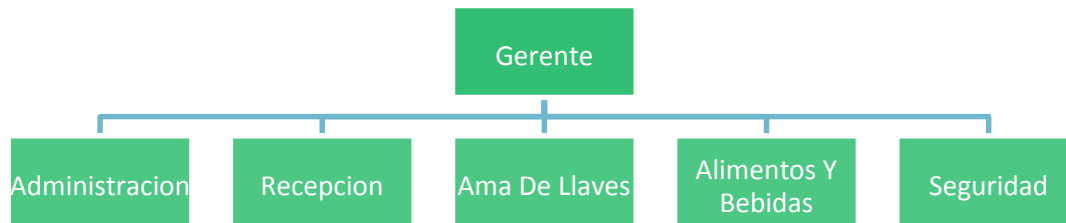


- Gestiona los stocks de materia prima.

Departamento de Seguridad.

- Vigilancia y protección activa.
- Identificación de personas.
- Retención de personas, poniéndolas inmediatamente a disposición de las Fuerzas y Cuerpos de seguridad.
- Registros, aun cuando únicamente en supuestos indicios de actos delictivos.
- Expulsión de personas por incumplimiento de las normas propias del establecimiento.
- Control de salidas en supuestos de sustracción o deterioro de bienes o productos.
- Intervención en supuestos de actos vandálicos, atraco, intrusión, etc., y puesta en conocimiento de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad de tales hechos.
- Especial atención, de carácter complementario, en la organización y control de la evacuación de visitantes.
- Atención a todas las situaciones en que sean requeridos por el personal propio de los establecimientos.

2.3.7ORGANIGRÁMA



2.3.8

Gestión Comercial

La empresa venderá su imagen a través de los facilitadores, pero además se especializará en una atención personalizada con los clientes planificada por el gerente.

La empresa invitará a su personal laboral periódicamente a talleres de capacitación y convenciones sobre el manejo técnico de los establecimientos de alojamiento, así como de la calidad de servicio, que será organizada por la empresa y que contará con profesionales altamente capacitados tanto nacionales como internacionales.

2.4 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
------------	---------------	-------------	----------



Excelente calidad del producto	Apoyo de profesionales involucrados en el negocio	Ser nuevos en el mercado	El grado de competencia
Mano de obra preparada	La demanda del producto es considerable	Falta de apoyo por las entidades públicas del sector	Fenómenos naturales
Materia prima de primera	Actualmente existe un alto porcentaje de insatisfacción la competencia no tiene los accesorios necesarios	Falta de experiencia	Altas tasas de desempleo
Prestación de servicios	Negocio con grandes perspectivas	Inestabilidad económica	Inestabilidad Política
Cuenta con alta tecnología	Internet medio de información a los clientes de los beneficios que ofrecen	Poca publicidad de la zona	Delincuencia en la ciudad
Generador de empleo	Oportunidades financieras	Accesibilidad deficiente	Falta de leyes que promueva este tipo de negocios

Capítulo III

3. Estudio del mercado

3.1 Análisis de consumidor

Los clientes potenciales del Motel se encuentran en edades promedios de 18 años en adelante, y pertenecen a un estilo de vida de gran movimiento y una situación económica media alta y alta.



Realizando una investigación en la provincia de pichincha hemos notado que a la mayoría de personas les encanta un lugar donde pasar, y procurando que sea el mejor momento de sus vidas, en nuestro **GÉRANIUMS MOTEL** sea del mejor trato para su bien estar y comodidad, a su vez han despertado ideas innovadoras para la permanencia del cliente.

3.1.2 Determinación de la población

Esta propuesta está dirigida a toda la población en general y orientada a la provincia de Pichincha, por lo que se quiso tomar en cuenta la opinión de los habitantes de este sector y a la par se tomó en cuenta la opinión de la parroquia Oyacoto, ya que son quienes verdaderamente saben cuáles son las necesidades que requiere la parroquia.

3.1.3 Muestra

Para el estudio de la muestra fue necesario aplicar la fórmula:

$$n = N / ((N-1)E^2 + 1)$$

Mediante la cual se pudo establecer un promedio de 150 encuestas conformadas por 10 preguntas de elección múltiple, de las cuales se las realizó usando una estrategia según

la conveniencia necesaria al desarrollar el proyecto, priorizando la opinión de la ciudadanía de clase media alta a la cual va dirigida la estrategia y a las personas de la parroquia Oyacoto, considerando el enfoque del proyecto.

Fórmula

El cálculo del tamaño de la muestra estará dado bajo la siguiente fórmula, que tiene como significado: **n**= muestra



$N =$ número de población (2'242.386 habitantes)

$e =$ porcentaje de error (8%) $n = 2'242.386 /$

$2'242.385 (0.0064) + 1$ $n = 2'242.386 /$

14352.264 $n = 156$

3.1.4 Obtención de información

Los resultados de la encuesta servirán para el proceso de este proyecto.

ENCUESTA

Reciba un cordial saludo, la presente encuesta tiene fines académicos, agradecemos de antemano su colaboración.

Edad:

Género:

1. Para pasar un momento placentero con su pareja concurre a sitios como:

Hotel

Motel

Cabañas

Otros

2. ¿Qué tipo de cortesía le gustaría recibir a su llegada?

Coctel

Copa de vino

Preservativos

3. ¿Cuáles de estos servicios le gustaría encontrar en la habitación?

Sauna

Jacuzzi

Hidromasaje

4. ¿Le gustaría tener dentro de la habitación un MINI BAR?

SI

NO

5. Donde le gustaría que este situado este establecimiento



Sur Norte Carretera Sitios Discretos

6. Porque medio le gustaría recibir la información del Motel

Trípticos Volantes Internet

7. ¿Cuántos estaría dispuesto a pagar por estos servicios?

\$30 \$35 \$40 \$50

8. Qué tipo de comida le gustaría que ofrezca este lugar

Afrodisiaca Comida rápida Gourmet Comida típica

9. Le gustaría que en este motel ofrezca accesorios eróticos como:

Pista de baile Juegos eróticos Ropa comestible Vibradores

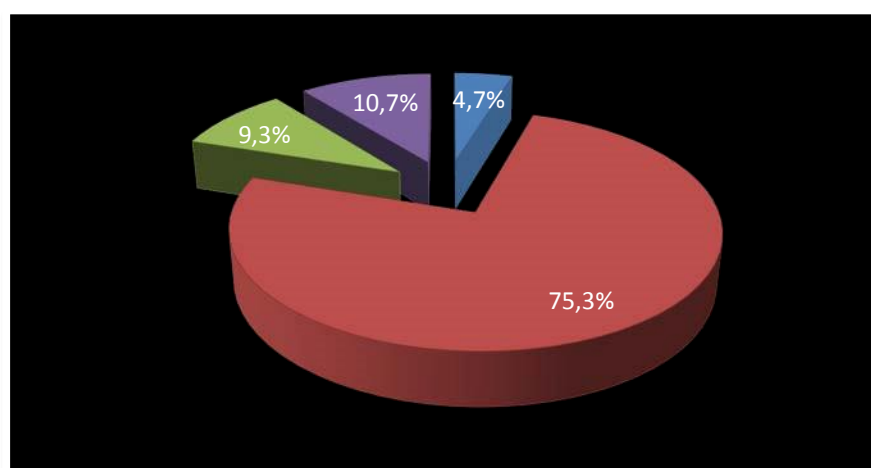
10. ¿Si existiera un motel con todos los servicios mencionados en Oyacoto lo visitarías?

SI NO

3.1.5 Tabulación de información y análisis

1. Para pasar un momento placentero con su pareja concurre a sitios como:

HOTEL	MOTEL	CABAÑAS	OTROS
4,7	75,3	9,3	10,7

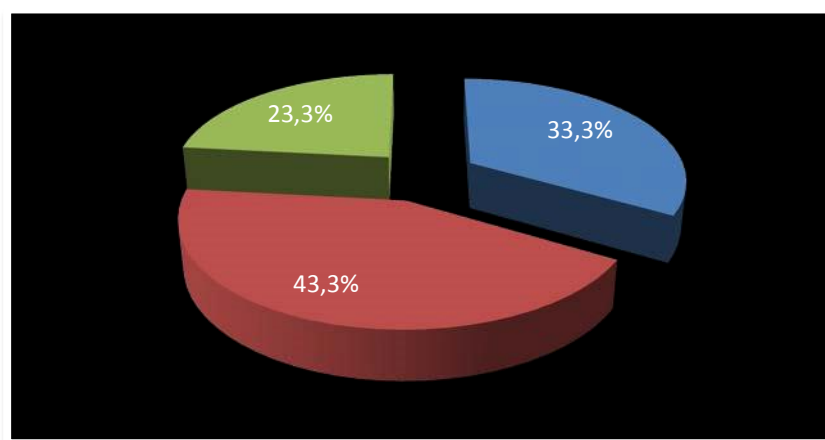




Según la muestra consultada el 75,3% de personas prefieren un motel al momento de pasar un momento placentero con su pareja, mientras que el 9,3 prefiere las cabañas, el otro el 10,7 mientras que al final el 4,7 a los hoteles.

2. ¿Qué tipo de cortesía le gustaría a su llegada?

COCTEL	COPA VINO	PRESERVATIVOS
33,3	43,3	23,3

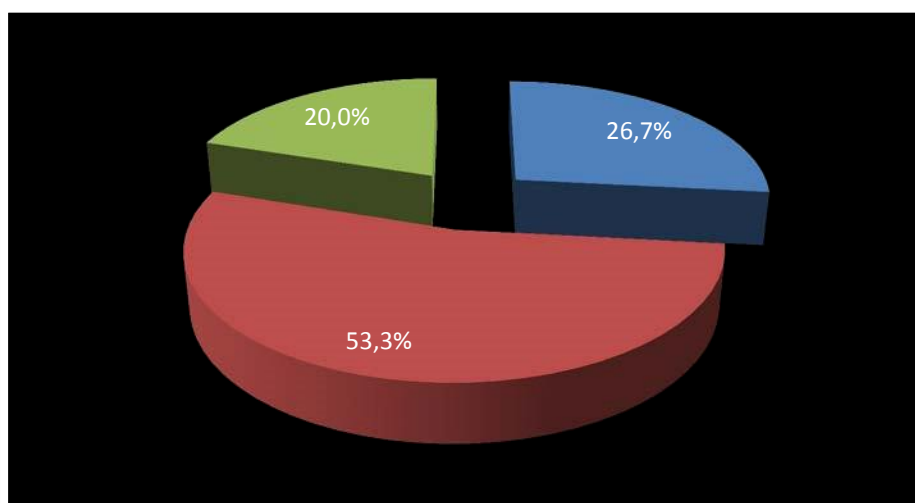




Según la muestra consultada el 43,3% de personas prefieren una copa de vino de cortesía en su llegada, mientras que el 33,3 prefiere un coctel, y el 23,3 preservativos

3. ¿Cuáles de estos servicios le gustaría encontrar en la habitación?

SAUNA	JACUZZI	HIDROMASAJE
26,7	53,3	20,0

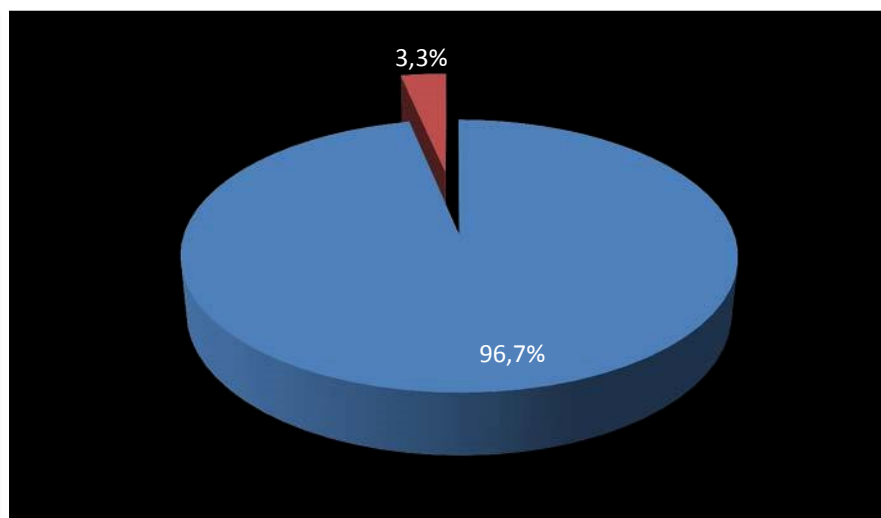


Según la muestra consultada el 53,3 de personas prefieren el jacuzzi, el 26,7 el sauna, mientras que el 20,0 el hidromasajes.



4. ¿Le gustaría tener dentro de la habitación un MINI BAR?

SI	NO
96,7	3,3

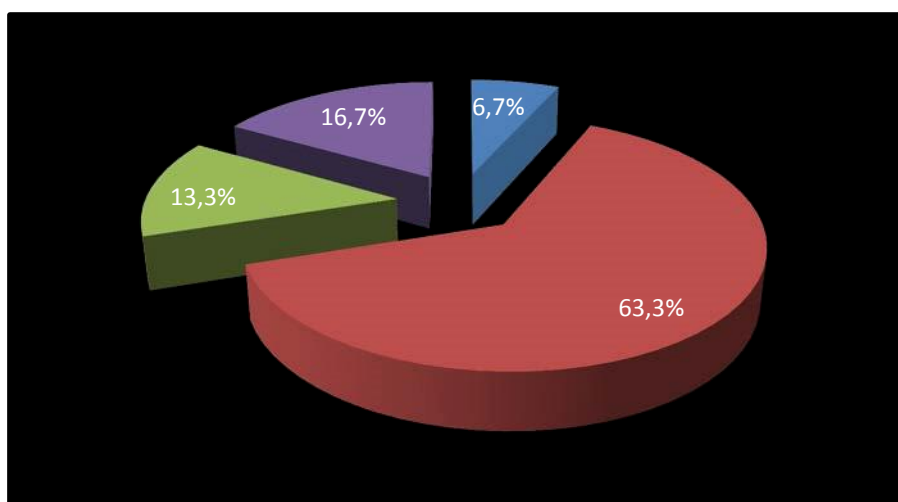


Según la muestra consultada el 96,7% de personas si prefieren un mini bar dentro de la habitación, mientras que el 3,3% dice que no.



5. Donde le gustaría que este situado este establecimiento

SITIOS			
DISCRETOS			
SUR	NORTE	CARRETERA	
6,7	63,3	13,3	16,7

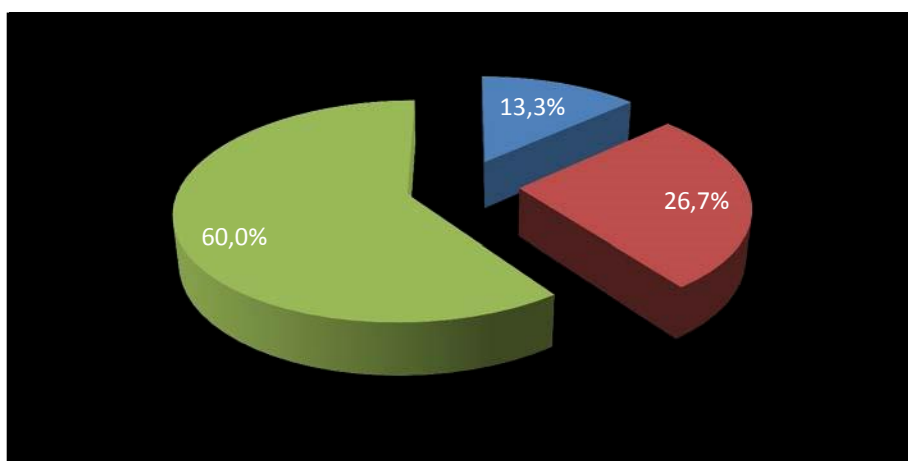


Según la muestra consultada el 63,3% de personas prefieren al norte, mientras que el 16,7% en sitios discretos, el 13,3% carreteras, y el 6,7% al sur.

6. Porque medio le gustaría recibir la información del Motel



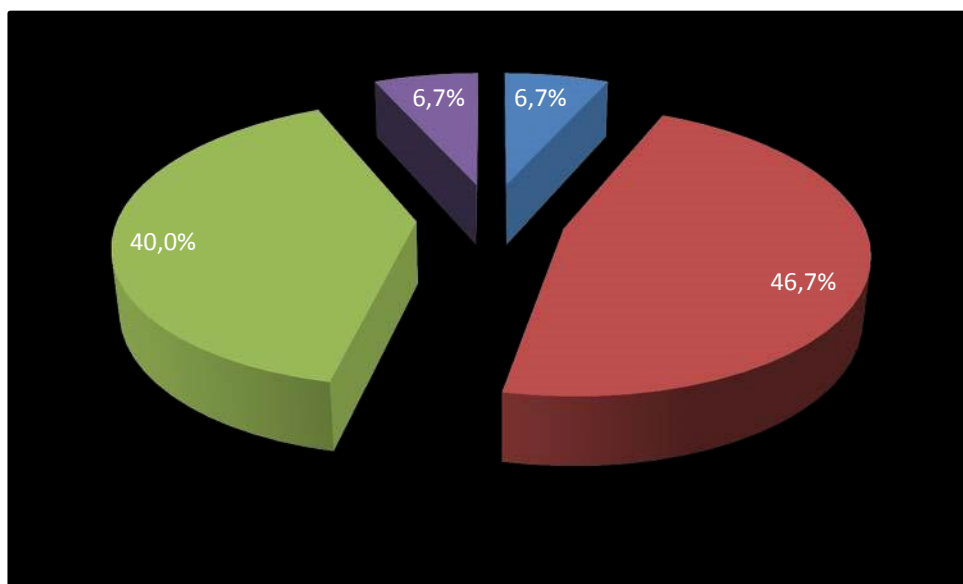
TRIPTICOS	VOLATES	INTERNET
13,3	26,7	60,0



Según la muestra consultada el 60,0% de personas prefieren el internet para recibir información del motel, el 26,7 % en volantes y el resto el 13,3%.

7. ¿Cuántos estaría dispuesto a pagar por estos servicios?

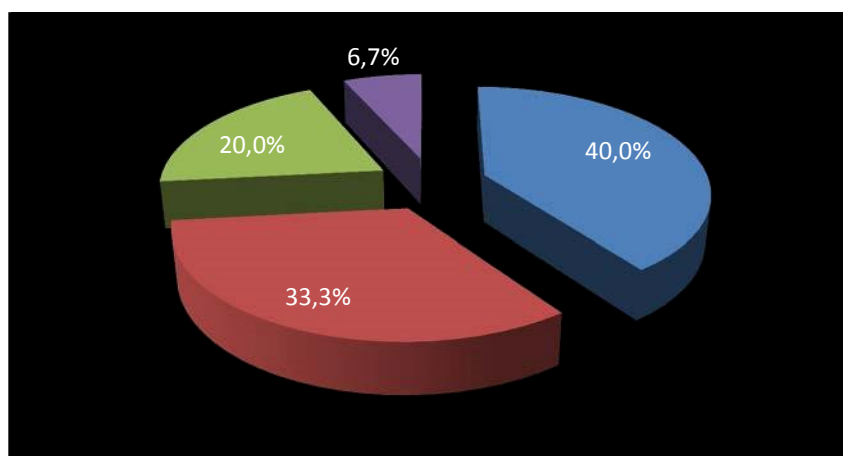
\$30	\$35	\$40	\$50
6,7	46,7	40,0	6,7



Según la muestra consultada el 46,7% de personas prefieren pagar de estos servicios 35\$, el 40,0% 40\$, mientras que el 6,7% a pagar 30 y 50 \$.

8. Qué tipo de comida le gustaría que ofrezca este lugar

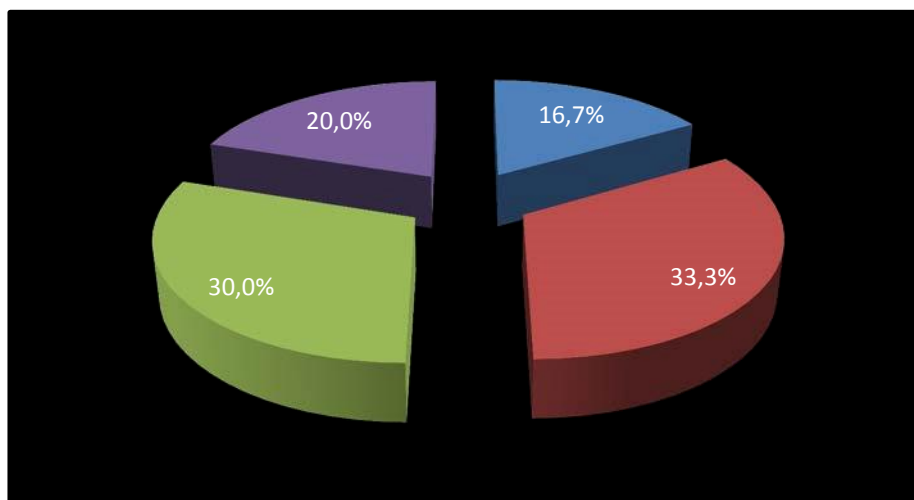
AFRIDISIACA	COMIDA	GOURMET	COMIDA
	RAPIDA		TIPICA
40,0	33,3	20,0	6,7



Según la muestra consultada el 40,0% de personas prefieren comida afrodisíaca, el 33,3% comida rápida, mientras el 20,0% gourmet mientras que el 6,7% comida típica.

9. Le gustaría que en este motel ofrezca accesorios eróticos como:

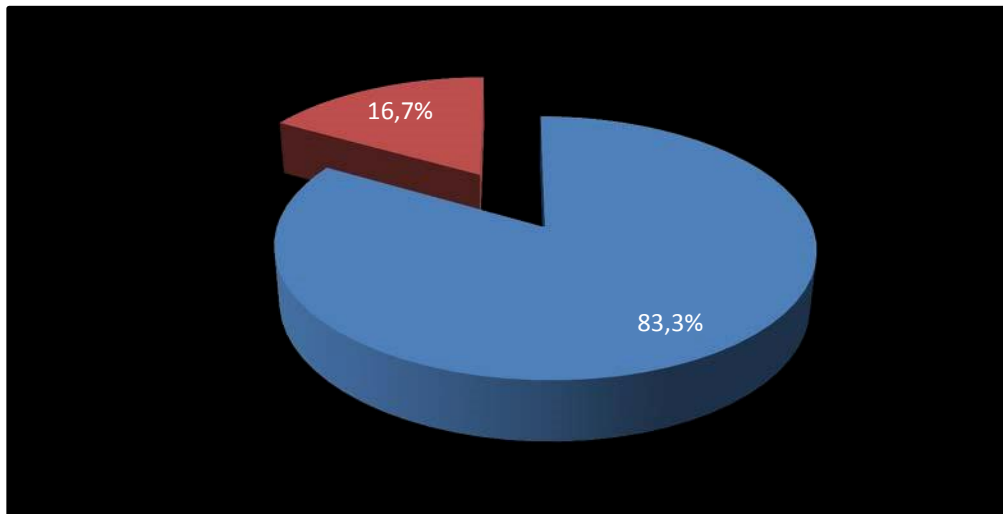
PISTA DE BAILE	ROPA COMESTIBLE	JUEGOS EROTICOS	VIBRADORES
16,7	33,3	30,0	20,0



Según la muestra consultada el 33,3% de personas prefieren que ofrezcamos ropa comestible, el 30,0% juegos eróticos, y el 20,0 % vibradores mientras que 16,7 % pista de baile.

10. ¿Si existiera un motel con todos los servicios mencionados en Oyacoto lo visitarías?

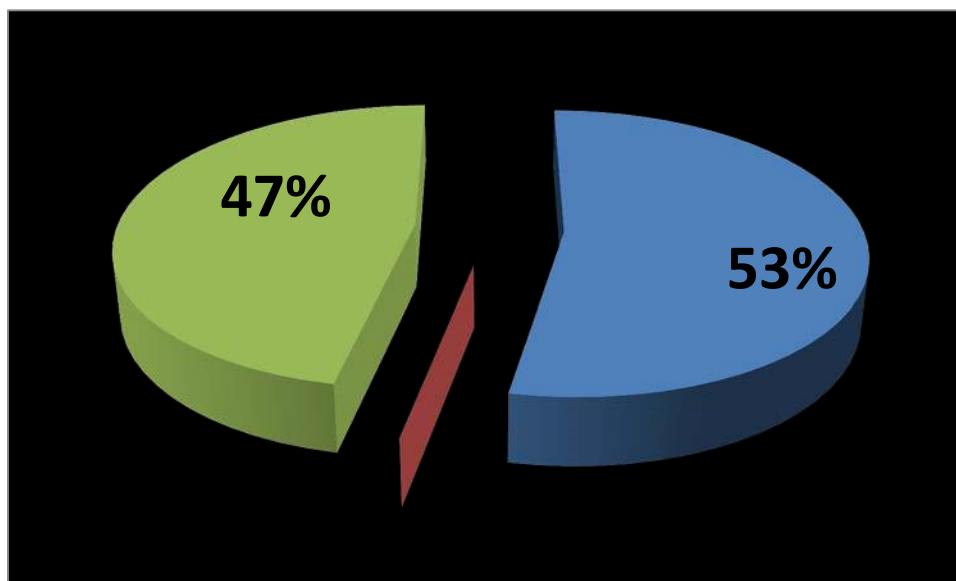
SI	NO
83,3	16,7



Según la muestra consultada el 83,3% de personas utilizarían el servicio en el sector de Oyacoto mientras que el 16,7% no lo haría.

Género:

Masculino 53% Femenino 47%



El mayor porcentaje se inclina al género masculino con un 53% mientras que en el femenino es de un porcentaje de 47%.

Edad:

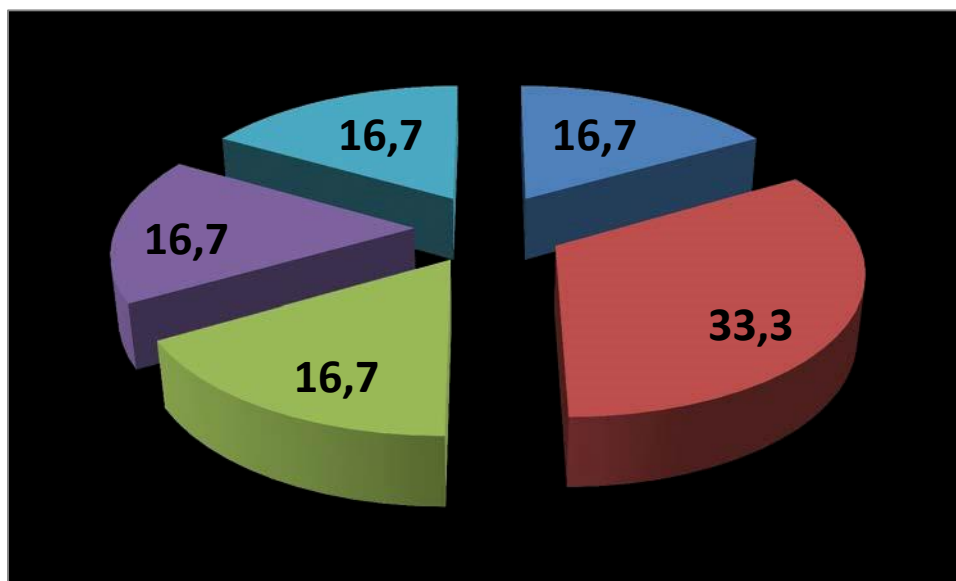
Entre 18 y 23 16,7%

Entre 24 y 29 33,3%

Entre 30 y 35 16,7%

Entre 36 y 41 16,7 %

Entre 42 y 48 16,7%



Por la edad de los encuestados estuvo comprendida de los 18 a 23 años 16,7%, desde 24 hasta los 29 el 33,3%, desde los 30 hasta los 35 el 16,7%, desde el 36 hasta 41 el 16,7% y el 42 hasta el 48 el 16,7%.

3.2 Oferta

3.2.1 OFERTA HISTORICA

En años anteriores los moteles eran percibidos como sitios censurados por la colectividad, y es así que eran destinados para que las parejas mantuvieran relaciones fugases con comodidad y alejados de la sociedad que para la época poseía taras y dogmas demasiado arraigadas al catolicismo y sus creencias.

Debido a este fenómeno los usuarios más frecuentes a este tipo de lugares eran las mujeres que ejercían la prostitución como modo de vida y veían a un motel como un lugar de fácil acceso y a sus costos reducidos.

En sus inicios los moteles tenían la infraestructura precaria, las habitaciones eran muy pequeñas, tenían armarios, paredes húmedas, corredores oscuros, sábanas y viejos colchones.

3.2.2 OFERTA ACTUAL

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



El Ecuador es un país turístico por excelencia y se ha esforzado por muchos años en dar prioridad al desarrollo del turismo en varias categorías (turismo ecológico, de aventura, hotelera etc.) La industria hotelera ha crecido mucho en los últimos años, atrayendo así a gran número de turistas, dentro de esta industria se puede encontrar diferentes tipos de lugares de descanso como son: Hoteles, hosterías, cabañas, y moteles. A medida que la oferta de productos ha superado la demanda, los consumidores se han convertido en el eje principal de las estrategias de mercadotecnia de las empresas de todo el mundo. Una de las principales preocupaciones del área de mercadotecnia en particular, y de la

empresa en general, es como comprender e influir en el comportamiento de los consumidores para favorecer la marca y los productos de la empresa.

Ahora bien la oferta o producto que se brindan en los moteles aquí podemos observar algunos ejemplos:

Balance de oferta y demanda a partir de la encuesta

1. Para pasar un momento placentero con su pareja concurre a sitios como:				O F E R T A
Hotel	Motel	Cabañas	Otros	
5. Donde le gustaría que este situado este establecimiento				
Sur	Norte	Carretera	Sitios discretos	
7. ¿Cuántos estaría dispuesto a pagar por estos servicios?				
\$30	\$35	\$40	\$50	

2.¿Qué tipo de cortesía le gustaría recibir a su llegada?			D E M
Coctel	Copa de vino	Preservativos	
3.¿Cuáles de estos servicios le gustaría encontrar en la habitación?			



Sauna	Jacuzzi	Hidromasaje	A
4.¿Le gustaría tener dentro de la habitación un MINI BAR?			N
SI	NO		D
			A

Moteles Vip:

¿Una piscina en una habitación de motel? Aunque parezca increíble, existe una suite en Moteles Vip con ese servicio. Esta es una de las 22 suites que tiene este lugar en el Valle de los Chillos, en la Panamericana Sur Km 1 Vía Amaguaña Km 2 ½ . También tiene una sucursal en el sur de Quito.



Amelie:

Si el cliente no desea trasladarse al motel en su auto o en taxi, Amelie ofrece servicio de taxi gratuito que recoge y deja al usuario en el lugar donde desee, de 07:00 a 15:00. En este lugar, las parejas también cuentan con un manual gráfico que explica en detalle el uso de la silla Kamasutra.





Kalypso:

En el motel Kalypso, una central computarizada transmite a cada habitación una señal exclusiva de películas las 24 horas del día. La memoria tiene 300 películas que duran 15 días y después se vuelven a repetir. También hay comida gourmet. Incluso platos sencillos como las hamburguesas son decorados de forma elegante, cuenta con 38 habitaciones.



Cesars Palace II:

Una pista de baile en la habitación es una de las principales novedades con las que cuenta el motel Cesars Palace II. Dotadas de un tubo y luces, las parejas pueden organizar en ellas seductores espectáculos bailables.



Venecia: habitaciones temáticas



Cortinas rodean la cama de la habitación "Árabe", mientras palomas pintadas sobre una pared celeste acompañan a los amantes en la habitación "Cielo". Estas son dos de las cinco habitaciones temáticas que existen en el hotel Venecia.

El resto de 34 habitaciones también cuenta con decoración única, además de TV LCD con cable, silla Kamasutra y minibar.



Dolce: sillas Kamasutra

Al ingresar a las 30 habitaciones del Dolce Motel, llaman la atención unos peculiares asientos plegables. Las denominadas "Sillas Kamasutra" han sido exclusivamente diseñadas para permitir a las parejas experimentar diferentes posiciones sexuales, gracias a su capacidad de adaptación y cuatro brazos.





Monteverde: películas en 3D

La tecnología llegó a 6 de suites del Motel Monteverde. Según la administradora del lugar, este motel es el primero en ofrecer en la ciudad televisores para imágenes 3D. La pareja puede pedir desde documentales sobre fútbol hasta películas para adultos en tercera dimensión. Está ubicado en Av.

Lumini: jacuzzi con luces



OBJETOS DEL NUESTRO MOTEL GERANIUM



3.2.3 OFERTA PROYECTADA

En la parroquia de Oyacoto es un sector maravilloso para poder explotar lo que es el turismo de alojamiento, en el cual los terrenos no han sido aprovechados al máximo, en la parroquia está proyectado un motel en el cual puede pasar un momento ameno con su pareja, disfrutar de los servicios que ofrecerá calidad de servicio, buena atención, confort, buen precio, seguridad, discreción. Suites del más alto nivel, con un elegante diseño y un acabado personalizado, listas para disfrutar.

Servicio de lujo donde prima la magia y el romanticismo, un lugar ideal para compartir. Combate el estrés y estimula la actividad sexual y mental, esto y más esperan por usted.

¡...Realiza cada una de tus acciones como si fuera la última de tu vida, así tendrás un cliente satisfecho...!



3.3 Productos Sustitutivos

OFERTA HISTORICA

Es importante subrayar que cuando se habla de bienes sustitutivos se hace de dos tipos diferentes de bienes, así la sustitución de uno de los bienes por otro siempre es una cuestión de grado. Un bien es un sustituto perfecto de otro, solamente si puede ser usado exactamente de la misma forma y con el mismo resultado y entonces es cuando un consumidor no tiene ningún incentivo para preferir un bien sobre el otro. El hecho resultante es que hay pocos bienes sustitutivos perfectos excepto entre dos bienes de la misma clase. No importa la proporción relativa en que se consumen los bienes.

OFERTA ACTUAL

Los servicios sustitutos son aquellos que, si bien tienen distintos atributos, logran la satisfacción del cliente en determinadas condiciones. La industria hotelera y motelería tiene productos que tienen ese poder de sustitución tales como el hotel, el camping, los bungalows o cabañas y los hostales, entre otros.

En el análisis de los sustitutos es indudable que la combinación calidad – precio es el factor más importante a tener en cuenta ya que el efecto sustitución será mayor cuanto más interesante sea esta relación.

Estos productos por un lado van a limitar los beneficios en épocas normales y también van a reducirlos en momentos de auge del sector.

OFERTA PROYECTADA

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado.



La empresa tiene que observar muy de cerca las tendencias de los precios en los sustitutos. Si la tecnología avanza o la competencia aumenta en estas industrias sustitutas, es probable que los precios y utilidades disminuyan en el mercado

Es por esto que se deberá estudiar cuidadosamente las amenazas de dichos productos y evaluar la “Propensión del comprador a sustituir”, los “Precios relativos de los productos sustitutivos”, “Los Niveles percibidos de diferenciación de producto” y concluir si el sustituto influye significativamente.

3.3.1. Demanda histórica

La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor. La demanda se expresa gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda. En general, la ley de la demanda indica que existe una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada de un bien durante un cierto período; es decir, si el precio de un bien aumenta, la demanda por éste disminuye; por el contrario, si el precio del bien disminuye, la demanda tenderá a subir. Cabe indicar que existen excepciones a esta ley, dependiendo del bien del que se esté hablando.

3.3.2 Demanda Actual

Los productos o servicios sustitutivos son aquellos que, si bien tienen distintos atributos, logran la satisfacción del cliente en determinadas condiciones.

La industria motelera tiene productos que tienen ese poder de sustitución tales como los bedroom, los bungalows o cabañas (depende de la arquitectura de nuestro motel), entre otros. En el análisis de los sustitutos es indudable que la combinación calidad – precio es el factor



más importante a tener en cuenta ya que el efecto sustitución será mayor cuanto más interesante sea esta relación.

Estos productos por un lado van a limitar los beneficios en épocas normales y también van a reducirlos en momentos de auge del sector.

En nuestra empresa siempre vamos a contar con las mismas ofertas para el cliente, es decir no abra ningún cambio drástico, ya sea de precios y peor aun de escases de productos, a su vez entregando productos nuevos e innovadores para su uso.

3.3.3 Demanda Proyectada

La demanda proyectada tiene un comportamiento creciente dentro del mercado hotelero de acuerdo a la tasa anual de crecimiento anual. La curva de la demanda proyectada está sustentada por la demanda histórica.

Para el presente proyecto se tomo en cuenta únicamente a empresas que prestan un servicio un tanto similar al que se quiere ofrecer con la nueva empresa y su producción anual.

3.5 Balance oferta - demanda

En nuestro **GERANUM MOTEL** los clientes pueden encontrar una variedad de productos, que serán vistos actualmente y a futuro los mismos no tendrán un cambio drástico de costo que son los siguientes:

ACTUAL	PROYECTADA



• LICORES • COLCHONES • PAN • JABONES • SABANAS • TRANSPORTE • COMIDA • DESINFECTANTES • PRESERVATIVOS • ARTICULOS EROTICOS • SUMINISTROS DE LIMPIEZA • EQUIPO DE COCINA	• LICORES • COLCHONES • PAN • JABONES • SABANAS • TRANSPORTE • COMIDA • DESINFECTANTES • PRESERVATIVOS • ARTICULOS EROTICOS • SUMINISTROS DE LIMPIEZA • CRISTALERIA • NUEVOS JUEGOS EROTICOS
---	--

En el **GERANIUM MOTEL** el ingreso de personas actual y proyectada van hacer las siguientes:

ACTUAL POR AÑO	PROYECTADA POR AÑO
990	1 020
INGRESO	INGRESO
14 850	15 300



CAPITULO IV

4.1 Tamaño Del Proyecto

ESPECTATIVA DE INGRESO DE CLIENTES AL GERANIUM MOTEL

	CLIENTES	INGRESO POR
AÑOS	DIARIOS	AÑO
2016	26	14.040
2017	32	20.120
2018	40	32.560



En nuestro **GERANIUM MOTEL** estará conformado por 30 habitaciones, en el cual ofrecemos diferentes cuartos, desde los más costosos hasta los más cómodos, que a su vez presentan diferentes valores; como son:

	HABITACIONES DEL MOTEL GERANIUM	
10 simples 15\$	10 completas 25\$	10 vip 40\$
sin jacuzzi		jacuzzi
sin pista de baile		pista de baile
sin espejos decorativos		espejos decorativos
		aire acondicionado
aire	Jacuzzi	música
acondicionado		
Música	Música	T.V
T.V	T.V	mini bar
mini bar	mami bar	juegos eróticos
juegos eróticos	aire acondicionado	artículos eróticos
artículos eróticos	colchón de agua	cito fono
cito fono	Espejos	arreglos florales
botiquín de emergencia	luces decorativas	luces decorativas
servicio a la habitación	sillón del amor	sillón de amor
wi-fi	libro camasutra	cito fono

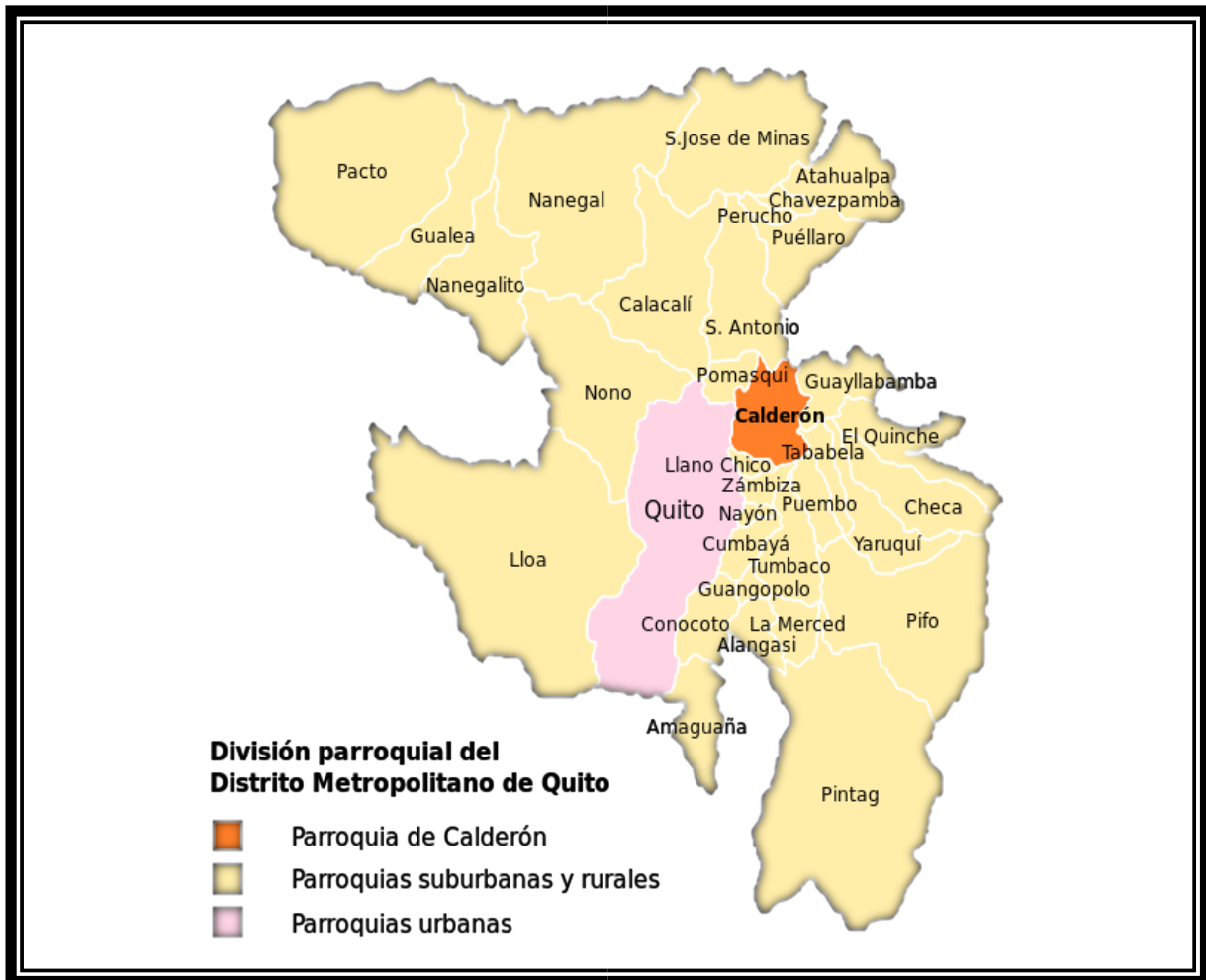


	arreglos florales	libro kamasutra
	Cito fono	películas adultas
	servicio a la habitación	T.V cable
	wi-fi	duchas
		servicio a la habitación
		wi-fi
		secador de cabello

4.1.2. LOCALIZACIÓN

MACROLOCALIZACIÓN

La Macro localización comprende el establecimiento del lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto; por lo que, es necesario tomar en cuenta varios aspectos como: La región, Provincia, Cantón o área geográfica, con el único objetivo de conocer con precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto. El Motel estará ubicado en la región norte del país, en la provincia de Pichincha, Parroquia de Oyacoto.



MICROLOCALIZACIÓN

En el estudio que se realizó con el propósito de seleccionar la comunidad, el lugar exacto para instalar nuestro motel **GÉRANIUMS MOTEL**, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad. Luego del análisis de los datos y la interpretación de los resultados que se hizo en la Investigación de Mercado, se determinó la empresa debe estar ubicada en el sector norte de la Ciudad de Quito.

El Motel estará ubicado en la Panamericana Norte en la Parroquia de Oyacoto.

4.1.3 Ingeniería del producto

Definición del BYS

En nuestro GERANIUMS MOTEL vamos ofrecer el servicio de una habitación en la cual va a contar con un garaje individual, el cual este servicio será discreto y con seguridad.

SEGURIDAD

Contara con guardias calificados y con un sistema computarizado, para el mejor manejo del área de administración, y el control de cuantas habitaciones y personas han ingresado tener el registro de los día de mas influencia y de menor rotación de los clientes. Contara con un sistema de alarma que este contacto con la policía nacional para un mayor respaldo.



HIGIENE

La higiene es algo muy importante y fundamental para las personas que van a ser parte de nuestro motel GERANIUMS MOTEL, tendremos personal capacitado que manejen un alto y exigente control de calidad en cuanto a la higiene y presentación de la habitación y a su vez de todos los servicios que se presentaran a los clientes.

DISCRECIÓN

Todo el personal será capacitado para otorgar al cliente un buen trato y ante todo discreción, las reservaciones se realizaran por medio telefónico, no se pedirá nombre del cliente se le dará el numero de habitación reservada, los cuales tendrán conocimiento el personal, y el guardia.

SERVICIO DE TRANSPORTE

Contaremos con un convenio con una empresa de servicio de transporte de taxis el cual incluye de puerta a puerta con toda discreción y seguridad.

HABITACIONES SIMPLES



sin jacuzzi
sin pista de baile
sin espejos decorativos
aire acondicionado
Música
t.v
mini bar
juegos eroticos
articulos eroticos
Citofono
botiquin de emergencia
servicio a la habitación
wi-fi

HABITACIONES COMPUESTAS



Jacuzzi
Música
Tv
mini bar
aire acondicionado
colchón de agua
Espejos
luces decorativas
sillón del amor
libro camasutra
arreglos florales
cito fono
servicio a la habitación
wi-fi

HABITACIONES VIP



Jacuzzi
pista de baile
espejos decorativos
aire acondicionado
Música
Tv
mini bar
juegos eróticos
artículos eróticos
Citofono
arreglos florales
luces decorativas
sillón de amor
libro kamasutra
películas adultas
T.V cable
Duchas
servicio a la habitación
wi-fi
secador de cabello

Estas son las habitaciones que poseemos para que el cliente se sienta a gusto en su hospedaje.

La empresa **GÉRANIUMS MOTEL** encarga de prestar servicios de otra manera para que el cliente se sienta en confort, nos catalogamos por prestar un servicio único, utilizando una



estrategia diferente para llegar al cliente nuestra alta gama de licores, lencería de camas de primera calidad, equipos sofisticados de última tecnología, en este mercado seremos los pioneros en brindar un servicio de calidad para tener.

Maquinaria

- Camioneta
- Carro particular

Equipos

- Computadoras
- Televisión
- Aire acondicionado
- Equipos de sonido
- Alarmas de seguridad

Aspectos Legales De La Hotelería

•**ARTICULO 1.-** LOS establecimientos comerciales que funcionan en el Territorio Provincial, que ofrezcan normalmente alojamiento en habitaciones amuebladas por períodos no menores al de una pernoctación, a personas que no constituyen su domicilio permanente en ellos, quedan sujetos a la presente Ley.

•**ARTICULO 2.-** LOS establecimientos comprendidos en el Artículo anterior, además de las obligaciones que les fije la autoridad de aplicación, deberán:

•a) Inscribirse en el Registro Hotelero Provincial en el plazo que determine la Reglamentación pertinente.



•b) Consignar en forma precisa y explícita la denominación, clase, categoría y número de inscripción en el Registro Hotelero Provincial, en la publicidad, correspondencia, facturas y toda otra documentación o material de propaganda que utilicen.

•c) Comunicar dentro de los diez (10) días de producida, cualquier alteración o modificación de sus características o servicios que varíe la categoría asignada.

•**ARTICULO 3.-** Las oficinas públicas no darán curso a ninguna solicitud, trámite pedido de crédito, etc. A establecimientos comprendidos en el Artículo 1, que no exhiban la constancia de su inscripción en el Registro Hotelero Provincial.

•**ARTICULO 4.-** EL establecimiento inscripto en el Registro Hotelero Provincial, deberá solicitar y exhibir la categorización que le corresponde de acuerdo a lo determinado por la Reglamentación de la Presente Ley.

•**ARTICULO 5.-** UNICAMENTE los establecimiento declarados "Alojamientos Turísticos" que decidan efectuar ampliaciones o refacciones, podrán gozar de las franquicias impositivas, créditos y regímenes promocionales de carácter turístico establecidos o por establecerse y figurar en la promoción publicitaria turística oficial.

•**ARTÍCULO 6.-** QUEDA expresamente prohibido:

•a) El uso de la denominación "internacional" , "de lujo", "estrellas" y sus derivados, para todo tipo de establecimiento de alojamiento.

•b) El uso de las denominaciones "hotel", "hostería", "motel", "bungalow" y "residencial", para todo establecimiento no inscripto en el Registro Hotelero Provincial.

•c) El uso de las denominaciones "hotel", "motel", "hostería", "bungalow" y "residencial" para todos los establecimientos no declarados alojamientos turísticos. •Los establecimientos

homologados podrán utilizar dichas denominaciones de acuerdo con la clasificación que les
LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



correspondiere. •ARTICULO 7.- LOS "alojamientos turísticos", además de cumplir con lo dispuesto en el Artículo 2, • b) deberán exhibir en la entrada principal y como complemento del nombre del establecimiento, la clase y la categoría asignada. •ARTICULO 8.- TODA infracción a las disposiciones de la presente Ley será sancionada con multa de hasta el importe equivalente a cien (100) días de alojamiento, además de apercibimiento, inhabilitación, revocación o caducidad de autorizaciones administrativas otorgadas y clausura.

•**ARTICULO 9.-** TODA resolución sancionatoria será de cumplimiento obligatorio e inmediato una vez practicadas las notificaciones pertinentes. Si la resolución fuese revocada se le devolverá su importe, el que será actualizado según el índice de desvalorización para el consumidor nivel general o el que lo sustituya y un interés puro del 6% anual a contar desde la fecha en que fue depositado el monto de la multa. •Las sanciones impuestas serán apelables ante el Juzgado de Primera Instancia en lo Civil, Comercial y Laboral con jurisdicción en la Circunscripción Judicial donde tenga su asiento el alojamiento turístico. La apelación deberá fundarse e interponerse ante la autoridad de aplicación que dictó la sanción dentro de los cinco días de notificada. Llegado el expediente al Juzgado correspondiente, si no se decretare medidas para mejor proveer, el Juez dictará la sentencia dentro de los veinte días del llamado de autos.

•**ARTICULO 10.-** LA sanción de clausura afectará solamente a la contratación de nuevos compromisos, manteniéndose la obligación de dar total y exacto cumplimiento a los que hubieren sido contraídos hasta la fecha en que se tome conocimiento de la sanción impuesta.

•**ARTICULO 11.-** EL Organismo de aplicación tendrá a su cargo el diligenciamiento del régimen sancionatorio. Podrá requerir la colaboración de la Municipalidad o el auxilio de la



fuerza pública para proceder en forma directa o concretar las clausuras y para efectuar el secuestro, con cargo al infractor, de los letreros, avisos, rótulos, carteles, papelería y todo otro material de propaganda en que consten denominaciones en infracción a esta Ley.

•**ARTICULO 12.-** SI el infractor a cualquiera de las disposiciones de la presente Ley fuera titular de algún beneficio acordados por organismos nacionales o provinciales, podrá inhabilitárselo para la obtención de futuros beneficios hasta tanto cumplimente la sanción impuesta.

Toda ello sin perjuicio de la aplicación de la multa y de las demás sanciones que correspondiesen. •artículo 13:

•**ARTICULO 13.-** DEROGANSE todas las disposiciones que se opongan a la presente Ley.

LEY DEL MEDIO AMBIENTE

Art. 86.- El Estado protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza.

4.1.1.5 Moteles: instalaciones orientadas al automovilista viajero y turista, que se dediquen por su situación cercana a carreteras y por la proximidad del aparcamiento a las habitaciones, con servicio de limpieza pero no necesariamente de alimentación y que para los efectos de esta Ley cumplen con los requisitos de Hospederías Mayores, y del Reglamento de Hospedería.

Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental



Esta ley tiene como objetivo primordial el de controlar y prevenir la contaminación ambiental de los recursos agua, aire y suelo.

Con la promulgación de la Ley de Gestión Ambiental, la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental tiene derogadas varias de sus disposiciones, ya que la Ley de Gestión Ambiental derogó expresamente muchos de sus artículos. Sin embargo, las demás disposiciones se mantienen vigentes pero con las limitaciones propias de una ley expedida hace casi treinta años, que en la práctica no se constituyó en la herramienta más efectiva de lucha contra la contaminación ambiental ya que no resultó funcional. Así por ejemplo se creó el Comité Interinstitucional de Protección Ambiental, el mismo que muy pocas veces se reunió y no pudo constituirse en el órgano rector de estas políticas como pretendía la ley.

CONTROL SANITARIO

Art. 1.- El control y vigilancia sanitaria es un conjunto de actividades específicas quede conformidad con la Ley Orgánica de Salud y más disposiciones reglamentarias está obligado a realizar el Ministerio de Salud Pública a través de sus dependencias competentes, con el propósito de verificar el cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios de los establecimientos públicos y privados de servicios de salud, farmacéuticos, alimentos, establecimientos comerciales y otros en donde se desarrollan actividades de: atención de salud, producción, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de productos destinados al uso y consumo humano.

Art. 2.- Son objeto de control sanitario:

- a) El abastecimiento de agua para uso y consumo humano;
- b) Los alimentos y bebidas, medicamentos, cosméticos, productos higiénicos y otros productos para uso y consumo humano.



REQUISITOS

RUC

REQUISITOS GENERALES

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
 - Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción
 - Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior
 - Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de el, se presentará como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia del cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

CASOS ESPECIALES



Adicional a los documentos antes mencionados se adjuntarán los siguientes según indique el contribuyente:

- Refugiados: Copia de la credencial que entrega el Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Artesanos: Copia de la calificación artesanal emitida por el organismo competente:
Junta Nacional del Artesano o MICIP.
- Contadores: Copia del título o carnet del colegio profesional respectivo; y, aquellos que trabajen en relación de dependencia deberán presentar un documento que lo certifique.
- Transportistas: Certificado de afiliación a las respectivas cooperativas
- Profesionales: Copia del título universitario o copia del carnet otorgado por el respectivo colegio profesional, o copia de la cédula de identidad en la que conste la profesión.
- Actividades educativas: Copia del Acuerdo ministerial para el funcionamiento de jardines de infantes, escuelas y colegios.
- Agentes afianzados de aduanas: Copia del documento expedido por la CAE en el cual se autoriza dicha actividad.
- Notarios y Registradores de la propiedad y mercantiles: Copia del nombramiento otorgado por la Corte Suprema.
- Miembros de Juntas Parroquiales: Copia del nombramiento otorgado por el TSE.
- Actividad Maquina traga monedas: Permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo

TRÁMITE PARA LAS INDUSTRIAS CON USO DE SUELO PERMITIDO



Todas las industrias deben adjuntar al formulario de la LUAE, el Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo - ICUS para esto, primero debe tramitar el IRM con los siguientes requisitos:

REQUISITOS PARA OBTENER EL INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA (Línea de Fábrica o IRM)

- Copia de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal
- Copia del pago del Impuesto Predial
- Llenar el formulario (retirar en la ventanilla)

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL INFORME DE COMPATIBILIDAD DE USO DE SUELO (ICUS)

- Formulario del Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (retirar en la ventanilla)
- Copia de Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación actualizado del propietario
- Copia del Pago del Impuesto Predial actualizado
- Copia del Informe de Regulación Metropolitana (Línea de Fábrica - IRM)

REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DE LA LUAE (LICENCIA ÚNICA DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS)

“La LUAE es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, que integra las diferentes autorizaciones administrativas tales como: uso y Ocupación de Suelo (ICUS), Sanidad, Prevención de Incendios, Publicidad Exterior, Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio del Interior (Intendencia de Policía)”

A PARTIR DE AQUÍ EMPIEZA EL APOYO Y SERVICIO DE LA CAPEIPI:

REQUISITOS PARA EMISIÓN Y RENOVACIÓN:

GENERALES:

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas –LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal
- Copia de RUC actualizado
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal)
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo
- Certificado Ambiental

PERMISO DE BOMBEROS

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

TIPO A

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

TIPO B

Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres.

TIPO C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos



electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos

1. Solicitud de inspección del local;
2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC; y,
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

Requisitos para obtener el Permiso de Salud:

- 1.- Solicitud de Inspección. (Esta solicitud se obtiene en el primer piso de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha)
- 2.- Certificado de Registro definitivo y LUAF
- 3.- Copias de carnets de Salud ocupacional. (Este carnet se lo adquiere en cualquier centro de salud)
- 4.- Original y Copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal
- 5.- Escritura de Constitución legalizada en caso de ser persona jurídica
- 6.- Copia del RUC
- 7.- Copia del certificado del Cuerpo de Bomberos de Quito

PERMISOS ANUALES DE FUNCIONAMIENTO.



BASE LEGAL.

Según Decreto Supremo 3310-B de fecha 8 de marzo de 1979 señala:

Las Intendencias Generales de Policía a nivel Nacional se encargarán de otorgar los Permisos Anuales de Funcionamiento según lo que señala el Art. 29 de dicho decreto, que manifiesta:

los locales donde se prestan servicio de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes o en general, lugares donde se consuman alimentos o bebidas alcohólicas y que están sujetos al pago del Permiso de Funcionamiento, deben obtener anualmente el mismo otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia.

Requisitos para sacar el Permiso Anual de Funcionamiento.

REQUISITOS ESTABLECIMIENTOS

RUC SRI Todos

Patente Municipal Todos

Copia de Cédula Todos

Permiso de Uso de Suelo Centros de Diversión Nocturna Permiso
de Salud Todos.

Permiso de Cuerpo de Bomberos Centros de Diversión Nocturna Fuente:

Ministerio De Gobierno.

Elaborador por: Autor.12

Los Permisos Anuales de Funcionamiento se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar el P.A.F por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año.



FACTOR LEGAL

Las normativas y reglamentos que el montaje de este tipo de negocios requiere son de vital importancia, por lo que conoceremos el impacto de los diferentes entes legales y políticos marcan en la ejecución del presente proyecto.

Los Organismos que controlan y autorizan el funcionamiento de este tipo de establecimientos son: El municipio Cantonal, la Dirección Provincial de Salud, y la Intendencia general de Policía, los mismos que se manifiestan y actúan, respecto al Reglamento Hotelero del Ecuador. Mencionado Reglamento asumió importantes modificaciones en la última publicación del Registro Oficial, respecto a la denominación de categorías de funcionamiento, nomenclaturas de identificación, prestación de servicios alimenticios, distribución básica de las instalaciones, y ubicación estratégica de funcionamiento.

La categoría de los establecimientos reconocidos como moteles, podrán fluctuar en dependencia de sus servicios e instalaciones hasta tres estrellas.

En el Ecuador, lamentablemente y debido a una historia sin fin de manipulación legal y política de nuestras instituciones por parte de las elites, se vive en un estado de aceptación tácita de la corrupción.

De ahí que consideramos que este análisis tiene un impacto negativo en la ejecución de este proyecto, pues el proceso legal a seguir para la constitución de este establecimiento se muestra engorroso y sujeto a posibles modificaciones e imprevistos.

LEY DEL TURISMO

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.



Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o

- jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:
- a. Alojamiento;
 - b. Servicio de alimentos y bebidas;
 - c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
 - d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
 - e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
 - f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

ACTIVIDADES TURISTICAS

Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

Art. 2.- Categorías.- La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten.

En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos.



Art. 5.- Placas distintivas.-Todos los alojamientos deberán exhibir junto a la entrada principal la placa distintiva que consistirá en un cuadrado de metal en el que sobre fondo azul turquesa figurarán, en blanco, la letra o letras correspondientes a la actividad que desarrolle el establecimiento, así como las estrellas que indiquen su categoría.

El Ministerio de Turismo diseñará y elaborará dichas placas y las pondrá a disposición de los usuarios, previo al pago de su valor.

Art. 7.- Modificaciones en los establecimientos.-Toda modificación en la estructura, características o sistema de administración de los establecimientos, que pueda afectar a su clasificación, deberá ser notificada previamente para su aprobación al Ministerio de Turismo.

Art. 25.- Motel.-Es motel todo establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos y próximo a las carreteras, en el que mediante precio, se preste servicios de alojamiento en departamentos con entradas y garajes independientes desde el exterior, con una capacidad no menor de seis departamentos. Deberá prestar servicio de cafetería las veinticuatro horas del día. En los moteles, los precios por concepto de alojamiento serán facturados por día y persona, según la capacidad en plazas de cada departamento, y serán abonados en el momento de la admisión de los huéspedes, salvo convenio con el cliente.

Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción;



- b) Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- c) En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- d) Botiquín de primeros auxilios.

CODIGO DEL TRABAJO

Art. 1.- Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a los que ellos se refieren.

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

A nadie se le puede exigir servicios gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la Ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

En general, todo trabajo debe ser remunerado.



Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos.- Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Art. 5.- Protección judicial y administrativa.- Los funcionarios judiciales y administrativos están obligados a prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

Art. 6.- Leyes supletorias.- En todo lo que no estuviere expresamente prescrito en este Código, se aplicarán las disposiciones de los Códigos Civil y de Procedimiento Civil.

Art. 7.- Aplicación favorable al trabajador.- En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, los funcionarios judiciales y administrativos las aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores.

CAPITULO V

Ingresos operacionales



Días	Numero de clientes (parejas)	Habitaciones precio	Parqueadero numero de autos	Juegos Eróticos precios
Lunes	6	15	6	99,99
Martes	7	15	7	25,5
Miércoles	9	15	9	10,99
Jueves	16	15	16	30
Viernes	25	15	25	45,2
Sábado	25	15	25	12,08
Domingo	22	15	22	15,4
Total	110	105	110	239,16

El ingreso operacional del MOTEL GERANIUM generado día a día

Ingresos NO operacionales

Terreno	Precio
1500mt2	116
Infraestructura	
*30 habitaciones de bloque	
de dos plantas	36,260.378
Muebles y enseres	
* Sabanas y cobertores	780
* Camas de diferente diseño	8250
Adornos	
* Cuadros	300
* luces dicroicas	450
* Espejos	1.140
total	36,271.414



Costos operacionales

Mes	Pagos A Personal	Pago Servicios Básicos	Pago Bonos
Enero	3000	319	500
Febrero	4000	319	500
Marzo	3967	319	500
Abril	2680	319	500
Mayo	3012	319	500
Junio	4380	319	500
Julio	2400	319	500
Total	23439	2233	3500

Los precios que se puede apreciar son valores de todo el mes, a su vez realizamos un valor total.

Costos administrativos

Mes	Pago Mantenimiento	Pago Proveedores
Enero	500	5000
Febrero	500	5000
Marzo	500	5000
Abril	500	5000
Mayo	500	5000
Junio	500	5000
Julio	500	5000
Total	3500	35000

Costos financieros y de ventas.

Total Ingresos	Inflación Proyectada	Total Con Inflación Proyectada
----------------	----------------------	--------------------------------



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

14700	2940	17640
14700	2940	17640
14700	2940	17640
14700	2940	17640
14700	2940	17640
14700	2940	17640
14700	2940	17640
102900	20580	123480

Inversión del Proyecto.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Gastos Administrativos	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



Mantenimiento de equipos	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Servicios básicos	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Gastos publicidad	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Útiles de oficina	300,2	300,2	300,2	300,2	300,2	300,2	300,2	300,2	300,2	300,2	300,2
Total	1745,2	1745,2	1745,2	1745,2	1745,2	1745,2	1745,2	1745,2	1745,2	1745,2	1745,2

Los activos diferidos están constituidos por los gastos e inversiones necesarias para conformar la empresa o implementar la infraestructura inicial con la que trabajará la empresa. Igualmente constan los gastos que demanden los estudios o elaboración del Proyecto de Factibilidad.

Recursos humanos	Recursos materiales	Imprevistos	total
440	801	3210	4451

Mes	Capital del Trabajo	Activos Nominales	Pago a Bancos	Pago a Inversionistas	Pago a Socios	Total Ingresos	Inflación Proyectada	Total Con Inflación Proyectada
Enero	500	200	500	1000	5000	7200	1440	8640
Febrero	500	200	500	1000	5000	7200	1440	8640
Marzo	500	200	500	1000	5000	7200	1440	8640
Abril	500	200	500	1000	5000	7200	1440	8640
Mayo	500	200	500	1000	5000	7200	1440	8640



Junio	500	200	500	1000	5000	7200	1440	8640
Julio	500	200	500	1000	5000	7200	1440	8640
Total	3500	1400	3500	7000	35000	50400	10080	60480

Inversiones del proyecto semestral



CAPITULO VI

6.2 ESTADO DE RESULTADOS

Pronostico Financiero

El estado de resultados o llamado de pérdidas y ganancias, refleja el beneficio o la pérdida real de la operación del proyecto, al final de un período determinado, generalmente un año. El



estado de resultados incluye en primer lugar el total de ingresos provenientes de las actividades principales del ente y el costo incurrido para lograrlos.

La diferencia entre ambas cifras indica el resultado bruto o margen bruto sobre ventas que constituye un indicador clásico de la información contable. Habitualmente se calcula el resultado bruto como porcentaje de las ventas, lo que indica el margen de rentabilidad bruta con que operó la compañía.

En la siguiente tabla se muestra el estado de resultados proyectado para los 10 años, considerados en el análisis de este proyecto:

CONCEPTO 2013	UTILIDAD BRUTA	UTILIDAD OPERACIONAL	UTILIDAD ANTES DE IMP.Y PART	UTILIDAD ANTES DE IMP	UTILIDAD NETA
Ventas	\$ 30.600,00	\$ 30.338,68	\$ 30.338,68	\$ 30.122,88	\$ 22.317,16
\$ 60.600,00	(-) GTOS Administrativos		(-) 15% Participación Trabajadores	(-) 25% Impuesto a la Renta	
	\$ 10.161,32		\$ 14.015,80	\$ 7.105,72	
	(-) GTOS Ventas				
	\$ 4.000,00				

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
INVERCION PROPIA	26,245.99	30%



INVERSION FINACIADA	70,234.62	70%
INVERSION TOTAL	9648061	100%

6.3 FLUJO DE CAJA

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés cash flow) los flujos de entradas y salidas de caja efectivo, en un período dado.

El estudio del flujo de caja dentro de una empresa, puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez.

Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable.

Por lo tanto permite anticipar los saldos en dinero.

- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del valor actual neto y de la tasa interna de retorno.

Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes dentro de la evaluación del proyecto, pues los indicadores de evaluación se calcularán en base a los resultados que presente el mismo.

FLUJO DE CAJA



CONCEPTO	(-) Gastos Administrativos	(-) Gastos de Ventas	(-) Depreciación	(-) Amortización de Activos Diferidos
Año 1	2.161,32	\$ 1500	\$ 1.250,00	\$ 50,20
Año 2	1799,8	\$ 1500	\$ 1.250,00	\$ 50,20
Año 3	1799,8	\$ 1500	\$ 1.250,00	\$ 50,20
Año 4	1799,8	\$ 1500	\$ 1.250,00	\$ 50,20
Año 5	1799,8	\$ 1500	\$ 1.250,00	\$ 50,20
Año 6	1799,8	\$ 1500	\$ 1.250,00	\$ 50,20
Año 7	1799,8	\$ 1500	\$ 1.250,00	\$ 50,20
Año 8	1799,8			\$ 50,20
Ingreso				
\$ 22.317,16				

UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	(-) 15% Participación de Trabajadores	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(-) 25% de Impuesto a la Renta	DE FLUJO FONDOS PURO
---------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------	----------------------



\$ 22.317,16	\$ 18.750	\$ 15.317,16	\$ 19.000	\$ 19.000
\$ 22.317,16	\$ 18.750		\$ 19.000	
\$ 22.317,16	\$ 18.750		\$ 19.000	
\$ 22.317,16	\$ 18.750		\$ 19.000	
\$ 22.317,16	\$ 18.750		\$ 19.000	
	\$ 18.750		\$ 19.000	
	\$ 18.750		\$ 19.000	

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, Variables y los beneficios; este punto es aquel nivel de producción en el cual la organización ni gana, ni pierde; es decir el punto en el cual los costos totales se igualan a los ingresos totales.

Este análisis permite determinar el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias, estas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

Para determinar el punto de equilibrio se define matemáticamente en:

$$PE = CF_{.1} - CVT \text{ Y}$$

Donde:

CF=Costos Fijos

CV=Costos Variables

Y=Ingresos PE=32411.

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



1 - 11973

379600

PE = 33.467

Tabla 26. Datos para determinar punto de equilibrio

Precio Venta **12.600**

Costo Variable **22.973**

Costo Fijo **22.411**

Pto. Equilibrio**0**

\$ Ventas Equilibrio 33.467

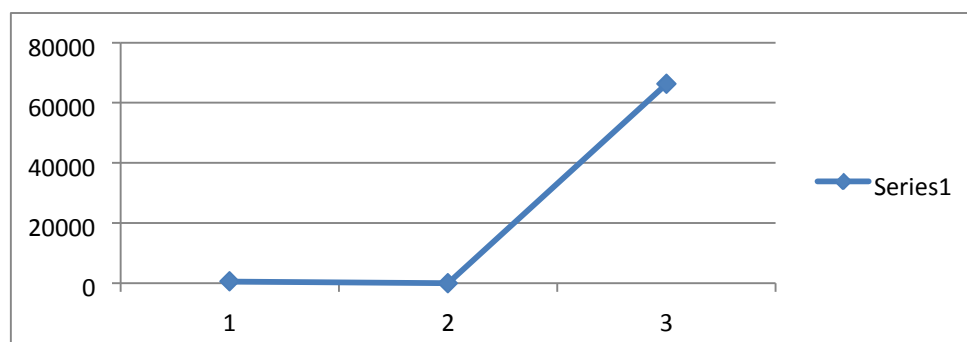
TAMAÑO	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTOS DE PREPARACION (USD)				COSTO FINANCIERO (USD)
			COSTOS DIRECTOS		COSTOS INDIRECTOS		
			Mat. prima	M.O.D			
			CV	CV	CV	CF	CF
Entradas	560	6,724	5.819,52	35.916,60	658,2	12.584,64	11.242,05
TOTAL	560	6724	5.819,52	35.916,60	658,2	12.584,64	11.242,05
			54.978,96				
			66.221,01				

RESUMEN CON GRAFICO

UNIDADES MENSUALES	Entrada	560
UNIDADES ANUALES		6,724
COSTOS DE		

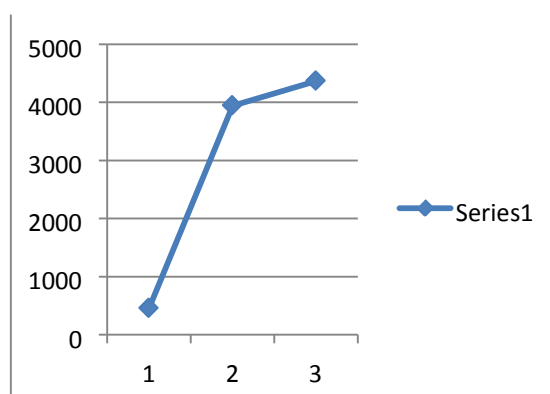


PREPARACION	66.221,01
COSTOS FINANCIEROS	11.242,05



PUNTO DE EQUILIBRIO DE LA ECONOMIA

456,99	Anual Entre semana
3940,5888	Anual Fin de semana
4366,5984	Anual Feriado



INDICADORES DE RENTABILIDAD

6.4.1 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO



Este punto es tal vez, el principal a determinar en el análisis económico. La TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento, también llamada TIMA, tasa de interés mínima aceptable o TREMA, tasa de rendimiento mínimo aceptable, se forma de:

$$\text{TMAR} = \text{inflación} + \text{tasa pasiva} + \text{Riesgo País}$$

Tabla 25. TMAR

TASA DE DESCUENTO	
TMAR	
Inflación	4.31
Tasa Pasiva	4.87
Riesgo País	12.00
TMAR	21.18

6.4.2 VALOR ACTUAL NETO

Este método se define como “el valor que tienen en la actualidad los diferentes flujos de fondos de un proyecto” (MARIÑO, 2001: 155). Para ello lo que se hace es, traer a valor presente a todos los flujos mensuales futuros, en base a una tasa de descuento y se los suma. Adicionalmente, se debe incluir a todos estos flujos, el valor de la inversión inicial y el valor de rescate.

Si el VAN es positivo, el proyecto debe ser aceptado, y si es negativo, debe ser rechazado. 114

$$\begin{aligned} \text{VAN} = & -I + \frac{\text{FC}_1}{(1+r)} \\ & + \frac{\text{FC}_2}{(1+r)^2} \\ & + \dots \\ & + \frac{\text{FC}_n}{(1+r)^n} \end{aligned}$$



$$\frac{1}{(1+r)^1}$$

$$\frac{(1+r)^2}{(1+r)^2}$$

$$(1+r)$$

n En donde:

I = Inversión inicial

FC = Flujo de caja n

= Número de años r

= Tasa de descuento

VAN = -

$$\frac{22.400 + 22.400 + 22.400}{(1+0.2118)^1}$$

$$\frac{22.400}{(1+0.2118)^2}$$

$$\frac{22.400}{(1+0.2118)^3}$$

$$\frac{1}{(1+0.2118)^4}$$

$$\frac{(1+0.2118)^3}{(1+0.2118)^3}$$

$$\frac{(1+0.2118)^2}{(1+0.2118)^2}$$

$$\frac{(1+0.2118)}{(1+0.2118)^4}$$

$$\frac{(1+0.211)}{(1+0.211)^5}$$

$$\frac{(1+0.2118)}{(1+0.2118)^6}$$

$$\frac{(1+0.2118)}{(1+0.2118)^7}$$



$$\frac{(1+0.2118)}{9}$$

$$\frac{(1+0.211)^8}{10}$$

$$\frac{(1+0.2118)}{10}$$

VAN = \$40.000

Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo mayor que cero, el proyecto es rentable.

6.4.3 TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno es “la tasa de descuento que equipara el valor presente de las entradas de efectivo con la inversión inicial de un proyecto”. (MARÍÑO, 2001; 155).

$$I = FNE_1 + FNE_2 + \dots + FNE_n$$

$$\frac{(1+i)}{1} + \frac{(1+i)}{2} + \frac{(1+i)}{n} + \frac{(1+i)}{1(1+i)}$$

$$\frac{2}{115} + \frac{3}{115}$$

$$373416.53 + 450080.55 + 541827.17 + 652223.35 +$$

$$\frac{(1+i)}{4} + \frac{(1+i)}{5}$$

$$\frac{4}{115} + \frac{5}{115}$$

$$\frac{(1+i)}{4} + \frac{(1+i)}{5}$$



6	7	
784698.77	943669.27	1134433.88
(1+i)	(1+i)	(1+i)
8	9	10

$$I = 0.47\%$$

$$TIR = 47\%$$

6.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este método es muy importante como indicador cuando el inversionista desea conoceren qué tiempo podrá recuperar su dinero invertido, este criterio permite determinar el tiempo que transcurre hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión igualen a su costo durante la vida útil del proyecto.

El cálculo del PRI se puede obtener con una suma aritmética acumulada de los flujos esperados descontados al costo de oportunidad de la inversión:

Se suman los periodos hasta sumar la inversión total, se toma el periodo anterior al de la recuperación y se le resta el periodo inicial, el resultado se le divide con el posterior al de la recuperación total este resultado se le suma al del periodo de recuperación dándonos una recuperación en **3 años 11 meses y 12 días**.

6.7 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Para este caso, la Relación Costo-Beneficio que se obtiene al implementar este proyecto es de **\$1.26 dólares**, es decir, sí se obtiene una rentabilidad con la puesta en marcha del mencionado proyecto.

Por cada dólar invertido se obtiene \$0.26 centavos de dólar de ganancia.

6.8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD



En el cuadro anterior se aprecian las principales diferencias que se pueden dar en los indicadores financieros del proyecto, tomando en cuenta las variaciones de los precios de los productos; así por ejemplo, para el escenario optimista se tomó en cuenta un incremento del 20% en los precios del servicio, en cambio para el escenario pesimista se tomó en consideración una reducción del 27% en los precios, pues es de vital importancia considerar que los precios de los servicios pueden variar por los problemas económicos del país.

EVALUACION ECONOMICO FINANCIERA

INTRODUCCIÓN

La evaluación financiera permite determinar la viabilidad o no del estudio que se ha venido realizando. Los datos que se registran en este capítulo necesitan ser verificados con los registrados en capítulos anteriores para evitar un cruce de información. Estos datos deben adaptarse a la realidad de cada estudio.

OBJETIVO DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

- Determinar la factibilidad del proyecto

APLICACIÓN DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Dentro de los criterios que el servicio hotelero tomará en cuenta para la evaluación económico-financiera se tienen el Flujo Operacional y el Flujo Neto de Caja, en el primer caso se utilizarán especialmente datos de ingresos y egresos operacionales de efectivo restando la participación laboral e impuesto a la renta.

Para el segundo caso se utilizará especialmente la utilidad operacional restando la participación laboral y el impuesto a la renta.

Dentro de estos criterios de evaluación se tomará en cuenta las siguientes características:

ESTIMACIÓN DE INGRESOS

LOS SERVICIOS DE MOTELES EN LA CULTURA ECUATORIANA. DISEÑO DE UN MOTEL EN LA PARROQUIA DE OYACOTO.



La estimación de ingresos permitirá establecer los planes en los que se optimicen los ingresos y se administre en forma efectiva.

Los ingresos además permiten establecer junto con los costos la utilidad que generará la nueva unidad productiva.

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS

EN UNIDADES DE PRODUCTO

INGRESOS TOTALES	PRESUPUESTO DE INGRESOS
282.500	USD \$30.000

El volumen estimado de ventas está determinado de acuerdo a una capacidad instalada máxima obtenida:

Por concepto de alojamiento se estima que se hospedarán unas 9.500 personas en temporada alta como en temporada baja, de igual manera por el concepto del consumo del servicio de Restaurante, se estimó que al menos unas 7.000 personas visiten estos sitios.

Los precios de cada servicio que ofrecerá el hotel, están establecidos de acuerdo a un gasto diario por persona.

ANALISIS DE IMPACTOS

Impacto Ambiental.

Un Estudio de Impacto Ambiental es el documento que hacen los técnicos identificando los impactos, la posibilidad de corregirlos, los efectos que producirán, etc. Debe ser lo más objetivo posible, sin interpretaciones ni valoraciones, sino recogiendo datos.



Es un estudio multidisciplinario por lo que tiene que fijarse en cómo afectará al clima, suelo, agua; conocer la naturaleza que se va a ver afectada: plantas, animales, ecosistemas; los valores culturales o históricos, etc.; analizar la legislación que afecta al proyecto; ver cómo afectará a las actividades humanas: agricultura, empleo, calidad de vida, etc.

Análisis Financiero.

Es un método para establecer las consecuencias financieras de las decisiones de negocios, aplicando diversas técnicas que permiten seleccionar la información relevante, realizar mediciones y establecer conclusiones.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión. Uno debe de investigar a la empresa, el entorno y la competencia. Porque debemos de conocer el desenvolvimiento de la empresa en el tiempo de funcionamiento, examinar su trayectoria las fortalezas de sus productos, las debilidades si existen, etc.

Todo esto se requiere para pronosticar o proyectar a la empresa en un escenario de por lo menos de cinco a diez años.

Análisis Económico

La microempresa comercializadora, beneficiará económicamente a varios entes, por un lado a los propietarios y por otra parte a las personas que visiten el lugar otorgándoles buenos productos a los clientes, la microempresa podrá cubrir todas sus obligaciones, es por eso que se dice que tendrá una liquidez positiva.



- ✓ Este tipo de proyecto involucra la contratación de personal calificado y no calificado, la misma que tendrá la capacitación respectiva durante todo el proceso de arranque del proyecto.
- ✓ Las utilidades generadas por el proyecto estarán destinadas directamente en gran parte a la reinversión, en la ampliación de la microempresa; sea esta en equipos, infraestructura u otra inversión que baya en beneficio del crecimiento de la microempresa.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La sociedad de la época contemporánea exige de nuevos empresas dedicadas a este corte de negocio, y como pudimos ver en la investigación es totalmente factible la implementación de este tipo de negocios como fuente de empleo y generación del mismo.



- La realidad actual del país nos da para realizar nuevos proyectos de empresa o de microempresa y la sociedad en la que vivimos, el entorno y demás factores que influyen en el desarrollo del proyecto indican que la parroquia de Oyacoto es el lugar ideal por su ubicación geográfica para el desarrollo de este negocio.
- La estabilidad política y social de la que goza el país en los actuales momentos lo convierten en una oportunidad que debe ser aprovechada para la generación de nuevas fuentes de empleo, como es el caso del motel, idea que correctamente estructurada y pulida se convertirá un eje productivo de la parroquia de Oyacoto.

Recomendaciones

- Como principal recomendación sugiero que se cree un fondo entre los estudiantes que permita la socialización de proyectos para su posterior ejecución, ya que como pudimos apreciar en la investigación es totalmente factible el desarrollo de este tipo de proyectos en beneficio de la sociedad.
- Como principal recomendación se propone la creación de grupos avalados por el municipio y específicamente por Conquito los cuales ayuden de cierta manera a la clarificación de los proyectos propuestos en el instituto, crear una alianza seria excelente en aras del beneficio del estudiantado.



- Se recomienda también la implementación de semilleros dentro de la institución que permitan ir ejecutando proyectos reales desde primer nivel, para que en niveles más avanzados se puedan generar proyectos de mayor envergadura que pueda tributar al desarrollo de los estudiantes del instituto.
- La empresa que comenzará a funcionar, deberá ser un ejemplo de productividad a través de la correcta aplicación de marketing y de la asistencia de estrategias de comercialización como son: estrategias de promoción, estrategias del producto y servicio, estrategias de plaza y de precios.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.google.com.ec/search?q=objetos+de+motel>

[http://www.slideshare.net/RaulinoR/aspecto-social-economico-politico-y-cultural-](http://www.slideshare.net/RaulinoR/aspecto-social-economico-politico-y-cultural-delecuador)

<http://institutodelaciudad.com.ec/Documentos>

<http://repositorio.usfq.edu.ec>

http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador <http://www.quito.com.ec/parroquias>

<http://www.eruditios.net/> <http://institutodelaciudad.com.ec/Documentos>

<http://www.google.com.ec/search?q=motel>

<http://www.google.com.ec/search?q=objetos>

<http://www.google.com.ec/search?q=estaciones>



<http://www.google.com.ec/search?q=hoteles>

http://www.google.com.ec/search?q=historias_de_moteles

http://www.google.com.ec/search?q=documentos_historia

<http://www.google.com.ec/search?q=objetos+de+motel>

<http://www.slideshare.net/RaulinoR/ecuador-economico-politico-y-cultural-del-ecuador>

<http://www.slideshare.net/RaulinoR/ecuador-moteles-ecuador>

<http://www.slideshare.net/RaulinoR/ecuador-hoteles-ecuador>

http://www.slideshare.net/RaulinoR/ecuador-quito-oyacoto_nuevasnormas

http://www.slideshare.net/RaulinoR/objetos_moteles_ecuador

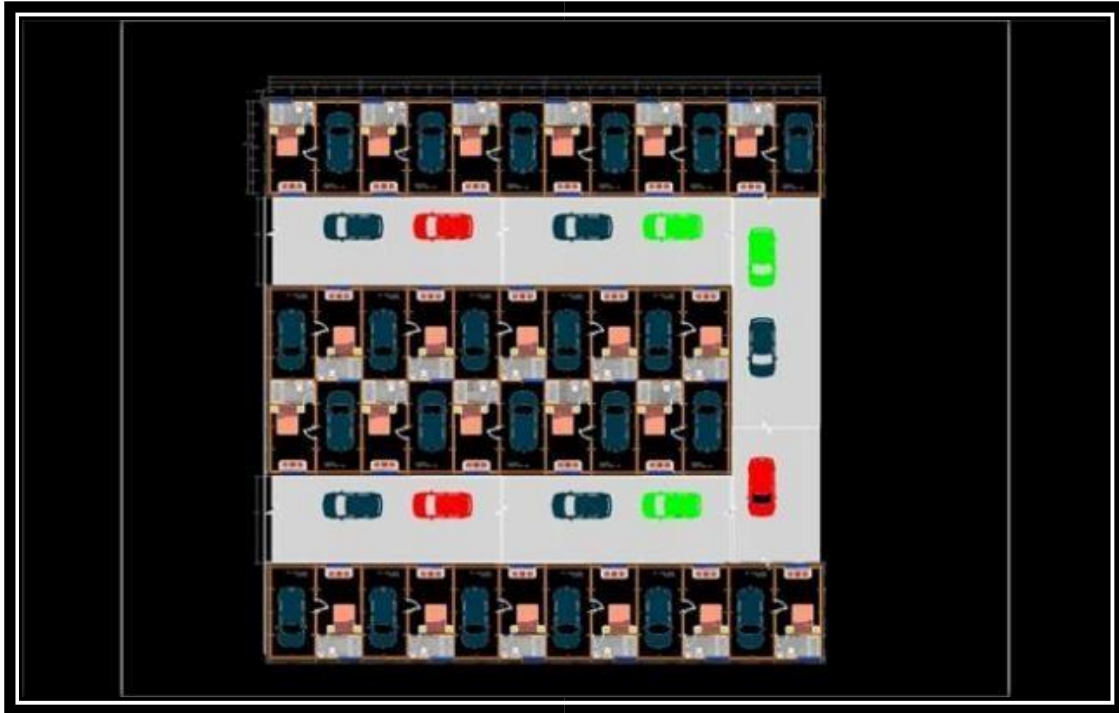
<http://www.slideshare.net/RaulinoR/ecuador-habitaciones>

ANEXOS

1.



2.



4.



5.



6.



7.



8.

