



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL

Previa a la obtención del grado de

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE CAPACITACIÓN PARA ESTABLECIMIENTOS
HOTELEROS EN LA CIUDAD DE PUYO

Elaborado por:

Aracely Cecibel Pucuna Chango

Director/a del Proyecto de Titulación:

Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs.

Guayaquil, diciembre de 2012

AGRADECIMIENTO

Un sincero agradecimiento hacia aquellas personas que con su ayuda desinteresada colaboraron de una u otra forma en la realización de este proyecto de investigación, a mi tutora por ser no solo una excelente directora sino también consejera en la realización de este proyecto, especialmente a toda mi familia por ser un apoyo económico y sentimental.

Para todos ustedes unas sinceras gracias.

DEDICATORIA

Primeramente a Dios y a mi Divino Niño Jesús por las bendiciones derramadas en cada paso que doy e iluminando mi vida.

A mis padres Martha y Néstor por ser el pilar fundamental en mi vida y en lo que he logrado con el paso de los años, en lo profesional como en lo personal motivándome a continuar esforzándome, a mi hermano Cristian por enseñarme que la vida es de retos que hay que saber cumplirlos a cabalidad, a mi prometido Herbert por que ha estado junto a mí en esta etapa brindándome su comprensión y paciencia.

Finalmente a mi hijo Kurt Emiliano que desde su llegada a este mundo me ha enseñado lo valiosa e importante que es la palabra MAMÁ y por él me esfuerzo para culminar con éxito mis metas.

Este logro es para ustedes



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante PUCUNA CHANGO ARACELY CECIBEL como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**.

Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS

Lcda. Grace Mogollón Claudett, Mgs

REVISOR DE CONTENIDO:

Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Aracely Cecibel Pucuna Chango

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros en la Ciudad de Puyo”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

LA AUTORA

Aracely Cecibel Pucuna Chango



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

AUTORIZACIÓN

Aracely Cecibel Pucuna Chango

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros en la Ciudad de Puyo", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

LA AUTORA

Aracely Cecibel Pucuna Chango

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación realizada para un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de capacitación para establecimientos hoteleros en la ciudad de Puyo, mediante un estudio de mercado permitió determinar la necesidad existente de capacitar al personal que trabaja en la rama hotelera, del mismo modo pudiendo conocer que el proyecto es viable, debido a la acogida que tendría, al ser CAHO S.A. la primera empresa privada dedica a este tipo de servicios.

Se realizó investigaciones teórica-conceptuales que permitieron conocer cómo ha sido la historia alrededor del servicio de hotelería, cuál ha sido su fundamentación al abrirlos, trayectoria y servicios brindados, y con ello conocer a su vez lo que a nivel de capacitación se ha hecho hasta ahora.

Basados en el marketing de redes sociales, promociones, Marketing de boca a boca, entre otras, serán unas de las tácticas que se emplearán para lograr el contrato de servicios.

La empresa estaría ubicada en un lugar estratégico y fácil de llegar, compuesta por personal calificado para su puesto de trabajo, contando con un Gerente General, Capacitador, Ventas, y una Recepción.

Logrando de este modo cubrir necesidades, reforzar conocimientos y beneficiar al sector hotelero de la ciudad de Puyo, permitiendo que los huéspedes se sientan importantes mientras dure su estadía en el establecimiento de su preferencia.

La inversión para el proyecto será de \$ 10 006,91 dólares, monto que será recuperado en un lapso de tiempo de un año tres meses aproximadamente, la inversión que es requerida será repartida en activos fijos, activos diferidos y capital humano, financiada por socios que aportarán el 30% y por la Corporación Financiera Nacional con el 70% a cinco años.

Obteniéndose el Valor Actual Neto \$ 14 371,89; la Tasa Interna de Retorno 51 %, por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrán ganancias de \$ 1,44 dólares de tal manera que la recuperación de la inversión se logrará en el tiempo estimado menor a dos años.

ABSTRACT

The research carried out a feasibility study for the creation of a company training establishment for hoteliers in the city of Puyo, through market research has allowed us to determine the need for training the staff working in the hotel sector, in the same way being able to learn that the project is feasible, due to the reception that would have to be CAHO S.A., the first private company dedicated to this type of service.

Research is carried out theoretical-conceptual that allowed knowing as has been the history around the hotel service, which has been their foundation to open them, trajectory, and services offered, and with this understanding in turn what level of training has been done so far.

Based on the marketing of social networks, promotions, worth of mouth marketing, among others, will be one of the tactics that will be used to achieve the service contract.

The company would be located in a strategic place and easy to reach, composed of qualified personnel to their jobs, with a General Manager, a Trainer, a Sales person, and a Receptionist.

Thereby achieving cover needs, enhance knowledge and benefit the hotel industry in the city of Puyo, allowing guests feel important during their stay in the hotel of your choice.

The investment for this project is \$ 10 006,91 U.S. dollars, amount which will be recovered in a time span of two years approximately, the investment that is required will be distributed in fixed assets, deferred tax assets and human capital, funded by partners that will provide the 30% and by the National Financial Corporation with 70% to five years.

Obtaining the Net Present Value \$ \$ 14 371,89 U.S. the Internal Rate of Return 51 per cent for every dollar invested in the project will provide a profit of \$ 1,44 U.S. dollars in such a way that the recovery of the investment will be achieved within the estimated time

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	20
1. Definición del Tema	20
2. Antecedentes	20
3. Planteamiento del Problema.....	21
4. Formulación del problema	23
5. Justificación de la investigación	23
6. Objetivos	24
6.1. Objetivo General.....	24
6.2. Objetivos Específicos.....	24

CAPITULO I

INDUSTRIA DEL TURISMO Y HOTELERÍA

1.1 Definiciones de Turismo.....	25
1.2 Origen del Turismo y la Hotelería	27
1.3 Clasificación Hotelera.....	27
1.4 Definición de Hotelería y/o Alojamientos Turísticos	28
1.5 Calificación de Establecimiento Hoteleros	29
1.6 Infraestructura Hotelera en Puyo	31
1.7 Temporadas y Tarifas.....	34
1.8 Modelo de organización en establecimientos hoteleros de Puyo	35

CAPITULO II

CAPACITACIONES

2.1 Definición de Capacitación.....	36
2.2 Objetivos de las capacitaciones.....	38
2.3 Evaluación de necesidades de capacitación	38
2.4 Tipo de capacitaciones	39

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. Instrumentos de Recolección de Datos	44
3.1.1. Revisión documental.....	45

3.1.2.	Estudio de Campo	46
3.2.	Técnicas de recolección de datos	47
3.2.1.	Encuestas.....	47
3.2.1.1.	Población.....	48
3.2.1.2.	Tamaño de la Muestra.....	49
3.2.2.	Entrevistas.....	51
3.3.	Tipo de muestreo a utilizar.....	52
3.4.	Recopilación de Datos	52
3.5.	Análisis de Datos	53
3.5.1.	Presentación de Resultados de Encuestas a Turistas.....	53
3.5.2.	Presentación de Resultados de Encuestas a Empleados de Establecimientos Hoteleros.....	68
3.5.3	Presentación de Entrevistas.....	87
5.5.3.1	Entrevista realizada al Señor Edgar Castro.....	87
3.5.3.2	Entrevista realizada al Señor Martín Pérez	89
3.5.3.3	Entrevista realizada a la Señora Carmita Herrera	92
3.5.3.4	Entrevista realizada a la Señora Maura Coloma	95

CAPITULO IV

PLAN DE MARKETING

4.1.	Análisis Situacional del Mercado	97
4.2	Análisis del Macro Ambiente	99
4.2.1	Análisis PEST	99
4.2.1.1.	Factor Económico	99
4.2.1.2	Factor Social	102
4.2.1.3	Factor Político.....	104
4.2.1.4	Factor Tecnológico	105
4.3	Análisis Microambiente	106
4.3.1	Análisis PORTER	106
4.3.1.1	Rivalidad entre los Competidores	107
4.3.1.2	Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores	108
4.3.1.3	Amenaza de Productos / Servicios Sustitutivos	109
4.3.1.4	Poder de Negociación de los Proveedores	110
4.3.1.5	Poder de Negociación de los Clientes.....	110
4.4	Análisis FODA.....	111

4.4.1	Fortalezas	111
4.4.2	Oportunidades	112
4.4.3	Debilidades	112
4.4.4	Amenazas	112
4.5	Factores Críticos del Éxito	112
4.6	Estrategias de Marketing.....	113
4.6.1	Objetivos de Marketing.....	113
4.6.2	Segmentación del Mercado	113
4.6.3	Análisis y Descripción del Mercado Meta	114
4.6.4	Posicionamiento	114
4.6.5	Productos y/o servicios que ofrece.....	115
4.6.6	Descripción del Servicio	115
4.6.7	Capacitación Abierta.....	115
4.7	Estrategias de Marketing Mix	116
4.7.1	Producto	116
4.7.1.1	Inducción ha Puesto de Trabajo	116
4.7.1.2	Capacitación de Servicio de Alojamiento	117
4.7.1.3	Capacitación de Desarrollo personal y laboral.....	118
4.7.1.4	Capacitación para personal de Ama de Llaves	118
4.7.1.5	Capacitación de Mantenimiento y Limpieza.....	119
4.7.1.6	Capacitación para personal de Recepción.....	120
4.7.1.7	Manejo de Alimentos y Bebidas	120
4.7.1.8	Marketin Hotelero.....	121
4.7.1.9	Liderazgo Gerencial.....	122
4.7.2	Precio	122
4.7.3	Plaza.....	123
4.7.4	Promoción.....	124

CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

5.1	Tipo de Empresa que se constituirá	125
5.2	Requisitos para Constitución Legal de la Empresa.....	126
5.3	Normativas Internacionales.....	128
5.3.1	ISO 9001	128
5.3.2	ISO 14001	129
5.4	Razón Social	129
5.5	Slogan	129
5.6	Visión.....	130
5.7	Misión.....	130
5.8	Valores Empresariales.....	130
5.9	Objetivos Empresariales	131
5.9.1.	Objetivo General.....	131
5.9.2.	Objetivos Específicos.....	131
5.10	Distribución Física del Espacio a Utilizar.....	131
5.11	Jornada Laboral.....	132
5.12	Jerarquía Organizacional.....	132
5.13	Socios y/o Accionistas	133
5.14	Funciones y perfil de empleados de CAHO S.A.....	134
5.14.1	Gerente General	134
5.14.2	Capacitador	135
5.14.3	Ventas	136
5.14.4	Recepción.....	137

CAPITULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

6.1	Análisis Económico Financiero	139
6.2	Inversión	139
6.2.1	Activos Fijos	140
6.2.2	Activos Diferidos	143
6.3	Inversión Inicial	144
6.4	Amortización del Préstamo	146
6.5	Balance Inicial	147

6.6	Proyecciones de Ingresos	148
6.7	Sueldo de Empleados de CAHO S.A.....	150
6.8	Costo de Producción	150
6.9	Depreciación y Amortización	151
6.10	Gastos Generales.....	152
6.11	Estado de Pérdida y Ganancia.....	152
6.12	Flujo de Caja Anual	153
6.13	Evaluación Financiera.....	153
6.14	Balance General	154
6.15	Punto de Equilibrio	154
6.16	Análisis de Rentabilidad del Proyecto	154
6.17	Análisis de Escenarios de Inversión.....	155
CONCLUSIONES		157
RECOMENDACIONES.....		158
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

Índice de Tablas

Tabla 1.01 Calificación de Establecimientos de Alojamiento	30
Tabla 1.02 Infraestructura Hotelera de la ciudad de Puyo	32
Tabla 2.01 Método de Diagnóstico de Necesidades	39
Tabla 2.02 Tipo de Capacitaciones	40
Tabla 3.01. Número de habitantes de la ciudad de Puyo por rango de edades	48
Tabla 4.01 Cambios Económicos.....	100
Tabla 4.02 Entrada de Extranjeros 2012.....	100
Tabla 6.01 Mobiliario de Oficinas	140
Tabla 6.02 Mobiliario para Aulas de Capacitaciones	141
Tabla 6.03 Mobiliario para Área de Recepción	141
Tabla 6.04 Equipos y Enseres de Cafetería.....	142
Tabla 6.05 Equipos y Enseres para Aulas de Capacitación	142
Tabla 6.06 Enseres Varios	142
Tabla 6.07. Equipos de Computación	143
Tabla 6.08. Gastos de Pre pagados	143
Tabla 6.09 Inversión en Gasto de Pre Operación.....	144
Tabla 6.10 Resumen de Inversión Inicial.....	145
Tabla 6.11 Tabla de Amortización del Préstamo.....	146
Tabla 6.12 Amortización Anual del Préstamo	147
Tabla 6.13 Balance Inicial de CAHO S.A.	147
Tabla 6.14. Costo de cursos	148
Tabla 6.14. Proyección Anual de Precios y Cantidades.....	149
Tabla 6.15. Proyección anual de Ingresos.....	149
Tabla 6.16 Proyección Anual de Gastos Generales	152
Tabla 6.17. Análisis de Rentabilidad del Proyecto	155

Índice de Gráficos

CAPITULO I

Gráfico 1.01 Clasificación de Alojamiento Hotelero.....	28
Gráfico 1.02 Clasificación de Alojamiento Extra hotelero o No Hotelero	29
Gráfico 1.03 Tipo de Servicio de Hospedaje y Alimentación	31

CAPITULO II

Gráfico 2.01 Departamentos Capacitador por Empresa Valores Integrados	40
Gráfico 2.02 Relación Servicio y Capacitación	41

CAPITULO III

Gráfico 3.01 Edad	54
Gráfico 3.02 Sexo	55
Gráfico 3.03 Ciudad de Residencia.....	56
Gráfico 3.04 ¿Con qué frecuencia viaja a la ciudad de Puyo?.....	57
Gráfico 3.05 Cuando viaja a la ciudad de Puyo, usted se hospeda en:	58
Gráfico 3.06 Indique el nombre del Establecimiento.....	59
Gráfico 3.07 ¿Cuál es la característica principal que usted escogió al momento de elegir un alojamiento?.....	61
Gráfico 3.08 El tiempo promedio que dura su estadía es de:.....	62
Gráfico 3.09 ¿Cómo calificaría su estadía?	63
Gráfico 3.10 Mientras estuvo hospedado, cuáles fueron los servicios adicionales que el Establecimiento Hoteleros puso a su conocimiento?.....	64
Gráfico 3.11 ¿El monto que pagó por su estadía estuvo acorde al servicio que usted Recibió?.....	65
Gráfico 3.12. El valor que canceló por su estancia fue de:	65
Gráfico 3.13. La atención brindada fue:.....	66
Gráfico 3.14. ¿Cree que los empleados del establecimiento están familiarizados con una cultura de servicio al cliente?.....	66
Gráfico 3.15. ¿Cree usted que los empleados se encuentran motivados en su puesto de trabajo?.....	67
Gráfico 3.16. Deberían los empleados del establecimiento hotelero recibir capacitaciones... ..	67

Gráfico 3.17. Si pudiera recomendar una mejora para el establecimiento cuál sería.....	68
Gráfico 3.18. Edad	69
Gráfico 3.19 Sexo	70
Gráfico 3.20 Nombre del establecimiento en que labora actualmente.....	71
Gráfico 3.21 ¿Cuántos años se encuentra trabajando en el establecimiento?	73
Gráfico 3.22 ¿Qué cargo desempeña?.....	75
Gráfico 3.23 Nivel de Educación.....	77
Gráfico 3.24 Su horario de trabajo.....	78
Gráfico 3.25 ¿Se siente conforme con el trabajo realizado?	78
Gráfico 3.26 ¿Cuántos días libres le son otorgados	79
Gráfico 3.27 ¿Actualmente se encuentra afiliado al Instituto Ecuatorianos de Seguridad Social - IESS?	79
Gráfico 3.28 ¿Cuándo ingresó a trabajar recibió inducción para el puesto otorgado?.....	80
Gráfico 3.29 ¿Qué tiempo tuvo de duración la inducción?.....	81
Gráfico 3.30 ¿Cree usted que las capacitaciones son necesarias para su área de trabajo? 81	
Gráfico 3.31 ¿Se han impartido capacitaciones que sean relevantes a su puesto de trabajo?.....	82
Gráfico 3.32 ¿Para las capacitaciones se destinaron días específicos previo aviso por parte de su jefe inmediato?.....	82
Gráfico 3.33 ¿Las capacitaciones se ajustaron a su horario de trabajo?	83
Gráfico 3.34 ¿Después de la capacitación, ha visto cambios en el ambiente laborar con las nuevas actividades?.....	83
Gráfico 3.35 ¿Ha podido implementar los nuevos temas conocidos en sus actividades laborales?	84
Gráfico 3.36 ¿En el caso de tener la oportunidad de recibir una capacitación ¿cuál de las opciones sería de su mayor interés?.....	85
Gráfico 3.37 En caso de asistir a una capacitación, prefiere que se la realice:	86
Gráfico 3.38 ¿Cuántas horas diarias tendría disponible para recibir una capacitación? ...	86

CAPITULO IV

Gráfico 4.01. Gastos de Inversión de Empresas en Pastaza.....	98
Gráfico 4.02. Estadísticas de Ocupación Laboral	102
Gráfico 4.03. Población Total y Tasa de Crecimiento	103
Gráfico 4.04 Presentación de OfiHotel – Software Hotelero.....	105
Gráfico 4.05 Presentación de Mecalux Easy WMS	106
Gráfico 4.06. Análisis PORTER.....	107

CAPITULO V

Gráfico 5.01. Organigrama de Jerarquías	132
Gráfico 5.02. Aportaciones de Socios.....	133
Gráfico 5.03. Perfil y Funciones de Gerente General	134
Gráfico 5.04. Perfil y Funciones de Capacitador	135
Gráfico 5.05. Perfil y Funciones de Personal de Ventas.....	136
Gráfico 5.06. Perfil y Funciones de Personal de Recepción	137

INTRODUCCIÓN

1. Definición del Tema

Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros en la ciudad de Puyo.

2. Antecedentes

La presente investigación tiene como propósito demostrar que así como en Ecuador el turismo y la hotelería se encuentra en un período de auge, también la capacitación profesional y el desarrollo personal de los empleados de establecimientos hoteleros se ven en la necesidad de extender sus conocimientos.

Naciendo así la idea de la factibilidad de una empresa que brinde el servicio de capacitar profesionalmente en el ámbito del hospedaje y con cursos que sean para empleados de establecimientos hoteleros.

De este modo se conseguirá crear una conciencia de atender al huésped de una manera pronta y cordial mientras se encuentre dentro de las instalaciones, ya que está pagando por un servicio, logrando de este modo disminuir el margen de errores que se comenten a diario en dichas instalaciones por falta de conocimiento.

Es así que en fechas importantes para esta ciudad como: Febrero – Carnavales, Agosto mes del turismo, Mayo - Fiestas de Fundación, Noviembre Fiestas de Cantonización; es cuando el incremento de turistas es notorio, haciendo evidente la necesidad de empleados que comentan la menor cantidad posible de errores.

El lugar escogido para la investigación a realizar es la ciudad de Puyo por ser considerado por sus oriundos como “Ciudad Canela” o “Puerta de entrada al corazón de la Amazonia”. Como informa el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza (2011) *“Puyo fue fundada el 12 de Mayo de 1899, cuenta con una extensión de 87,64 km², su temperatura oscila entre los 18° y 33°C; siendo sus principales actividades el turismo, agricultura y artesanías.”*

Teniendo presente que el turismo se encuentra entre las actividades de mayor relevancia que se realizan en Puyo, es de gran importancia que se posea un perfil de profesionales hoteleros en todo lo concerniente a sus labores a realizar.

Así mismo, según información obtenida por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza (2011) *“el índice de crecimiento anual es del 3,5 %, convirtiéndose en la tercera ciudad de mayor densidad poblacional de Ecuador, después de Galápagos y Santo Domingo”*

Esto se resume a los resultados obtenidos del último censo realizado por el INEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador en el año 2010, Puyo tenía un total de 40 009 habitantes, si tomamos en cuenta su crecimiento anual del 3,5 % para fines del año 2012 se tendría un total aproximado de 42 809 habitantes, dividiendo número de personas para los 87,64 km² con los que cuenta la ciudad, se obtendría un aproximado de 472 habitantes por km².

Económicamente su gente busca la manera de generar mayores ingresos trabajando desde ocupaciones elementales como son: asistentes domésticos, limpiadores o agropecuarios; hasta desempeñar puestos administrativos en empresas públicas o privadas

3. Planteamiento del Problema

El turismo es un fenómeno que ha evolucionado satisfactoriamente a lo largo de los años y que ha permitido la creación de nuevas plazas de trabajo, es por eso que entre cañas de azúcar, arte, gastronomía y amabilidad de su gente, la ciudad de Puyo se ha convertido en la puerta de entrada para aquellos visitantes que llegan en busca de nuevos atractivos que únicamente pueden ser observados en la Amazonia Ecuatoriana.

Conociendo de antemano que el turismo ha beneficiado a la rama de la hotelería, siendo esta el encargado de brindar un servicio de alojamiento que es prestado a través de establecimientos hoteleros, este servicio se enfrenta día a día a un consumidor más exigente, hecho que obliga a ofrecer una mejor calidad y ser mayormente competitivos.

Para ayudar a esta problemática se relacionará lo teórico con lo práctico, la tecnología con la experiencia de profesionales de la rama hotelera, las ganas de superación se conseguirá en un futuro constituir “CAHO” S.A. una empresa dedicada a la capacitación hotelera; instruyendo profesionalmente en todo lo concerniente a informática, relaciones humanas, manejo de programas, bases de hotelería teórico-prácticas, entre otros.

La ciudad escogida para este proyecto de investigación es la ciudad de Puyo, capital de la provincia de Pastaza; que se encuentra ubicada al noreste de Ecuador, a cinco horas de Quito en bus y una hora en avioneta; contando con carreteras de primer orden.

Esta ciudad se ha caracterizado por poseer desde piscinas artificiales en forma de dique, pasando por zoo criaderos de animales silvestres, Parque etno botánico hasta el primer Parque Acuático del Oriente llamado “Morete Puyu” y por ser principalmente la puerta de ingreso a la amazonia y sus atractivos; demostrando que en fechas importantes y feriados es una de las principales opciones para ser visitada por las provincias vecinas de Tungurahua, Napo, Chimborazo, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.

Se conoce que según Estudiantes de Turismo de la Escuela Politécnica Ecológica Amazónica de Puyo (2004) *“más de quince mil personas llegaron a esta provincia por feriado del Día de los difuntos”*. Provocando que la demanda de servicios e infraestructura aumente significativamente haciendo indispensable el contar con personal calificado para brindar un servicio a los huéspedes.

Actualmente en Perú, la empresa Valores Integrados realizada capacitaciones basado en las relaciones interpersonales y la comunicación efectiva siendo el generador del éxito en la hotelería; bajo esta referencia y conociendo que en el *“Ministerio de Turismo de Pastaza, las personas que recurren a los seminarios deben esperar un lapso de tiempo de cuatro a seis meses para optar por un cupo cuyo periodo de entrenamiento es de 40 horas y se tratan temas generales del turismo”* Cevallos, R. (2012).

Dicho esto, el presente trabajo pretende apuntar a solucionar una problemática existente ya que la demanda es cada vez mayor y afecta directamente al servicio que se brinda en los establecimientos hoteleros, que por falta de contratación de personal capacitado y competente no logran satisfacer las necesidades de estos servicios que se muestran más competitivos.

4. Formulación del problema

¿De qué manera la creación de la empresa de capacitación CAHO S.A. en la rama hotelera en la ciudad de Puyo mejorará el servicio que hoy se brinda a la ciudadanía?

5. Justificación de la investigación

Con el pasar del tiempo las instalaciones hoteleras provincias que conforman Ecuador se han visto en la necesidad de renovar parte de sus instalaciones, llamando la atención de los turistas nacionales y extranjeros que buscan un lugar donde alojarse, provocando que propietarios o gerentes de hoteles sean más rigurosos al momento de contratar a su personal.

Poniendo entre los requerimientos para ser contratados, que tengan un conocimiento sobre lo que es y lo que implica trabajar dentro de la rama de la hotelería, saber manejar la presión del trabajo generado en fechas que el turismo demandante sea mayor en comparación con el día a día.

Es aquí donde nace la motivación para este proyecto al observar en Puyo durante varios años el poco interés por parte de empleadores o propietarios en buscar una adecuada capacitación para sus empleados que ayuden a enriquecer los conocimientos del personal con el que laboran, por creer que es una inversión que se verá reflejada a largo plazo y con muy poco frutos económicos.

Es de muy poco conocimiento la importancia que tiene capacitarse, el empleado entre en un proceso de formación intelectual y de conocimientos para poder comenzar a realizar trabajos de mayor complejidad y que requieran más atención, además va de la mano con el desarrollo personal para poder tomar decisiones sobre sus acciones dentro y fuera de su lugar de trabajo.

Entre las de beneficio empresarial podemos nombrar algunas como el generar actitudes positivas disminuyendo la tensión laboral, aumentar el grado de rentabilidad y mejorar la imagen proyecta hacia el huésped.

Entre las de beneficio personal podemos nombrar algunas como confianza y desarrollo, cumplimiento de metas, eliminación de temores que aquejan su producción.

6. Objetivos

6.1. Objetivo General

Conocer la factibilidad para la creación de una empresa de capacitación a la rama de la hotelería en la ciudad de Puyo, mediante un estudio de mercado.

6.2. Objetivos Específicos

1. Determinar mediante un estudio de mercado, la factibilidad para crear una empresa de capacitación hotelera.
2. Realizar el estudio económico financiero para determinar la factibilidad de la creación de la empresa de capacitación en la ciudad de Puyo.
3. Medir el impacto socio – económico que tendría el proyecto.

CAPITULO I

INDUSTRIA DEL TURISMO Y HOTELERÍA

Cuando hablamos de turismo, viene a nuestra mente el viajar, conocer lugares y disfrutar de nuevas experiencias, conociendo que en los últimos años el turismo se ha desarrollado rápidamente acaparando la atención de las personas que gustan del viajar y buscar un lugar donde alojarse mientras dure la estadía en dicho lugar.

1.1 Definiciones de Turismo

Considerando que es fundamental conocer los conceptos que ayuden a facilitar el entendimiento de lo que corresponde a la actividad turística, se ha decidido incluir en este proyecto tres conceptos relevantes.

Según Burkart y Medlik (1981) el turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destino fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en estos destinos; mientras que para Mathieson y Wall (1982) el turismo es el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas. Sin embargo, con el objetivo práctico de homogenizar criterios, nos inclinamos por adoptar la definición oficial de las Naciones Unidas, realizada en Marzo de 1993. El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros. OMT (1994).

De este modo se conoce que el turismo es la pieza fundamental que ha impulsado a turistas a tomar la decisión de viajar.

1.2 Definición de Hotelería y/o Alojamientos Turísticos

Como se conoce, la hotelería es una de las ramas de mayor importancia dentro del turismo, puesto que brinda hospedaje a los turistas, por ello es necesario conocer lo que respecta a esta rama.

Como explica el Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo (2002) “*se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.* (Art. 43 literal A)

Cuando se habla de la rama del alojamiento es necesario tener conocimiento de lo que es el concepto de hotel para tener una base de lo que se está tratando, por lo cual se dice que es un “*establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica. Este establecimiento puede ofrecer o incorporar distintos servicios y productos, diferenciándose así un hotel de otro*”.

Refiriendo a lo expuesto en la introducción cuando se hablaba de un producto de venta en la hotelería. Es también necesario saber que dentro de la hotelería existirán palabras que puedan llegar a confundirse por ello es necesario conocer la diferencia entre lo que significa: “*Hospedaje que es el alojamiento y asistencia que se da a una personas, cantidad que se paga por estar de huésped*”, información tomada de Océano Uno (2001).

Todo lo antes expuesto podemos resumir diciendo que el alojamiento es la infraestructura que está destinada a turistas a cambio de una remuneración económica; dejando entendida la diferencia se podrá comprender mejor lo que concierne a la historia.

1.3 Origen del Turismo y la Hotelería

Con el inicio de la existencia humana sobre la faz de la tierra, nace el instinto del hombre de movilizarse tornándose nómada, trasladándose de un lugar a otro por diversos motivos entre ellos el clima, alimentación, vestimenta, entre otros; permaneciendo el tiempo que era necesario hasta cubrir su necesidad.

Pudiendo ser reconocido desde el momento en que empiezan los viajes de Marco Polo pero turismo como tal toma fuerza a partir de la Revolución Industrial, por los cambios que se dieron en la forma de vida de las personas, en su estudio Quesada, R. (2007) concluyó que:

Thomas Cook (1808-1892), quien alquilo un ferrocarril y cobró un chelín por pasajero. Por este monto se cubrieron además del transporte, servicios extras a bordo como té y bollos y una banda militar. El viaje realizado el 5 de Julio fue todo un éxito y constituyó la primera excursión organizada en la historia del turismo. (p. 69)

Tiempo más tarde, los pequeños pueblos, tienden a brindar hospedaje a viajeros de forma gratuita en pequeños cuartos rústicos; pero después de la Revolución Industrial, el viajar se torna más frecuente para la gente pudiente y comerciantes por lo cual se crean posadas al costado de los carreteros brindando un lugar donde los viajeros puedan pernoctar. A esto años más tarde aparecen dos personajes que marcaron un cambio y Quesada, R. (2007) indicó que fueron:

En el campo de la Hotelería el pionero fue César Ritz (1850-1918). Los hoteles que construyó o modificó tuvieron por primera vez en la historia de la hotelería, todos los apartamentos con su correspondiente cuarto de baño; por sus muchos aportes a esta actividad, se le llamó HOTELERO DE REYES Y REY DE LOS HOTELEROS. El éxito de Ritz no hubiese sido tan grande sin Escoffier (1846-1935) quien desarrolló la cocina, haciendo de ella una profesión y un arte a la vez; por ello se lo consideró como el mejor chef de cocina de todos los tiempos y como EL EMPERADOR DE LAS ARTES CULINARIAS. (p. 70)

Cambios que pueden ser observables aun en la actualidad dentro de la hotelería y que son mayormente utilizados por personas de negocios, turistas que gustan de conocer países, clase pudiente, por lo cual se han creado diversos establecimientos hoteleros que se ajusten a cada requerimiento y a presupuesto, cubriendo exigencias y del mismo modo ofertando sus servicios adicionales.

Dejando por sentado que Francia fue el país influyente en el desarrollo del sector hotelero y a medida que pasó el tiempo algunos países fueron siguiendo este ejemplo hasta ser considerados líderes en esta industria billonaria.

1.4 Clasificación Hotelera

Mediante lo publicado en el Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo Decreto N° 1186, Capitulo II de las Disposiciones Transitorias, inciso segundo; poniendo a conocimiento de las personas la clasificación existente dentro del ámbito turístico y sus ramas, mismas que han sido divididas de acuerdo a la actividad que realizan, dichas clasificaciones se presentan a continuación.



Gráfico 1.01 Clasificación de Alojamiento Hotelero

Elaborado por: Aracely Pucuna
Fuente: Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo (Decreto No. 1186) Diciembre 2003

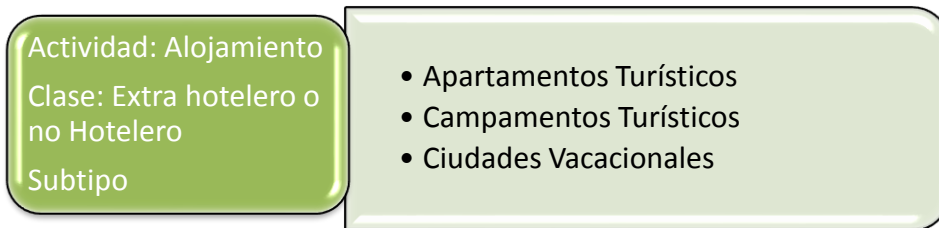


Gráfico 1.02 Clasificación de Alojamiento Extra hotelero o No Hotelero

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo

(Decreto No. 1186) Diciembre 2003

1.5 Calificación de Establecimiento Hoteleros

En Ecuador el Ministerio de Turismo será el ente encargado de regularización de los parámetros necesarios para otorgar la calificación que se encuentre acorde a las instalaciones y servicios con los que cuentan los establecimientos que brindan alojamiento.

En el proyecto que se realiza, se ha decidido trabajar con la información obtenida del Reglamento General de Actividades Turísticas del 2002, estableciendo que los alojamientos son clasificados de la siguiente manera.

Tabla 1.01 Calificación de Establecimientos de Alojamiento

CALIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO		
Nombre	Nomenclatura	Calificación
Hotel	H	5 a 1 estrellas doradas
Hotel Residencia	HR	4 a 1 estrellas doradas
Hotel Apartamento	HA	4 a 1 estrellas doradas
Hostales	HS	3 a 1 estrellas plateadas
Hostales Residencias	HSR	3 a 1 estrellas plateadas
Pensiones	P	3 a 1 estrellas plateadas
Hosterías	HT	3 a 1 estrellas plateadas
Moteles	M	3 a 1 estrellas plateadas
Refugios	RF	3 a 1 estrellas plateadas
Cabañas	C	3 a 1 estrellas plateadas
Complejos vacacionales	CV	3 a 1 estrellas plateadas
Campamentos	silueta de carpa	3 a 1 estrellas plateadas
Apartamentos	AP	3 a 1 estrellas plateadas

Elaborado por:

Aracely Pucuna Chango

Fuente:

Reglamento general de actividades turísticas 2002

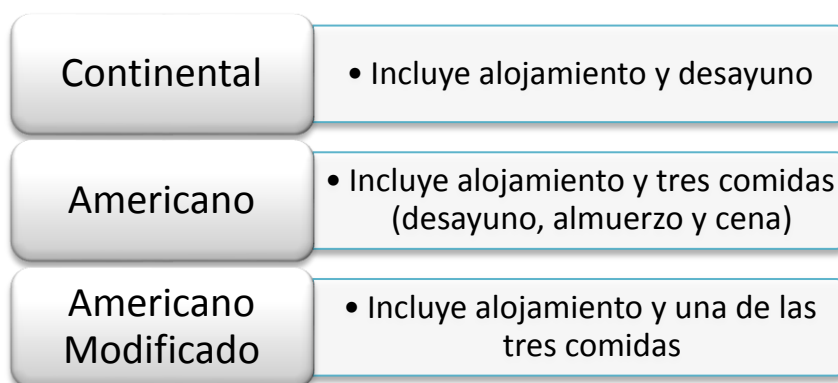
La calificación de los establecimientos serán establecidas de acuerdo a los servicios adicionales e infraestructura con la que cuenten, satisfaciendo las necesidades de los huéspedes.

Expuesto lo anterior, dentro de la investigación se tomaron como servicios adicionales a los siguientes puntos presentados a continuación:

- Áreas Recreativas: Entiéndase a áreas como piscina, spa, sauna, turco y/o juegos para niños.
- Áreas Verdes: Senderos de caminatas y/o jardines.
- Alimentos y Bebidas: A restaurantes y cafeterías.
- Discoteca y/o Karaoke.
- Salón de eventos.
- Guianza y/o Excursión.
- Internet inalámbrico
- Parqueadero, etc.

De igual manera en lo concerniente a la calificación que se sea asignada a un establecimiento que brinde el servicio de alojamiento, deberá de incluirse el plan hotelero que encierre el servicio de hospedaje y alimentación, entre los que conoce:

Gráfico 1.03. Tipo de Servicio de Hospedaje y Alimentación



Elaborado por:

Aracely Pucuna

Fuente:

Investigación Aracely Pucuna Ch.

Quedando a disposición del establecimiento, propietario o administrador, implementar el plan hotelero que sea el que se ajuste a su beneficio.

1.6 Infraestructura Hotelera en Puyo

En lo que respecta a conocer el total de establecimientos hoteleros, empleados y servicios que éstos brindan a sus huéspedes, se consultaron portales virtuales como la Cámara de Turismo de Pastaza e investigación exploratoria, lográndose el listado que se presenta a continuación.

Tabla 1.02 Infraestructura Hotelera de la ciudad de Puyo

INFRAESTRUCTURA HOTELERA EN LA CIUDAD DE PUYO		
Nombre	# Empleados	Servicios
Cabañas Copales Lodge	10	Alojamiento en cabañas, Wi-Fi, Parqueadero, Senderos, Restaurante.
Hotel Amazónico	7	Alojamiento, Restaurante
Hotel Araucano	8	Alojamiento, Restaurante, Guía Turístico, Wi-Fi
Hotel Christian	7	Alojamiento, Restaurante, Wi-Fi
Hotel Colonial	9	Alojamiento, Wi-Fi
Hotel Cumanda	5	Alojamiento, Restaurante.
Hotel Delfín Rosado	9	Alojamiento, Restaurante, Piscina, Sauna, Turco, Spa, Wi-Fi, Parqueadero.
Hotel France Inn	8	Alojamiento, Restaurante
Hotel Gaona	6	Hotel, Restaurante, Parqueadero
Hotel La Casa de la Balsa	9	Alojamiento, Garaje, Venta de Artesanías.
Hotel LF	7	Alojamiento y Cafetería.
Hotel los Cofanes	9	Alojamiento, Guía turístico, Restaurante, Wi-Fi.
Hotel Malenny	8	Alojamiento y Restaurante
Hotel San Luis	7	Alojamiento, Karaoke, Parqueadero, Restaurante.
Hotel Tropical	7	Alojamiento y Restaurante
Hotel Turismo Inn		Alojamiento, Restaurante.
Hotel Oro Negro	9	Alojamiento, Restaurante, Pizzería, Wi-Fi.
Hostal Casa Puyo	6	Alojamiento, Restaurante, Wi-Fi.
Hotel Rizzo Inn	6	Alojamiento, Restaurante, Wi-Fi
Hotel Casa Puyo	6	Alojamiento, Restaurante, Guía Turístico
Hostal Colibrí	5	Alojamiento, Cafetería y Parqueadero.
Hostal Del Río	7	Alojamiento, Restaurante, Salón de Eventos.
Hostal Diamante	6	Alojamiento
Hostal Europa	5	Alojamiento, Restaurante
Hostal Granada	6	Alojamiento
Hostal El Jardín***	9	Alojamientos, Senderos, Restaurantes, Cabañas, Piscina.
Hostal Fagelp	5	Alojamiento, Área de BBQ, Senderos, Parqueaderos.
Hostal Kanoas**	7	Alojamiento, Restaurante, Guía Turístico
Hostal La Molienda	7	Alojamiento,, Restaurante, Cafetería, Guía Turístico, Wi-Fi. Parqueaderos.
Hostal Las Palmas**	8	Alojamiento, Restaurante, Venta de Artesanías, Guía Turístico.

Hostal México	6	Alojamiento y Cafetería
Hostal Mi Casa	5	Alojamiento y Restaurante
Hostal Milenium***	5	Alojamiento y Restaurante
Hostal Posada Real	6	Alojamiento, Restaurante, Áreas Verdes, Parqueadero.
Hostal Puyo***	5	Alojamiento, Restaurante.
Hostal San Patricio	8	Alojamiento, Restaurante, Guía turístico.
Hostería Altos del Pastaza and Lounge Reserve***	18	Alojamientos, Restaurante, Piscina, Guía Turístico, Excursiones a la selva, Parqueadero, Áreas verdes y Wi-Fi.
Hostería Finca el Pigual***	19	Alojamiento, Restaurante, Senderos, Sauna, Turco, Excursiones, Cabañas, Salón de Eventos, Cabañas, Wi-Fi, Parqueadero.
Hostería Flor de la Canela	13	Alojamientos, Restaurante, Sendero, Cafetería, Piscina.
Hostería Hacha Caspi	13	Alojamiento, Restaurante, Senderos, Piscinas, Canchas deportivas, Sauna, Turco, Salón de Eventos, Wi-Fi, Parqueadero
Hostería Isla del Sol	12	Alojamiento, Restaurante, Bar, Piscina, Parqueadero.
Hostería Lizanes	15	Alojamiento, Restaurante, Piscina, Salón de Eventos, Parqueadero
Hostería Orquídea Amazónica	12	Alojamiento, Parqueadero, Restaurante, Piscina
Hostería Safari***	19	Alojamiento, Restaurante, Salón de Eventos, Sauna, Turco, Hidromasaje, Wi-Fi, Senderos, Parqueaderos.
Hostería Turingia***	21	Alojamiento, Restaurante, Bar, Salón de Eventos, Turco, Sauna, Piscina, Wi-Fi, Parqueadero.
Pensión Residencial Barandua	4	Alojamiento.
Pensión Residencial Chasi	4	Alojamiento.
Pensión Residencial Georgina	3	Alojamiento.
Pensión Tungurahua	2	Alojamiento.

Realizado por: Aracely Pucuna Chango

Fuente: Cámara de Turismo de Pastaza e investigación Aracely Pucuna Ch.

Pudiendo observarse en el Anexo N° 1, fotografías de ciertos establecimientos, que se han caracterizado por su infraestructura y ubicación.

1.7 Temporadas y Tarifas

Al referirse de costos en establecimientos que brindan hospedaje, se debe conocer la temporada en la que se encuentren, puesto que es un factor importante en el momento de poner un valor a cobrar.

Gracias a la colaboración del Lcdo. Gustavo Fernández (2012), empleado de la Dirección de Turismo de Puyo y oriundo de la provincia de Pastaza, se ha logrado conocer que los meses de Febrero: Carnavales Culturizados, Abril: Semana Santa, Abril y Mayo: Fiestas de Fundación Ciudad de Puyo, Agosto: Mes del Turismo, Noviembre: Día de los Difuntos, Provincialización de la Provincia de Pastaza y Diciembre: Navidad y Año Viejo, además de los feriados decretados por el Gobierno Actual.

Son meses en los que la demanda de alojamiento es mayor, viéndose en la necesidad de contratación temporal de empleados para cubrir puestos de trabajo o cubrir horarios extras, mientras que en los meses que no han sido mencionados anteriormente pertenecen a temporadas bajas, en los cuales el personal que trabaja dentro de la rama hotelera tiende a tener menor trabajo.

En lo correspondiente a tarifas de hospedaje, estas oscilan actualmente entre los \$ 10,00 dólares hasta los \$ 207,55 dólares en temporada baja existiendo promociones como en el caso de Hostería Finca el Pigual que en el mes de septiembre propuso la segunda noche sea a mitad de precio.

En los meses de temporada alta, los costos por concepto de alojamiento tienden a aumentar dependiendo explícitamente de la aprobación del gerente propietario, quedando a criterio de administradores los valores a cobrar y en mayor número de casos ubicando mayor cantidad de camas en las habitaciones y evitando de este modo las habitaciones sencillas.

1.8 Modelo de organización en establecimientos hoteleros de Puyo

Lo que ha llamado la atención mientras se realizó la investigación exploratoria en la ciudad de Puyo en el mes de octubre, fue encontrar que más del 70% de establecimientos no cuenta con un organigrama que explique las jerarquías dentro de los mismo.

Siendo la persona encargada de llevar el control de empleados y hotel el Gerente Propietario o Administrador, dejando claro que esta es una de las grandes falencias que existen al momento, y en lo concerniente a Pensiones y a Residencias no cuenten con un jefe directo ni con el personal adecuado que cubra las necesidades.

CAPITULO II

EMPRESAS DE CAPACITACIONES

Las empresas que brindan capacitaciones en Ecuador han ido en aumento provocando que las organizaciones actualmente contraten sus servicios cada vez más y de este modo colaborar en el enriquecimiento de conocimientos de sus empleados ayudándolos a fortalecer sus habilidades en la ejecución de actividades laborales.

2.1 Definición de Capacitación

Se debe conocer que la capacitación según Siliceo, A. (2003) “*consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización, orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador*”.(p. 25)

Resumiéndose en un programa de entrenamiento desarrollado para empleados de la rama de la hotelería actualizando sus conocimientos en lo teórico- práctico evitando caer en la obsolescencia, la misma que según la Enciclopedia Océano Uno (2001), indica que es “*la cualidad de obsoleto de un objeto, la cual surgirá a partir no de su mal funcionamiento sino porque su utilidad se ha vuelto insuficiente o superada por otro objeto que de alguna manera lo reemplaza.*

La ignorancia y la obsolescencia tienen relación puesto que al no actualizar conocimientos una persona permanecerá en el desconocimiento total del tema.

Los propietarios de los diversos establecimientos hoteleros deben tener en cuenta que necesitan mantenerse informados continuamente con el fin de reforzar las habilidades con las que cuentan sus empleados; siendo necesario buscar las ideas y oportunidades que permitan el incremento no solo en materia económica, sino, en intercambio de ideas que sean beneficiosas, quienes son el motor de su empresa.

Un ejemplo a seguir es el taller de capacitación al personal operativo de los hoteles de la ciudad de Quito realizado en el mes de marzo del presente año, “*con este taller, el personal de los hoteles que está en contacto con el visitante que cumplen la función de informar y capacitar sobre el destino Quito y sus principales atractivos o productos turísticos*”

Siendo indiscutible que realizar un buen entrenamiento ayuda a cumplir objetivos que se hubieran planteado al momento de constituir una empresa. Como es el ejemplo en Perú, Argentina y México donde gerentes hoteleros están innovando para tener conformes a empleados y huéspedes.

Conforme lo investigado Siliceo, A. et. al (2003) indica que:

Dos puntos básicos se destacan en el concepto de capacitación a saber que las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permita enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias y no existe mejor medio que la capacitación para alcanzar altos niveles de motivación, productividad, integración, compromiso y solidaridad en el personal de una organización. (p.19)

Teniendo presente que la calidad en el servicio brindado es una importante herramienta estratégica que permite diferenciarse de la competencia y conseguir la fidelidad del cliente. La satisfacción de huéspedes se logrará únicamente cuando se cuente con los recursos necesarios para lograr cubrir las necesidades que se presenten y la resolución de inconvenientes mientras se encuentren en las instalaciones.

2.2 Objetivos de las capacitaciones

Dentro de los objetivos que se presentan a continuación se encontró una relación directa con las tareas a realizar dentro de la rama hotelera, por tal motivo se trae a conocimiento lo dicho por Pereyra, S. (2006), donde explica que:

Conforme indica el objetivo de diagnóstico es donde se presentan los problemas de las personas afectadas en la operación de un sistema informático; el objetivo para la evaluación del personal es establecer rangos de comportamiento alcanzando un ordenamiento de las personas de acuerdo a sus posibilidades y capacidades; y el objetivo de decisión es explicar las soluciones que pueden llevar a la adaptación y mostrar como la aplicación fue de utilidad y en qué casos. (p. 16)

2.3 Evaluación de necesidades de capacitación

Día a día los conocimientos por adquirir van en aumento pero hablar de necesidades de capacitación es introducirse en un tema un tanto complejo por lo cual en esta investigación se trabajará con el Método de DNC- Diagnóstico de Necesidades de Capacitaciones.

Tabla 2.01 Método de Diagnóstico de Necesidades

MÉTODOS DE DNC	
Tipo	
Método Reactivo	Es sólo un sondeo inicial, un estudio superficial, se observan algunos síntomas, es una simple detección de problemas a satisfacer, sin conocer con exactitud sus características. No tiene costo, es rápido de aplicar para obtener la información (inmediato), sencillo de procesar, con alto índice de riesgo para la toma de decisiones.
Método de Frecuencias	Se hace un sondeo más profundo, basado en situaciones y casos especiales, se observan algunos signos, no deja de ser un diagnóstico superficial, aunque mucho más preciso que el anterior, capta información más detallada. Su costo es mínimo, es rápido de aplicar (uno o dos semanas), sencillo de procesar, con mediano índice de riesgo para la toma de decisiones.
Método Comparativo	La información que se obtiene es bastante precisa, se observan los síndromes de las necesidades reales de capacitación. Se determinan con detalle las carencias que es necesario satisfacer. Su costo es elevado, es lento en su aplicación, su procesamiento es difícil, con alto índice de certeza en la toma de decisiones.

Elaborado por:

Aracely Pucuna Chango

Fuente:

Nuevo diagnóstico de necesidades de capacitación y aprendizaje en las organizaciones.

Mediante la tabla presentada, las personas encargadas de capacitaciones escogerán la que más se adecue a las necesidades del establecimiento.

2.4 Tipo de capacitaciones

La capacitación permite asegurar la calidad en el servicio que se brinde en un establecimiento hotelero estimulando a que propietario y/o gerentes de tal manera que se promuevan entre sus empleados la necesidad de realizar cursos que complementen sus conocimientos.

Existen distintos tipos de capacitaciones pero los que más se ajustan a las necesidades de la hotelería son los que nos presentan en el siguiente cuadro.

Tabla 2.02 Tipo de Capacitaciones

TIPOS DE CAPACITACIONES	
TIPO	INCLUYE
Destrezas interpersonales	Liderazgo, entrenamiento, destrezas de comunicación, resolución de conflictos, creación de equipos, servicio al cliente, conciencia cultural y de la diversidad.
Técnica	Capacitación y conocimiento de productos, proceso de ventas, tecnología de la información, aplicaciones de cómputo, otras destrezas o técnicas necesarias para realizar un trabajo en particular.
Empresarial	Finanzas, Marketing, Optimización de procesos, calidad, planeación estratégica, cultura organizacional.
Obligatoria	Seguridad, salud, acoso sexual y otras disposiciones legales.
Gestión del desempeño	Cualquier capacitación que ayude a un empleado a mejorar su desempeño laboral.
Solución de problemas y toma de decisiones	Definición del problema, evaluación de las causas, creatividad en el desarrollo de alternativas, análisis de alternativas, selección de soluciones.
Personal	Planeación de carreras, administración del tiempo, bienestar, finanzas personales o administración del dinero, cómo hablar bien en público.

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Administración 8ª edición

Las capacitaciones variarán dependiendo la necesidad del personal, el área en la que se encuentre desempeñando sus actividades y la situación a resolver ya sea por inducción a un puesto de trabajo, por resolución de inconvenientes o por actualización de conocimientos.

Y tomada como referencia el trabajo que se realiza en Perú por la Empresa Valores Integrados, efectuando la modalidad de entrenar al personal hotelero de los diversos departamentos que conforman un hotel de una manera dinámica atrayendo la atención de las personas que asisten a estos cursos.

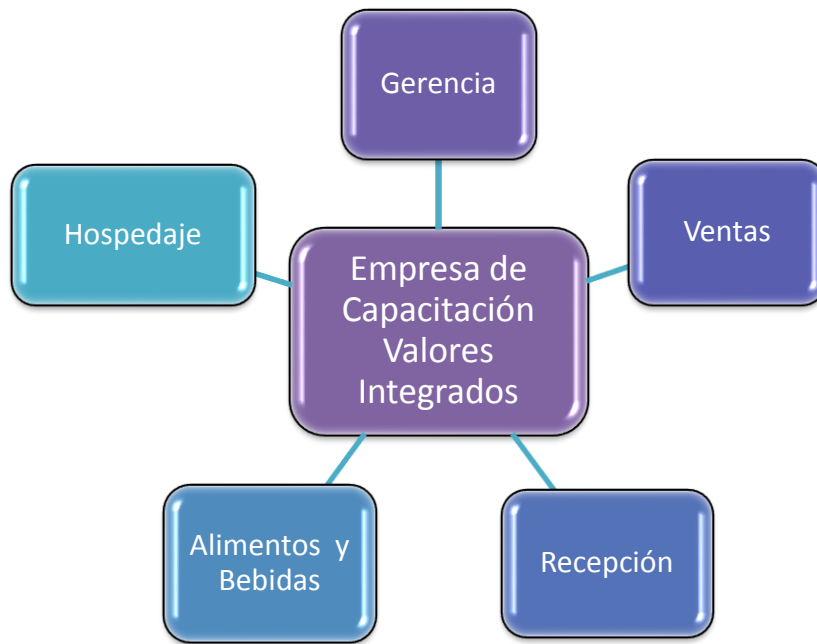


Gráfico 2.01 Departamentos capacitados por Empresa Valores Integrados

Realizado por:

Aracely Pucuna Ch.

Fuente:

Empresa Valores Integrados

Involucrando las necesidades que presenten los establecimientos hoteleros junto con los tipos de capacitaciones que se indican en la Tabla 2.02. se ha resuelto que las capacitaciones deben ser tanto para empleados como también para empleadores (jefes directos y/o propietarios de establecimientos hoteleros).

Evitando con una correcta capacitación caer en errores comunes como confusión en nombres al momento de la reserva, sobreventa de habitaciones en feriados, falta de aseo en instalaciones, descortesía por parte de empleados, explotación laboral y/u obsolescencia.

Naciendo la relación que este proyecto intenta solucionar y cubrir falencias existentes convirtiéndolas en fortalezas contra la competencia.

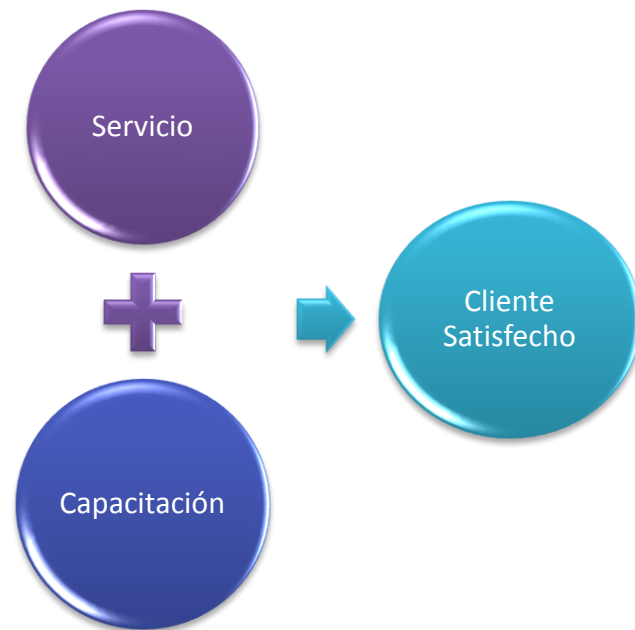


Gráfico 2.02 Relación Servicio y Capacitación

Realizador por: Aracely Pucuna Chango

Fuente: Revista virtual Gerencia de Hoteles

Ayudando a que las relaciones que existen de empleados mientras se encuentren en su jornada y la visión que se presente ante los huéspedes sea la mejor porque no se puede olvidar que Puyo es una de las provincias que anualmente es visita por turistas nacionales y extranjeros

Conforme con lo publicado por Gherardi, V. (2011) se conoce que *“la formación del personal operativo y administrativo es el camino más rápido para obtener ahorro de costos en un hotel o restaurante”*

Actividad que no se está efectuando dentro de la población escogida para el estudio puesto que según nos comenta Vejar, E. (2012) *“existe déficit de vacantes para hoteles pues los estudiantes recién graduados buscan puestos administrativos y no operativos, renunciando mientras dura su periodo de prueba”*, Acogiéndose al Art. 169 del Código de Trabajo; artículo que está expuesto en el Anexo N° 2.

Ocasionando que muchos de los establecimientos bajen su nivel de calidad y servicio brindado provocando de manera conjunta que el hotel, hostería u hostel cierre sus puertas al público dejando desempleados a su personal.

Siendo una de las alternativas tomar como referencia la modalidad con la que trabaja la empresa Valores Integrados en Perú y el Centro de Aprendizaje Organizacional–CAO citado por Robbins, S. & Coulter, M. (2005) quienes *“dividen las sesiones de capacitación en clases de 45 minutos que los empleados pueden integrar fácilmente a su día laboral.”* (p. 294).

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Dentro de lo concerniente a la investigación de mercado se enfatizará la información obtenida a través de los instrumentos de recolección de datos, los mismos que permitirán tener un dato seguro de lo que sucede dentro y fuera de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Puyo, permitiendo que se pueda originar un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Se aplicará el método inductivo, así como también se hará uso de información publicada por el INEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Cámara de Turismo de Pastaza, autores sobre el tema y del mismo modo por empresas especializadas en este tipo.

3.1. Instrumentos de Recolección de Datos

Para conocer los aspectos que son de importancia para la investigación que se realiza es preciso saber lo concerniente a la recolección de datos, por tal motivo se deberá tener claro que el método de recolección de datos debe ser mixto, por la razón de ser cualitativo al conocer las cualidades de los empleados y las necesidades requeridas y cuantitativo para conocerse el número de personal que requiera capacitaciones a la vez en el caso de empleados de establecimientos hoteleros, es por ella que se cita a Méndez (1999), quien define a las fuentes y técnicas de recolección de información *“como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información”*.

Conociendo que dentro de las averiguaciones que se realizarán para el proyecto que se encuentra realizándose es indispensable el conocer que la investigación que dentro de lo que se refiere a turistas en lo cuantitativo encontrar en cifras el porcentaje de personas, como a la vez en lo cualitativo la manera en la que han sido atendidos.

3.1.1. Revisión documental

Debiendo de tenerse clara la definición de lo que es una revisión documental, se ha traído a consideración lo expuesto en su estudio Scribano, A. citando a Marshall & Rossman (2007) quien explica que consiste en:

Una técnica no obstructiva, rica en bosquejar los valores y creencias de los participantes en el campo. Registros de reuniones, bitácoras, anuncios, discursos formales de políticas, cartas, etc., son todos usados para desarrollar una comprensión del asentamiento o grupo estudiado. (p. 33)

Obteniéndose poca información relacionada a la problemática de las capacitaciones para establecimientos hoteleros en el país y en América Latina; se han consultado portales de internet que favorezcan a tener una percepción de la evolución que ha tenido este tema en Ecuador y otros países.

Con respecto en la página virtual del Ministerio de Turismo del Ecuador, puesto que como se había explicado anteriormente por parte de la persona encargada de la Coordinación de Capacitaciones Turísticas del Ministerio de Turismo, en el mes de Julio únicamente se realizaban capacitaciones turísticas en términos generales.

Hallándose en la página virtual del Programa Nacional de Capacitaciones Turísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador (2012), Manuales de Competencias Laborales Turísticas nombradas a continuación:

- Manual de Hospitalidad
- Manual de Seguridad Alimentaria para Personal Operativo.
- Manual de Camarero/a de pisos.
- Manual de Agentes de Ventas.
- Manual de Cocinero Polivalente.
- Manual de Mesero Polivalente.
- Manual de Recepcionista Polivalente.
- Manual de Conductor de Transporte Turístico.

- Manual de Gerente de Operadora.
- Manual de Administrador/a de Empresas de Restaurante.
- Manual de Administrador de Empresas de Alojamiento.
- Manual Transversal para Personal Administrativo.
- Manual Transversal para Personal Operativo.

3.1.2. Estudio de Campo

Al hablarse de un estudio de campo, varias son las ideas que vienen a la mente, siendo la investigación de Landeau, R. (2007) la mejor explicada, la misma que no dice:

En este tipo de estudio se recolecta la información fundamentándose en testificaciones basadas en la realidad, pero que no sirven para dar una validez científica, ya que depende de interpretaciones subjetivas y carecen de la objetividad precisa, así como de exámenes que comprueben la cualidad del tema que se va a tratar. (p. 64)

Para la elaboración del proyecto se trabajó con uso del estudio descriptivo que es el encargado de recoger la información de manera independiente o conjunta sobre el tema que se ha de estudiar. Se realizaron encuestas a empleados de los establecimientos hoteleros y turistas que se encontraron vacacionando en la ciudad, además, entrevistas a los propietarios de tres establecimientos que brindan alojamiento y del mismo modo a la Presidenta de la Federación Hotelera de Pastaza - AHOTEP.

Se debió primeramente establecer en qué localidad se prestaría el servicio de capacitaciones, para posteriormente determinar el tamaño de la muestra a estudiarse. Dicha muestra seleccionada debió de responder a los criterios de inclusión, exclusión o eliminación de que hayan tomado.

Se conoce que los criterios de inclusión a las características que deben de poseer los sujetos de estudio, los criterios de exclusión definen las características que obliguen a no incluir un sujeto como objeto de estudio y por último los criterios de eliminación que definen las características que al presentarse los sujetos ya incluidos en el estudio, obliguen a prescindir de ellos.

Las preguntas tanto de encuestas como de entrevistas fueron orientadas a recabar la mayor cantidad de información sobre la situación hotelera actual y sus requerimientos de capacitación, para poderse determinar los problemas que existen en la actualidad y las mejoras que se deberían de implementar.

Logrando un punto de equilibrio entre la información requerida y la necesidad de satisfacer de mejor manera que la competencia. Para, posteriormente procederse con la tabulación, interpretación y análisis de los resultados que se hayan obtenido. Se debe mantener presente, la ética incluyendo el respeto, beneficencia, no maleficencia y la justicia, puesto que incluye a seres humanos.

3.2. Técnicas de recolección de datos

Como explica Chávez, D. (2008) *“La recolección de datos es el proceso de la investigación jurídico social es una de las etapas más delicadas. De ella va a depender los resultados que se obtengan en dicha investigación”*.

En relación a las principales técnicas e instrumentos para la recolección de datos a emplearse se tomó en cuenta para la investigación realizada las encuestas y entrevistas, por ser las más apropiadas para conocer las necesidades de futuros clientes.

3.2.1. Encuestas

“La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener”

La encuesta será la técnica de mayor importancia que se utilice dentro de esta investigación puesto que se acopia de una manera fácil, siendo útil para determinar un criterio de la opinión de nuestra muestra, sobre la posibilidad de la factibilidad de una empresa de capacitaciones hoteleras.

Aplicando los criterios de inclusión al determinar si el turista se encuentra o no entre los rangos de edad y los empleados que son objeto de estudio, el criterio de exclusión para determinar que las personas que no sean escogidas sean por no tener la edad que se determinará o simplemente que no sea turistas y por ultimo el criterio de eliminación en el caso que la persona se encuentre incapacitada mentalmente, puesto que las encuestas serán realizadas aleatoriamente entre los turistas que se encuentren en la localidad.

3.2.1.1. Población

Al hablar de población debemos hacer énfasis en lo investigado por Jany, E. & Nicolás, J. (2005) donde se explica que la población es *“la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia”*. (p. 48)

Se ha escogido para el estudio a la ciudad de Puyo que cuenta con un total de 32 912 habitantes dentro del rango de 25 a 69 años, datos obtenidos en el censo poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador. (INEC, 2010). Con el total de la población se calculará la muestra y con la fórmula dada para poblaciones finitas se obtendrá la muestra a ser analizada. En el Anexo N° 3. Se podrá observar el formato utilizado para la recolección de información mediante encuestas a turistas.

Tabla 2.01. Número de habitantes de la ciudad de Puyo por rango de edades

Número de Habitantes de la Ciudad de Puyo por Rango de Edades			
Rango de Edad	2001	%	2010
De 25 a 29 años	4 595	7,4 %	6 722
De 30 a 34 años	4 026	6,5 %	5 699
De 35 a 39 años	3 614	5,8 %	5 008
De 40 a 44 años	2 983	4,8 %	3 907
De 45 a 49 años	2 229	3,6 %	3 464
De 50 a 54 años	1 942	3,1 %	2 764
De 55 a 59 años	1 407	2,3 %	2 150
De 60 a 64 años	1 211	2,0 %	1 785
De 65 a 69 años	912	1,5 %	1 413

Elaborado: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Estadísticas del Censo poblacional 2010 - INEC

En el caso de los establecimientos hoteleros, teniendo un total de 311 colaboradores se utilizará la fórmula para poblaciones finitas, en la que se calculará el número de empleados a encuestar. Véase en el Anexo N° 4, el formato utilizado.

El objetivo de las encuestas a realizar será conocer los rasgos generales como sexo, edad; y las características relacionadas por un lado a sus preferencias de hospedaje con respecto a los huéspedes, y por otro con los empleados para conocer las necesidades de capacitaciones que existieran y la disponibilidad de tiempo con la que cuentan actualmente.

3.2.1.2. *Tamaño de la Muestra*

Teniendo presente a Malhotra, N (2004), quien dice que “*el tamaño de la muestra se refiere al número de elementos que se incluirán en el estudio*”. (p.318), y en vista que la población escogida entre los rangos de 25 a 69 años en la ciudad de Puyo es menor a los 500.000 habitantes se procederá a trabajar con la fórmula para población finita.

$$n = \frac{Z^2 * p * q (N)}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

z = Nivel de confianza 95%; correspondiente a la distribución de Gauss es 1,96

p = Probabilidad a favor 50% correspondiente a 0,5

q = Probabilidad en contra 50%, correspondiente a 0,5

N = Tamaño de la población corresponde a 32.912

e = Margen de error 5% correspondiente a 0,05

Que al remplazar los datos queda de la siguiente forma:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 (32.912)}{(32.912-1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{31.608,6848}{83,2404}$$

n= 379,73 siendo igual a 380 turistas a encuestar

Así mismo para conocerse cual sería la muestra a encuestar para el caso de empleados de establecimientos hoteleros se tomará como población el total de personas que trabajan dentro de los establecimientos que fueron nombrados en la tabla correspondiente a Infraestructura Hotelera en la Ciudad de Puyo, para lo cual se trabajará con la misma fórmula para población finita.

$$n = \frac{Z^2 * p * q (N)}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

z = Nivel de confianza 95%; correspondiente a la distribución de Gauss es 1,96

p = Probabilidad a favor 50% correspondiente a 0,5

q = Probabilidad en contra 50%, correspondiente a 0,5

N = Tamaño de la población corresponde a 346 empleados

e = Margen de error 5% correspondiente a 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 (398)}{(398-1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{397,692}{1,9529}$$

n= 203,64 siendo igual a 204 empleados a encuestar

3.2.2. Entrevistas

Existe diversidad de conceptos con respecto al tema de las entrevistas, pero según Dessler, G. (2001), explica que *“la entrevista es un procedimiento diseñado para obtener información derivada de las respuestas verbales que una persona proporciona a preguntas orales”*. (p. 216)

Con la técnica de la entrevista se tratará de obtener la mayor cantidad de información que pueda ser utilizada para conocer la aceptación que tendría la creación de una empresa de capacitaciones para empleados de establecimientos hoteleros, el formato de las preguntas a ser formuladas se encuentran en el Anexo N° 5, las entrevistas se realizó a las personas mencionadas a continuación:

- Gerente Propietario de Hostería Hacha Caspi, Señor Martín Pérez.
- Gerente Propietario Hostal El Jardín, Señor Edgar Castro.
- Gerente Administradora Gran Hotel Amazónico, Señora Carmita Herrera.

Mientras en el Anexo N° 6, podrá ser visualizado el formato de entrevista aplicada uno de los miembros de AHOTEP.

- Presidenta de la AHOTEP- , Señora Maura Coloma.

Teniéndose presente que el objetivo de las entrevistas fue el determinar las características generales del trabajo que realizan como empresarios hoteleros y el interés que mostrarían hacia la posibilidad de una empresa.

Para el caso del Señor Martín Pérez, seleccionado por ser Gerente de la Hostería Hacha Caspi que es una de las más importantes y ex colaborador del Ministerio de Turismo, al Señor Edgar Castro, por ser Gerente de la Hostal el Jardín, hostel temática que se encuentra en medio de un sendero ecológico, a la Señora Carmita Herrera, por ser la Gerente Administradora de un hotel de renombre dentro de la ciudad, y finalmente a la Señora Maura Coloma por ser la Presidenta de la Federación de Hoteleros de Pastaza, quienes proporcionaran información relevante en sus entrevistas.

Pudiéndose observar en el Anexo N° 7, las cartas de solicitud de entrevistas que fueron enviadas con anterioridad con la respectiva firma de recibido.

3.3. Tipo de muestreo a utilizar

Dentro de los tipos de estrategias de muestreo se conoce del método probabilístico y no probabilístico, por lo tanto sabemos que según Grande, I. (2005) *“probabilístico es un método al azar permitiendo medir el error de nuestras, mientras que el no probabilístico no es un método al azar, siendo el investigador quien elige la muestra no obstante no es posible controlar el error de muestreo”*. (p. 69)

Conociendo la diferencia existente entre ambas, se ha escogido el método probabilístico para esta investigación, puesto que se podrá medir el error y escoger al azar a las personas a involucrar dentro del proyecto.

3.4. Recopilación de Datos

En lo que respecta al proceso de recolección de datos de las encuestas fueron realizadas en el periodo de tiempo comprendido entre el 8 de octubre hasta el 20 de octubre del presente año, a turistas de manera aleatoria de acuerdo a las edades y características previamente señaladas.

En lo correspondiente a las entrevistas, se las realizaron entre el 7 al 12 de diciembre del presente año, enviando previamente las cartas para solicitar las respectivas entrevistas.

3.5. Análisis de Datos

Los datos obtenidos de las trescientas ochenta encuestas que se realizaron a turistas que visitan la ciudad de Puyo, se tabularon manualmente obteniéndose los datos estadísticos que se presentan a continuación.

En el caso de las entrevistas que se realizaron a las personas antes mencionadas, fueron transcritas a formato Word con ayuda del software Dragon Naturally Spiking versión 9;

3.5.1. Presentación de Resultados de Encuestas a Turistas

Habiéndose realizado con satisfacción el 100 % de las encuestas a los turistas que visitaron la ciudad de Puyo en el lapso de tiempo comprendido desde el 9 al 18 de octubre del presente año se procederá al análisis de los resultados obtenidos, tabulándose las encuestas de manera manual.

Una vez que se realice dichas tabulaciones de cada una de las preguntas, se presentará los gráficos respectivos que logren representar cada una de los resultados obtenidos, seguidamente de una breve explicación que ayudaría a entender los resultados.

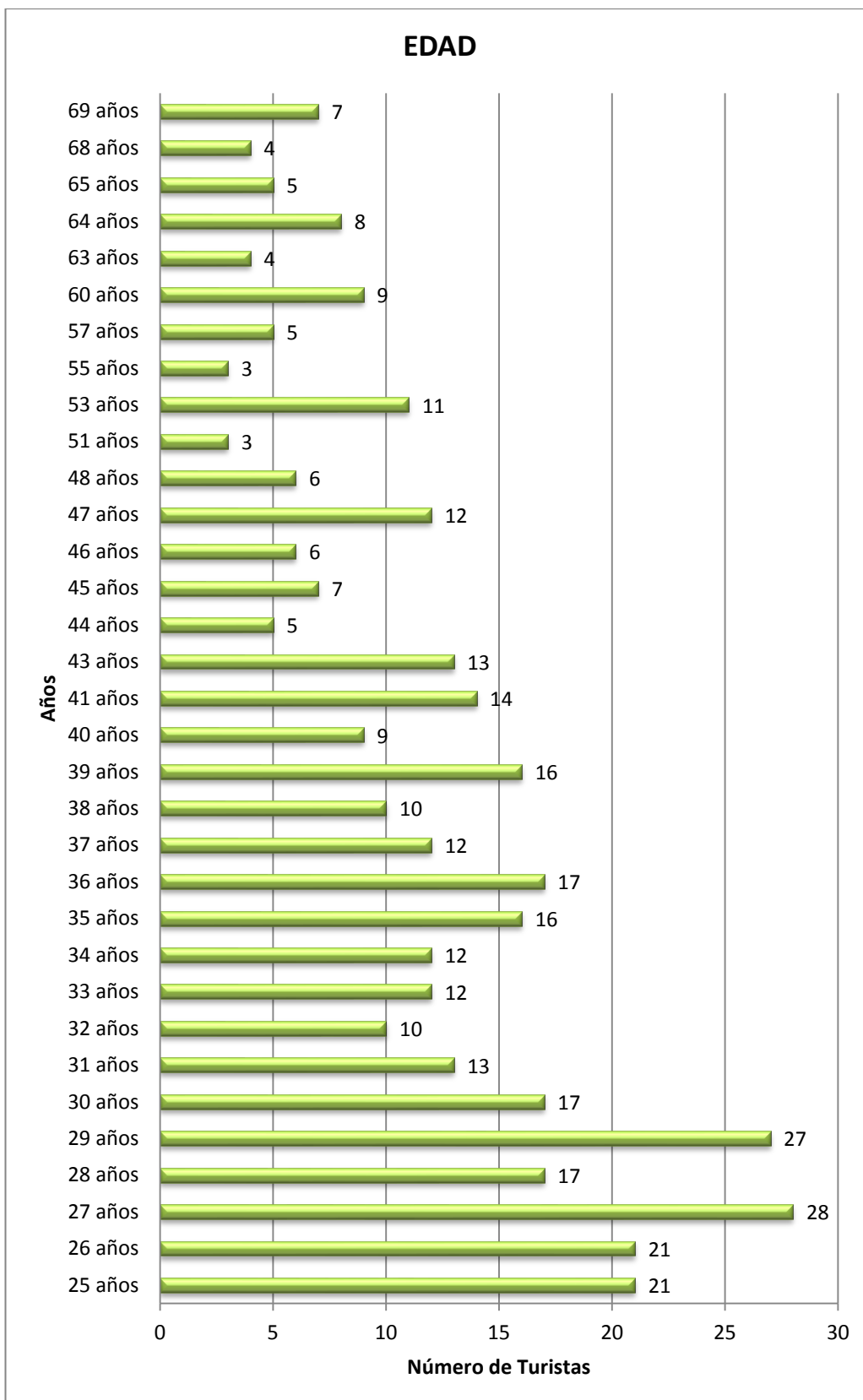


Gráfico 3.01. Edad

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Se observaron del 100% del total de turistas que anualmente visitan la ciudad de Puyo, únicamente un 30 % equivale a jóvenes entre las edades de 25 a 29 años, seguidamente las personas que oscilan las edades entre 30 a 34 años representando un 16,84 %, del mismo modo de 35 a 39 años un 18,68 % de las personas que fueron encuestadas, de 40 a 44 años se encontró que un 10,79 %, de 45 a 49 años representan el 8,16 %, igualmente de 50 a 54 equivalen al 3,68 %, de 55 a 59 el 2,11 %, de 60 a 64 el 5,53 % y finalmente de 65 a 69 corresponden al 4,21 %.

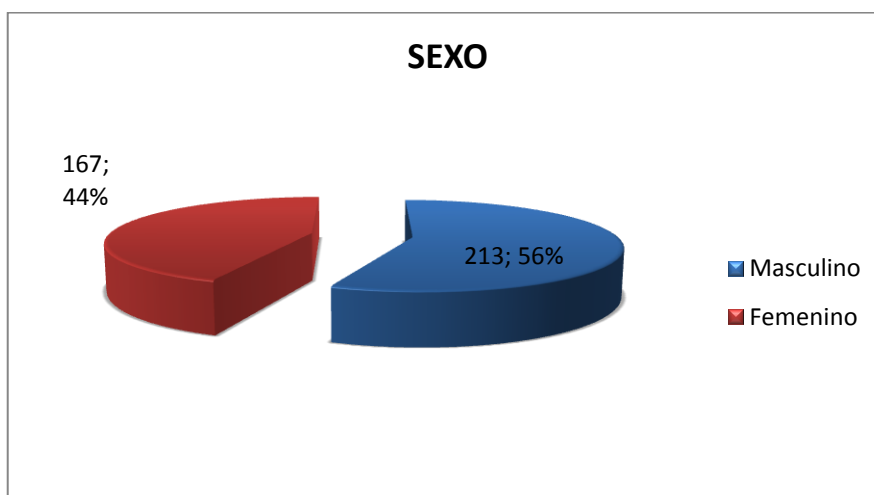


Gráfico 3.02. Sexo

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Los turistas encuestados, 167 representan al género femenino equivalente a un 44 %, mientras que el 56 % corresponden al género masculino con 213 personas. Dando el total de 100 % personas encuestas en la ciudad de Puyo.

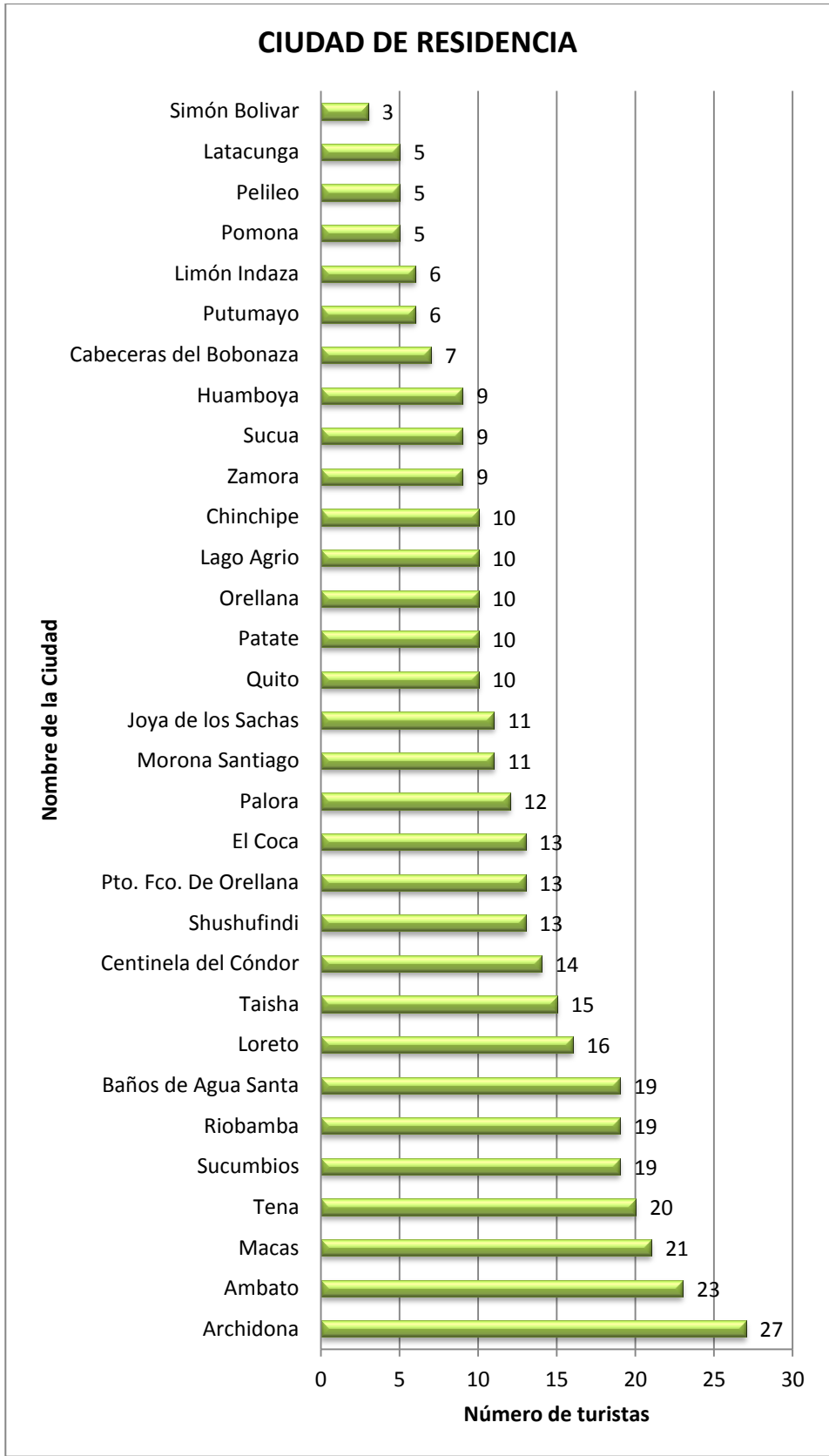


Gráfico 3.03 Ciudad de Residencia

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Para conocerse el lugar de residencia de los turistas que visitan la ciudad de Puyo se dividió en tres grupos. En el primero grupo se encuentran: Archidona, Ambato, Macas, Tena, Sucumbíos, Riobamba, Baños de Agua Santa, Loreto, Taisha, Centinela del Cóndor y Shushufindi con un total de 206 personas que representan el 54,21 %.

En el segundo grupo se encuentran: Puerto Francisco de Orellana, El Coca, Palora, Morona Santiago, Joya de los Sachas, Quito, Patate, Orellana, Lago Agrio y Chinchipe con un total de 110 personas representando el 28,95 %.

Finalmente en el tercer grupo se encuentran: Zamora, Sucua, Huamboya, Cabeceras del Bobonaza, Putumayo, Limón Indaza, Pomona, Pelileo, Latacunga y Simón Bolívar con 64 personas que equivalen al 16,84 %.

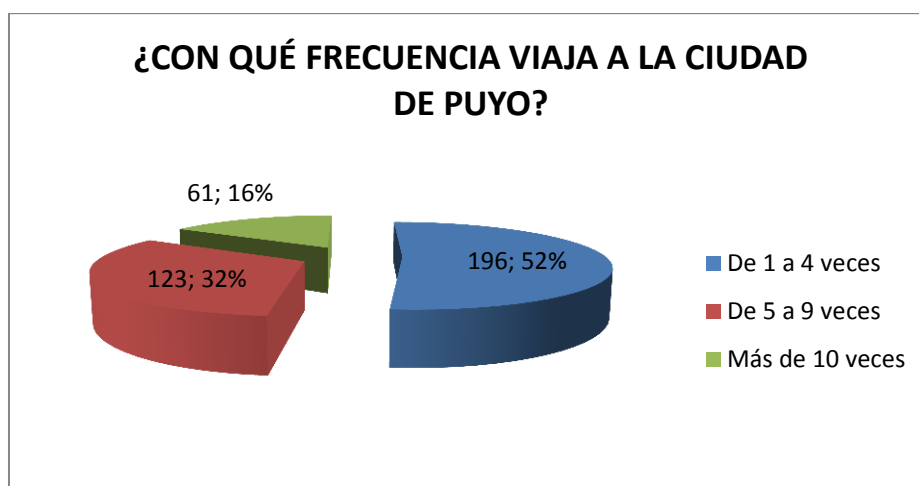


Gráfico 3.04. ¿Con qué frecuencia viaja a la ciudad de Puyo?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

De los turistas viajan anualmente entre una a cuatro veces a la ciudad de Puyo son 196 equivaliendo al 51,58 %, del mismo modo de cinco a nueve veces un número de 123 turistas siendo equivalente al 32,37 % y un total de 61 turistas viajan más de diez veces anuales que es un equivalente del 16,05 % dando un total del 100 % de encuestados.

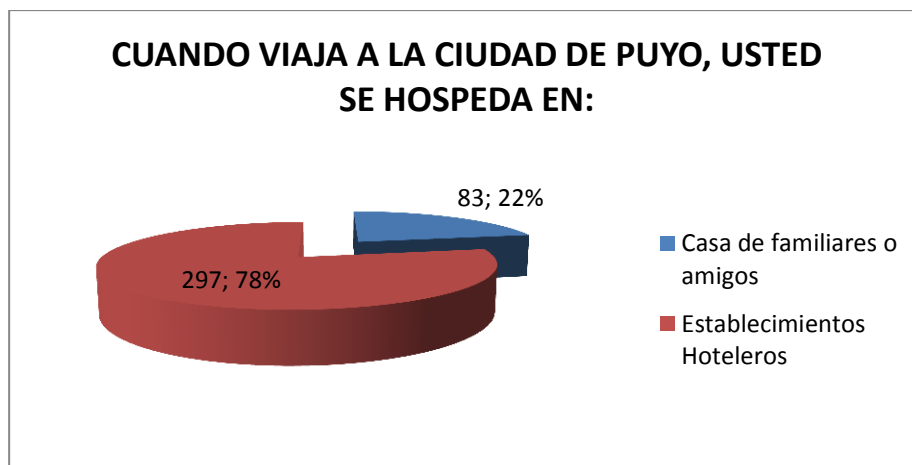


Gráfico 3.05. Cuando viaja a la ciudad de Puyo, usted se hospeda en:

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Al tratarse de la elección del lugar donde se alojarán mientras dure la visita el 21,84 % corresponde a 83 turistas encuestados que optaron por casa de familiares o amigos mientras que el 78,16 % correspondiente a 297 turistas decidieron alojarse en establecimientos hoteleros de los cuales en el gráfico siguiente se muestra la elección de los establecimientos hoteleros que han tenido mayor acogida por parte de los turistas.

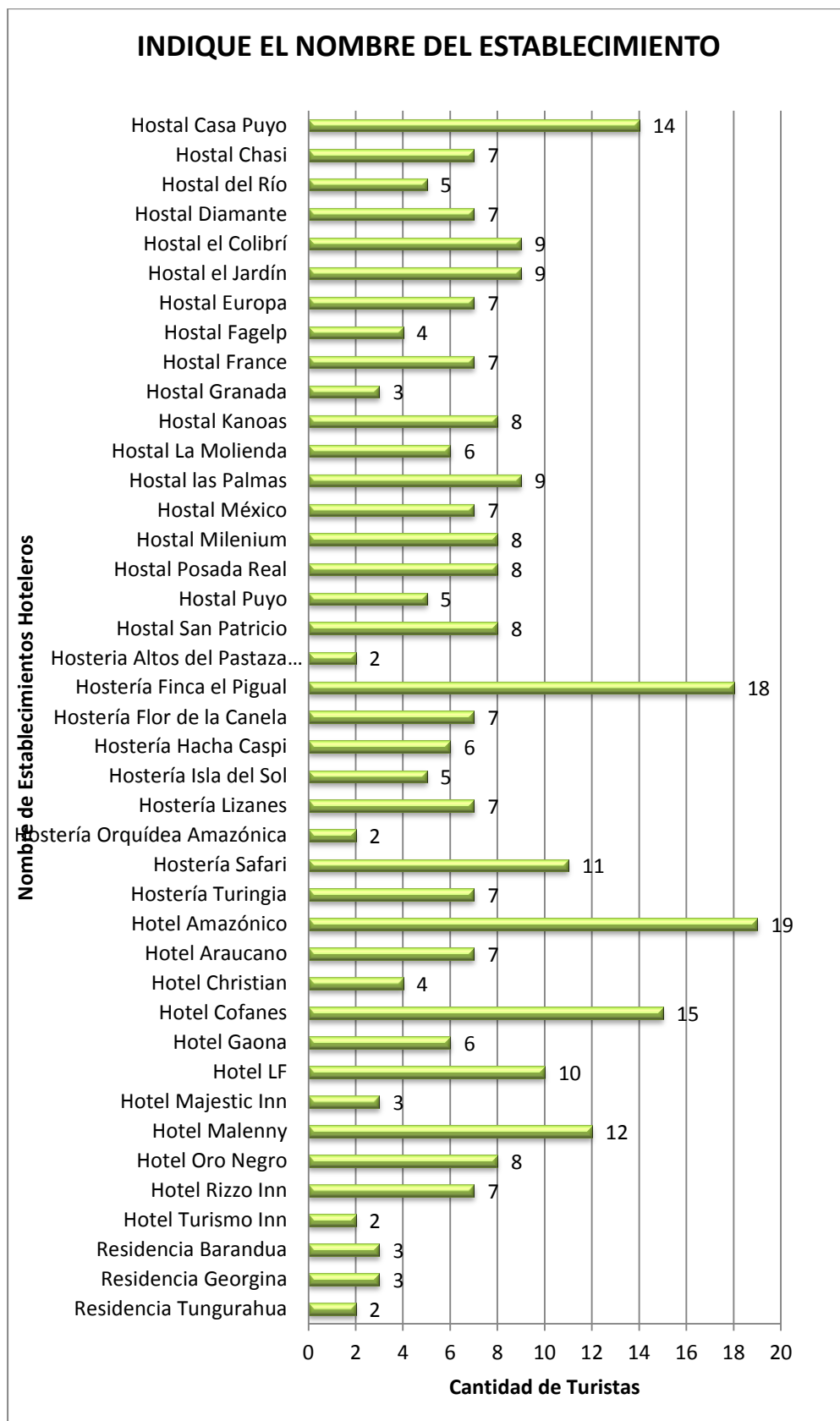


Gráfico 3.06. Indique el nombre del Establecimiento

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

El primer grupo de establecimientos se componen de: Hostal Casa Puyo, Hotel Amazónico, hostería Finca el Pigual, Hotel Cofanes, Hotel Malenny, Hostería Safari, Hotel LF con un 33,33 % que representa a 99 turistas.

En el segundo grupo: Hostal el Colibrí, Hostal el Jardín, Hostal las Palmas, Hostal Kanoas, Hostal Milenium, Hostal Posada Real y Hostal San Patricio con un 19,87 % que representa a 59 turistas.

En el tercer grupo: Hotel Oro Negro, Hostal Chasi, Hostal Diamante, Hostal Europa, Hostal France, Hostal México, Hostería Flor de la Canela con un 16,84 % equivalente a 50 turistas.

En el cuarto grupo: Hostería Lizanes, Hostería Turingía, Hotel Araucano, Hotel Rizzo Inn, Hostal La Molienda, Hostería Hacha Caspi y Hotel Gaona con un total de 46 turistas, dando un porcentaje del 15,49 %.

En el quinto grupo: Hostal del Río, Hostal Puyo, Hostería Isla del Sol, Hostal Falgelp, Hotel Christian, Hostal Granada, Hostal Majestic Inn con 29 turistas que representan un 9,76 %.

Y finalmente en el sexto grupo: Residencia Barandua, Residencia Georgina, Hostería Orquídea Amazónica, Hostería Altos del Pastaza and Louge Reserve, Hotel Turismo Inn y Residencia Tungurahua con un total de 14 turistas que representan al 4,71 %.

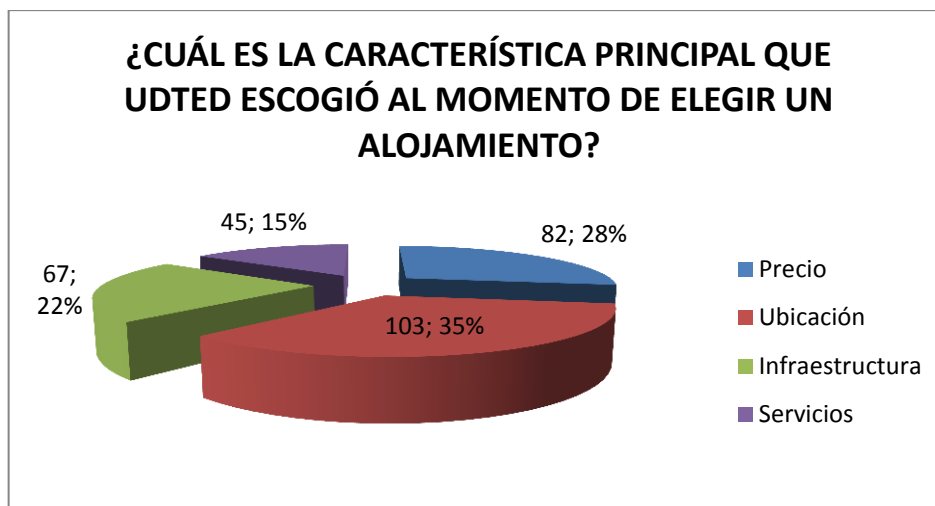


Gráfico 3.07. ¿Cuál es la característica principal que usted escogió al momento de elegir un alojamiento?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Las características determinantes al momento de elegir un lugar donde hospedarse se conoció que 82 turistas que representan un 28 % optaron por el precio, por el contrario 103 turistas representando el 35 % supieron indicar que por la ubicación en la que se encuentren, mientras que 67 turistas correspondiente al 22 % supo especificar que la por la infraestructura y 45 turistas representando el 15 % escogieron un alojamiento por los servicios que le ofrezcan.

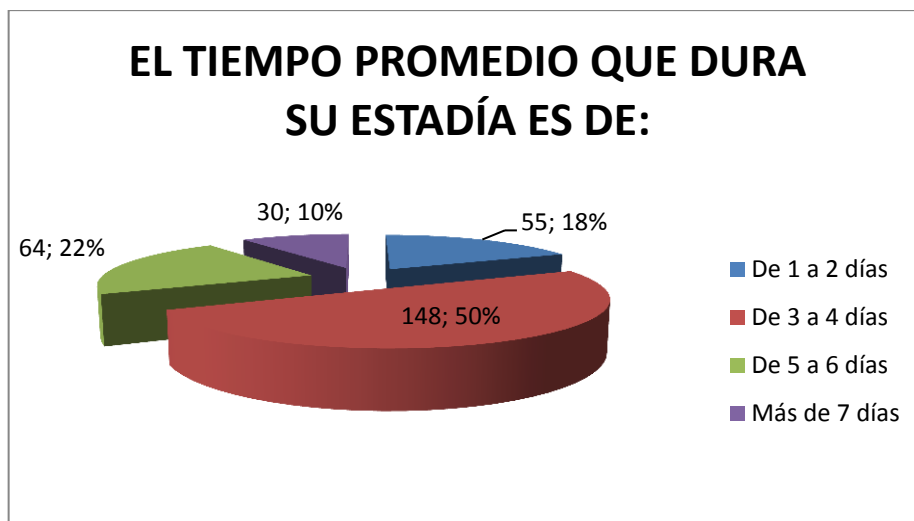


Gráfico 3.08. El tiempo promedio que dura su estadía es de:

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

De 55 turistas encuestados que equivaliendo al 18 % aseguran visitar la ciudad de Puyo por un lapso de tiempo de 1 a 2 dos días, de igual manera 148 turistas representando al 50 % supieron responder que el tiempo de estadía promedio es de 3 a 4 días, así mismo 64 turistas equivaliendo al 22 % indicaron que de 5 a 6 días, tanto así que 30 turistas representan un 10 % optaron por más de 7 días.

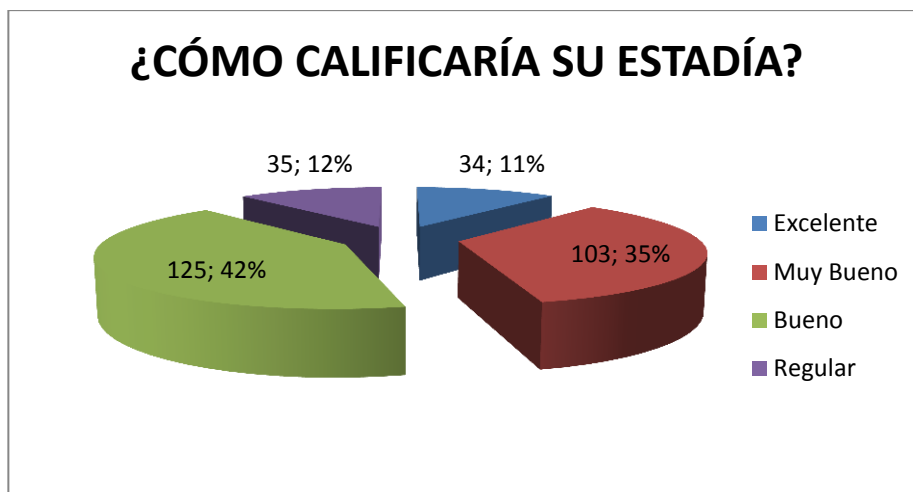


Gráfico 3.09. ¿Cómo calificaría su estadía?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

La atención brindada según 34 turistas (11 %) revelaron que su estadía la calificarían como excelente, mientras que 103 turistas (35 %) dijeron fue muy buena, tanto así que 125 turistas (42 %) supieron indicar que la estadía fue únicamente buena y 35 turistas equivalente al 12 % manifestaron que la calificación que darían por su estadía sería de regular.

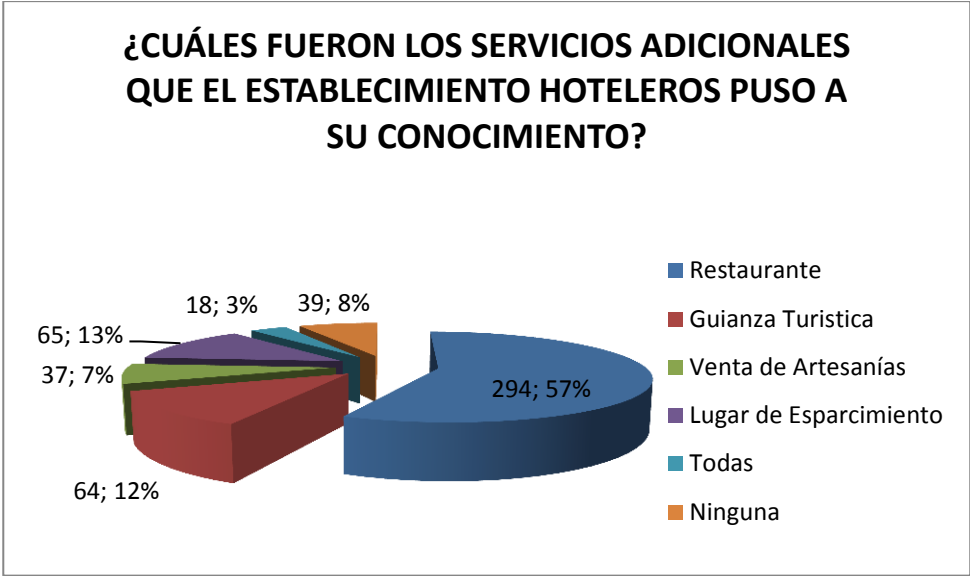


Gráfico 3.10. Mientras estuvo hospedado, cuáles fueron los servicios adicionales que el Establecimiento Hoteleros puso a su conocimiento?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

De las 297 personas que optaron por hospedarse en establecimientos hoteleros, a 294 turistas que equivale al 57 % se les dio a conocer que contaban con servicio de restaurante, a 64 turistas correspondiente al 12 % que podían contratar el servicio de Guía Turístico, a 37 turistas que es igual al 7 % que podrían comprar artesanías propias de la amazonia, a 65 turistas correspondientes al 13 % que dentro de las instalaciones del establecimiento hotelero contaban con lugares de esparcimiento o áreas verdes, a 18 turistas que corresponde al 3 % se les informó que contaban con todas las instalaciones necesarias y a 39 turistas no se les ofrecido ningún servicio adicional al de alojamiento representando un 8 %.

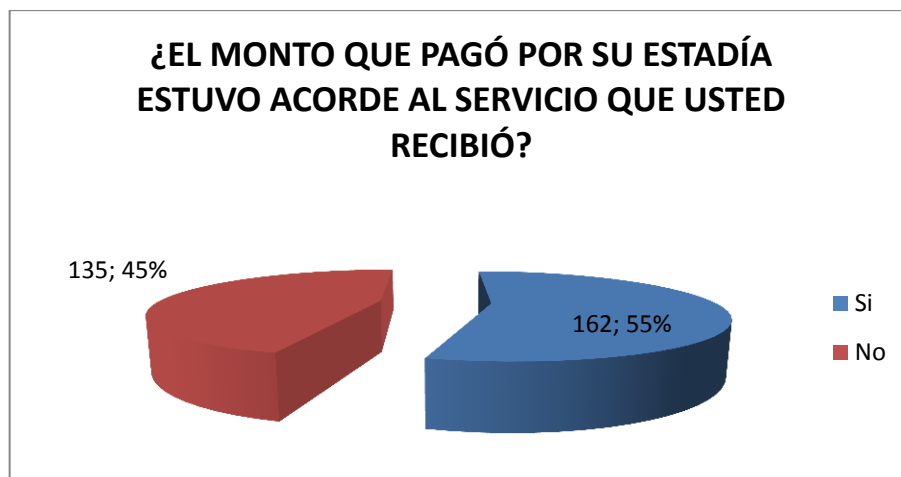


Gráfico 3.11. ¿El monto que pagó por su estadía estuvo acorde al servicio que usted recibió?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Un total de 162 turistas equivalente al 55 % estuvo de acuerdo a que el monto cancelado por la estadía, estuvo acorde al servicio que recibió mientras duro su permanencia en el mismo, y un 45 % representado en 135 turistas dijeron no estar de acuerdo.

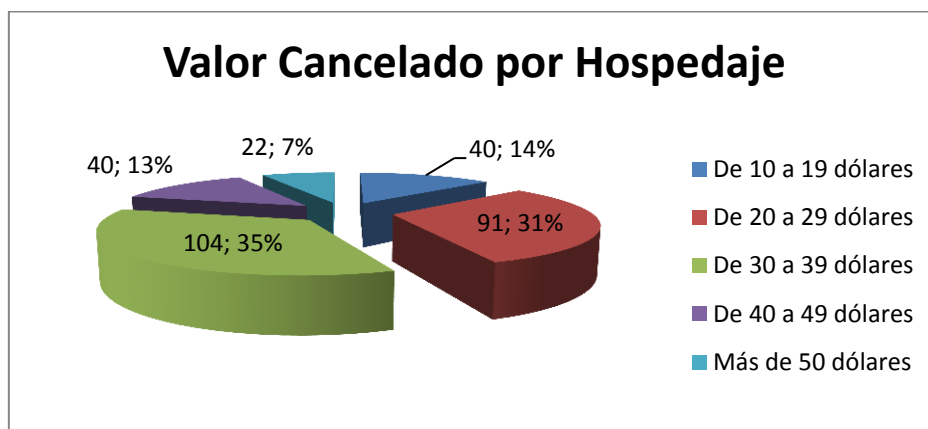


Gráfico 3.12. El valor que canceló por su estancia fue de:

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

El valor cancelado por noche mientras duró su estadía fue de 10 a 19 dólares un total de 40 personas (14 %), de 20 a 29 dólares un total de 91 turistas (31 %), de 30 a 39 dólares un total de 104 turistas (35 %), de 40 a 49 dólares fueron 40 turistas (13 %) y finalmente por un monto superior a 50 dólares fueron 22 turistas (7 %).

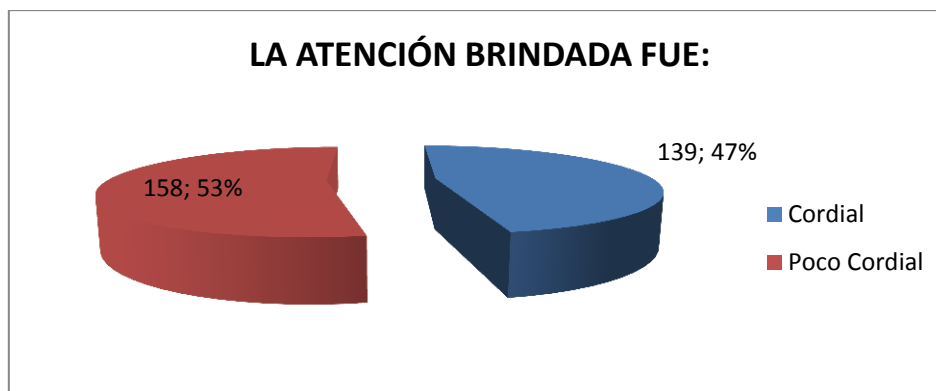


Gráfico 3.13. La atención brindada fue:

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Un 47 % equivalente a 139 turistas opinaron que la atención brindada en su estadía en el establecimiento hotelero de su preferencia fue cordial a pesar de que 158 turistas equivalente al 53 % dijeron que fue poco cordial la atención.

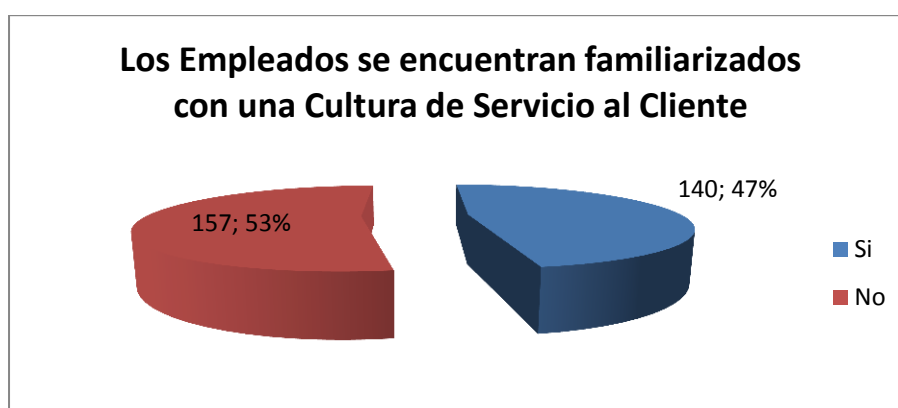


Gráfico 3.14. ¿Cree que los empleados del establecimiento están familiarizados con una cultura de servicio al cliente?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

De los turistas encuestados 140 representando al 47 % supieron indicar que los empleados se encuentran familiarizados con una cultura de servicio al cliente, mientras que 157 turistas representando al 53 % dijeron que No.



Gráfico 3.15. ¿Cree usted que los empleados se encuentran motivados en su puesto de trabajo?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Al conocer si los empleados se encuentran motivados en su puesto de trabajo, 135 turistas (45 %) observaron que la desmotivación del empleado en su puesto, mientras que 162 turistas (55 %) dice haber notado una motivación.

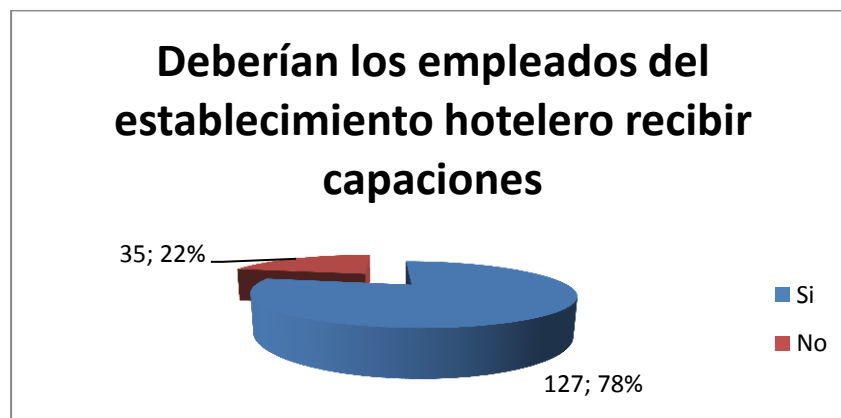


Gráfico 3.16. Deberían los empleados del establecimiento hotelero recibir capacitaciones

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

En cuanto a saber si los empleados de establecimientos hoteleros deberían recibir capacitaciones y tomándose como referencia el 45 % de la pregunta anterior que noto una desmotivación, se conoció 127 correspondiente al 78 % opinó que los empleados de establecimientos hoteleros debería recibir capacitaciones y 35 turistas representando el 22 % supo indicar que no sería necesario.

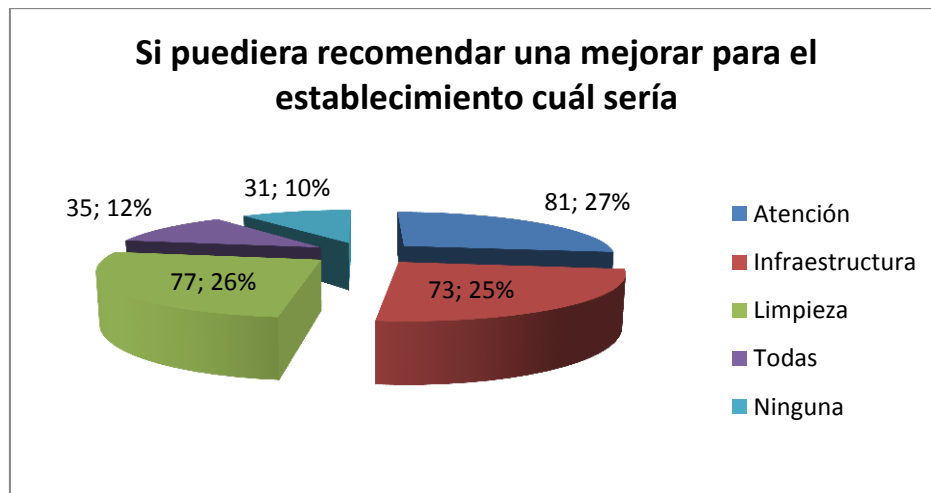


Gráfico 3.17. Si pudiera recomendar una mejora para el establecimiento cuál sería

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a turistas

Al momento de la contestación de la recomendación entre las cinco opciones que se presentaron para mejorar un establecimiento hotelero el 27 % tuvo preferencia por la atención brindada, el 25 % que se debería mejorar la infraestructura, el 26 % que hace falta la debida limpieza de las instalaciones, un 12 % escogió todas las opciones a mejorar y por ultimo un 10 % no cree que se necesiten mejoras.

3.5.2. Presentación de Resultados de Encuestas a Empleados de Establecimientos Hoteleros

Habiéndose realizado satisfactoriamente el 100 % de las encuestas a empleados de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Puyo, en el lapso de tiempo del 15 al 20 de octubre del presente año, se procedió al análisis de los resultados obtenidos, los mismos que fueron tabulado de manera manual.

Una vez que se dichas tabulaciones de cada una de las preguntas, se obtuvieron los siguientes gráficos, seguidamente de una breve explicación que ayudaría a entender los mismos.

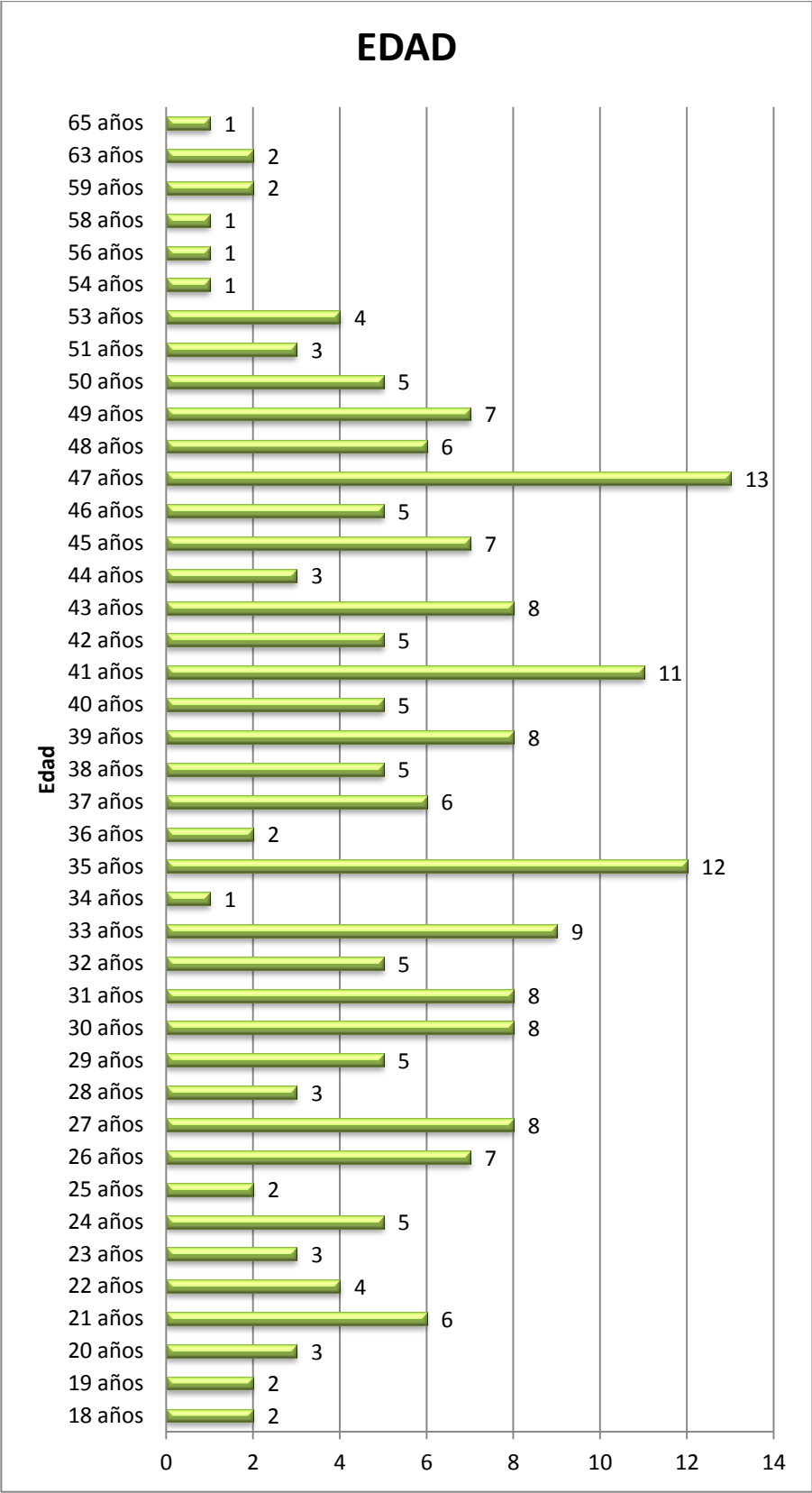


Gráfico 3.18. Edad

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

De doscientos cuatro personas entre hombres y mujeres que se encuentran actualmente laborando en un establecimiento hotelero se obtuvieron los siguientes resultados:

En el primer grupo entre las edades comprendidas de 18 a 25 años se encuentran 27 empleados que representan el 13,24 %, en el segundo grupo entre las edades comprendidas de 26 a 33 años se conoció que 53 empleados representan el 25,98 %, en el tercer grupo entre los 34 a 41 años representan 50 personas reflejando el 24,51 %.

En el cuarto grupo entre 42 a 49 años fueron 54 los empleados representando el 26,47 % y finalmente en el quinto grupo de 50 a 65 años, fueron 20 los empleados equivaliendo al 9,80 %.

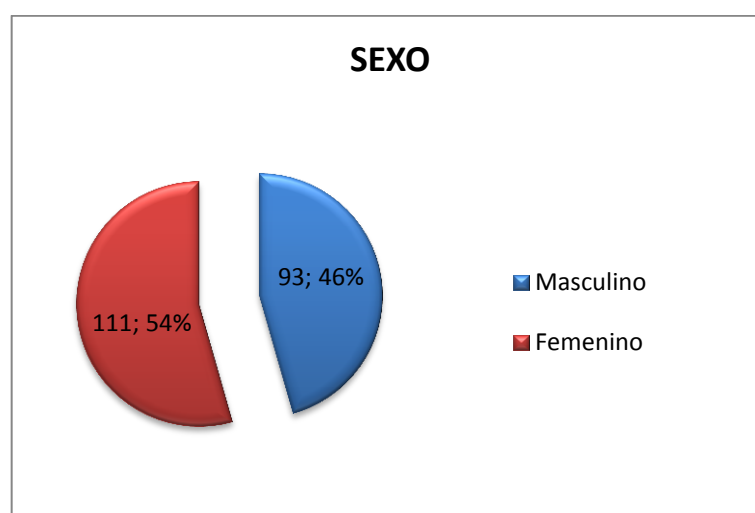


Gráfico 3.19 Sexo

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Del total de doscientos cuatro empleados encuestados en los diferentes establecimientos hoteleros de la ciudad de Puyo, se conoció que el 54 % representado por 111 empleados son de género femenino, mientras que el 46 % representado por 93 personas son de género masculino.

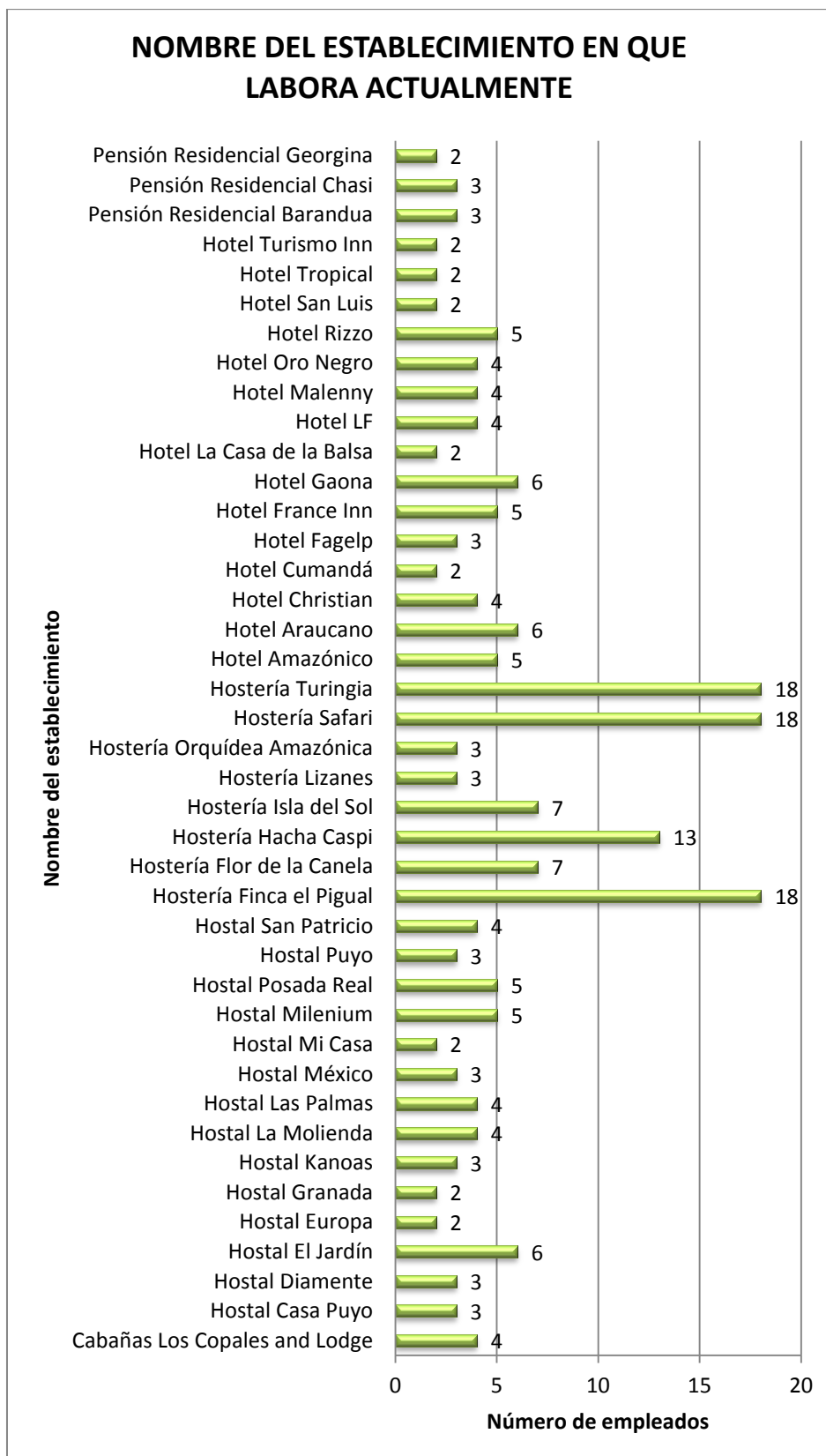


Gráfico 3.20 Nombre del establecimiento en que labora actualmente

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

De un total de 41 establecimientos hoteleros encuestados y dividido en grupos se obtuvieron los siguientes resultados:

En el primer grupo con 27 empleados representando el 13,24 % se encuentra concentrado en Cabaña Los Copales, Hostal Casa Puyo, Hostal Diamante, Hostal el Jardín, Hostal Europa, Hostal Granada, Hostal Kanoas y Hostal La Molienda.

En el segundo grupo con 44 empleados, y presentando el 21,57 %, se encuentra: Hostal Las Palmas, Hostal México, Hostal Mi Casa, Hostal Milenium, Hostal Posada Real, Hostal San Patricio y Hostería Finca el Pigual

En el tercer grupo con 74 empleados y representando el 36,27 %, se encuentran: Hostería Flor de la Canela, Hostería Hacha Caspi, Hostería Isla del Sol, Hostería Lizanes, Hostería Orquídea Amazónica, Hostería Safari, Hostería Turingia, Hotel Amazónico.

En el cuarto grupo con 32 empleados y representando el 15,69 %, se encuentran: Hotel Araucano, Hotel Christian, Hotel Cumanda, Hotel Fagelp, Hotel France Inn, Hotel Gaona, Hotel La Casa de la Balsa, Hotel LF.

En el quinto grupo con 27 empleados y representando el 13,24 %, se encuentran: Hotel Malenny, Hotel Oro Negro, Hotel Rizzo, Hotel San Luis, Hotel Tropical, Hotel Turismo Inn, Pensión Residencial Barandua, Pensión Residencial Chasi, Pensión Residencial Georgina.

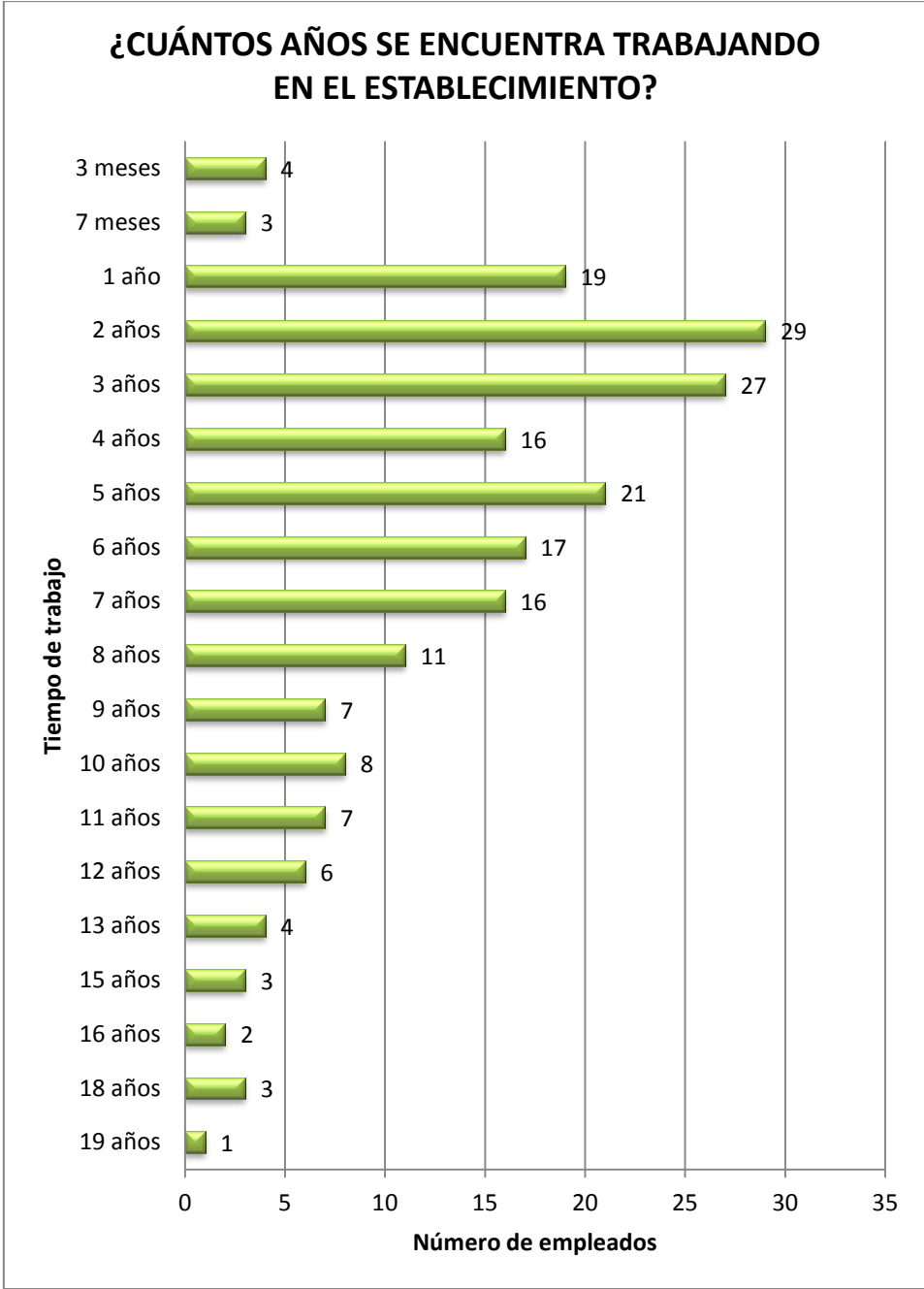


Gráfico 3.21 ¿Cuántos años se encuentra trabajando en el establecimiento?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Los empleados que laboran hasta 3 meses, se han encontrado que son 4 equivaliendo al 1,96 %, mientras que hasta los 7 meses son 3 los empleados que representan 1,47 %.

Con respecto a encontrarse laborando de uno a tres años 75 empleados de diversos establecimientos hoteleros representando un 36,76 %, tanto así que entre los cuatro a seis años 54 empleados representan un 26,47 %.

Entre los siete a nueve años 34 empleados representan el 16,67 %, mientras que entre los diez a doce años de encontrarse trabajando 21 empleados representan el 10,29 %.

Y finalmente en el grupo de trece a diecinueve años de trabajo representan el 6,37 %.

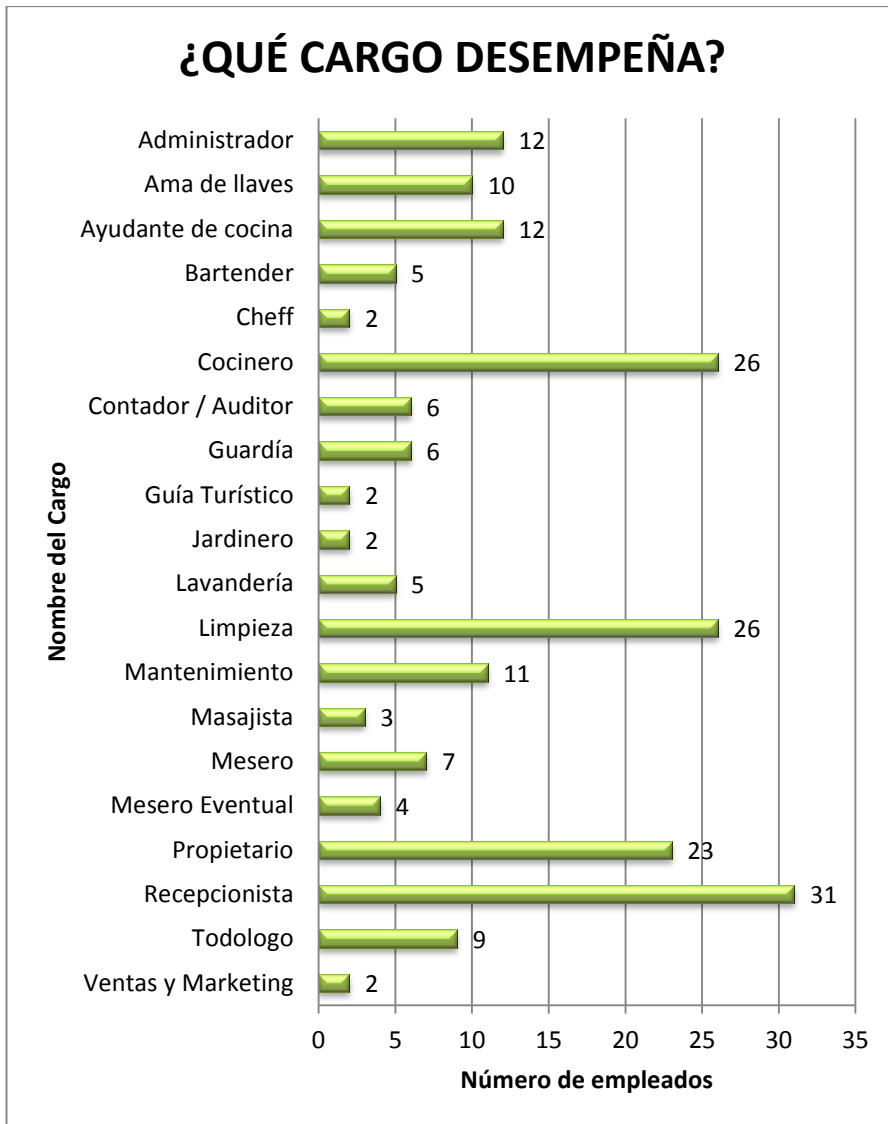


Gráfico 3.22 ¿Qué cargo desempeña?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Al no estar debidamente definidos los departamentos dentro los establecimientos hoteleros en los que se realizaron las encuestas ha sido tabulados por el cargo que desempeñan sus actividades laborales donde el 5,88 % corresponde a 12 administradores, el 4,90 % corresponde a 10 amas de llaves o mucamas, el 5,88 % a 12 ayudantes de cocina, el 2,45 % representa a 5 bartenders, el 0,98 % es representado por 2 chef, mientras que el 12,75 % equivale a 26 cocineros.

El 2,94 % corresponde a 6 contadores / auditores, entre guardias de seguridad nocturnos y diurnos 6 representan un 2,94 %, además de 2 guías turísticos que corresponden al 0,98 %, igualmente que 2 jardineros que equivalen al 0,98 %, en lavandería 5 empleados 2,45 %, el personal de limpieza representa el 12,75 % con 26 empleados.

El personal de mantenimiento representa el 5,39 %, en lo que respecto a masajistas el 1,47 %, a meseros de restaurantes el 3,43 %, a meseros eventuales de salón de eventos o bares el 1,96 %, a propietarios de establecimientos hoteleros 11,27 %, a personal encargado de la recepción el 15,19 %, a todólogos el 4,41 %, y finalmente a ventas y marketing el 0,98 %.

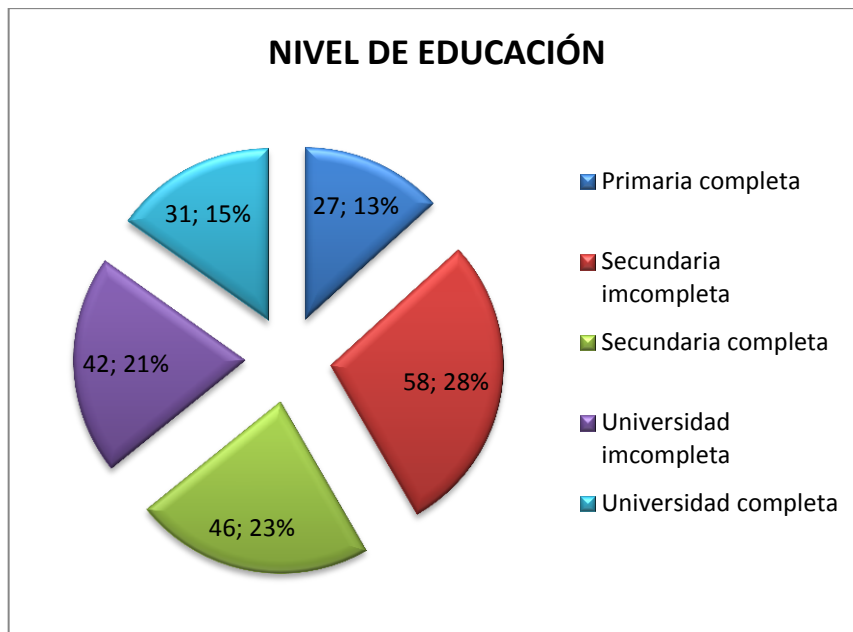


Gráfico 3.23 Nivel de Educación

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Se observó que 27 empleados de establecimientos hoteleros han completado la primaria representan el 13 %, mientras que 58 empleados no han podido completar la secundaria correspondiendo al 28 %, mientras tanto que 46 empleados han completado la instrucción secundaria representando así el 23 %, por otro lado se encuentran 31 empleados que se encuentran estudiando o han dejado a medio concluir la universidad siendo un 15 % y solo un 13 % han obtenido un título universitario que corresponde a 27 empleados.

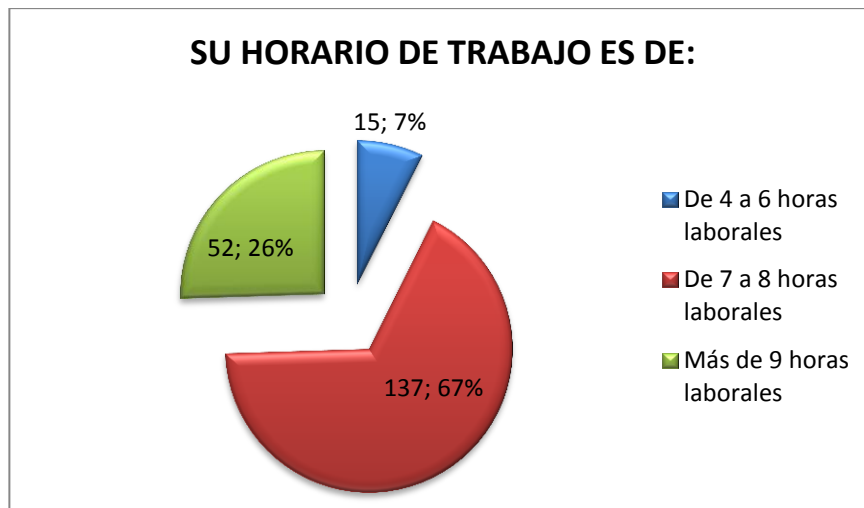


Gráfico 3.24 Su horario de trabajo

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

En lo concerniente a la jornada de trabajo se ha observado que el 67 % de empleados cumplen con trabajar únicamente de 7 a 8 horas diarias, tanto así que el 26 % trabaja horas extras y un 7 % solo medio tiempo.



Gráfico 3.25 ¿Se siente conforme con el trabajo realizado?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Noventa y nueve empleados, equivalente al 49 % se sienten conformes con las actividades que realizan mientras se encuentran en su trabajo, y el 51 % correspondiente a ciento cinco empleados no se encuentran conformes con las actividades que realizan.



Gráfico 3.26 ¿Cuántos días libres le son otorgados

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Ciento treinta y cinco empleados (66 %) supieron manifestar que cuentan con dos días de descanso mientras que sesenta y nueve (34 %) explicaron que cuentan con un día libre de descanso.



Gráfico 3.27 ¿Actualmente se encuentra afiliado al Instituto Ecuatorianos de Seguridad Social - IESS?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Todo persona que se encuentre laborando debe estar afiliado al IESS, por tal motivo dio como resultado que 176 encuestados equivalente al 86 % de empleados de las diferentes áreas de la hotelería cumplen con estar afiliados al IESS y contar con los beneficios que la ley les otorga, frente a 28 que representan un 14 % quienes aseguran no encontrarse afiliado.

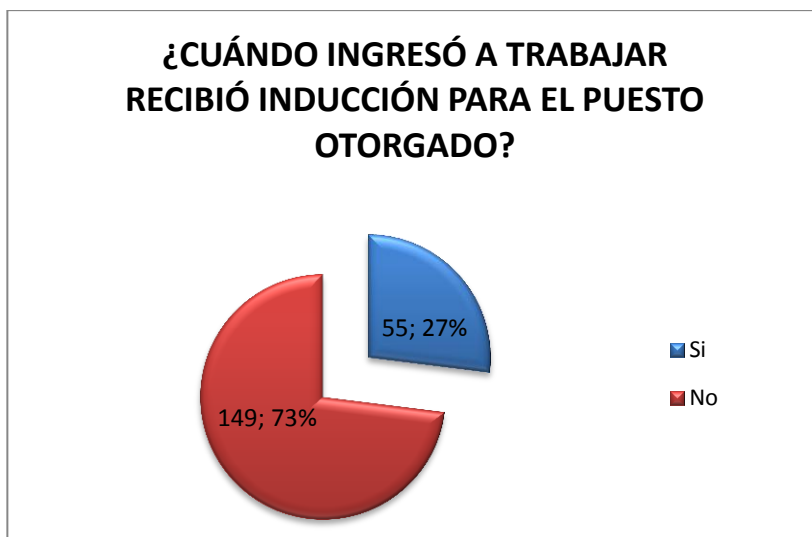


Gráfico 3.28 ¿Cuándo ingresó a trabajar recibió inducción para el puesto otorgado?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Se debe de tener presente que al incorporar a un empleado nuevo se debe brindar una inducción al puesto que se le ha otorgado, pero únicamente 55 empleados que corresponde al 27 % admite que si ha recibido una al contrario de 149 empleados que representan el 73 % que aseguran no haber recibido ninguna inducción.

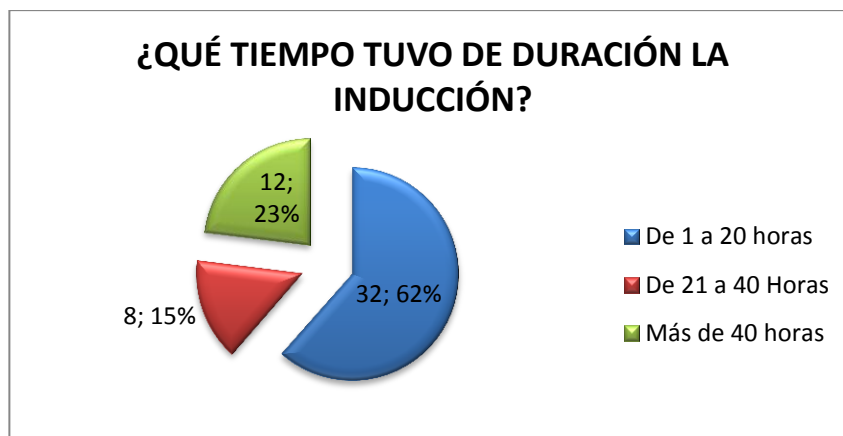


Gráfico 3.29 ¿Qué tiempo tuvo de duración la inducción?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Del total de personas que respondieron haber recibido una inducción se supo que el 6 % de las capacitaciones tuvo una duración de 1 a 20 horas, mientras tanto 8 empleados representan el 15 % con una duración de 21 a 40 horas y finalmente 12 empleados representan un 23 % que confirma que recibió capacitaciones por más de 40 horas.

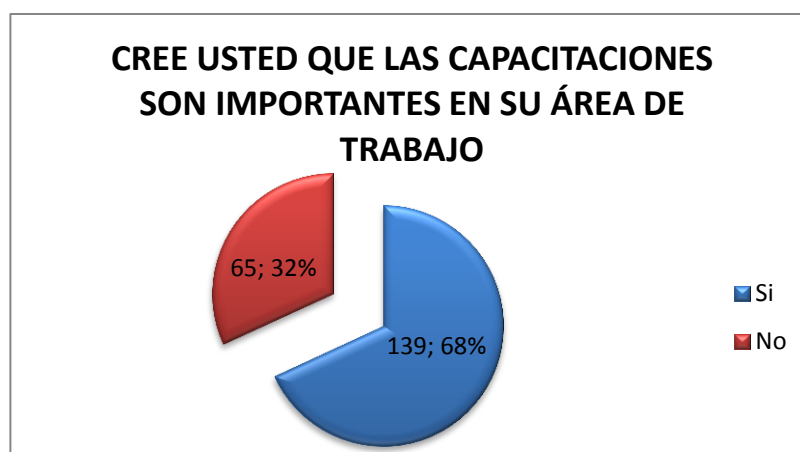


Gráfico 3.30 ¿Cree usted que las capacitaciones son necesarias para su área de trabajo?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

En cuanto a saber si las capacitaciones son importantes dentro del área de trabajo 139 empleados (68 %) % afirmaron que si son de importancia, mientras que 65 empleados (32 %) indicó que no lo son.

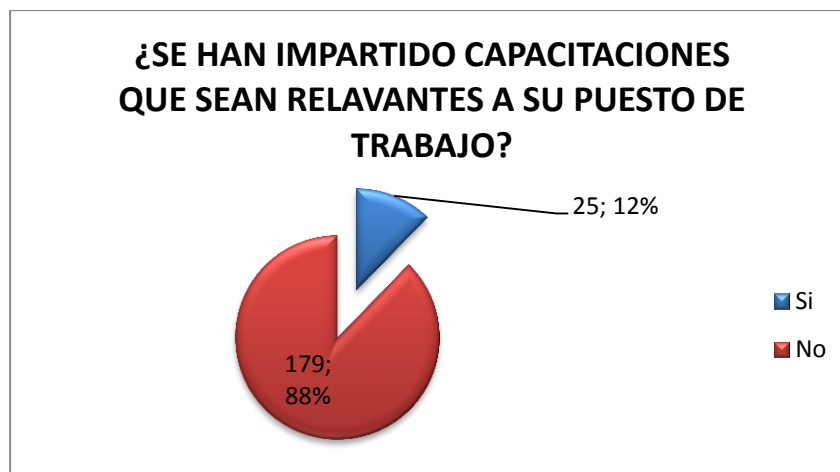


Gráfico 3.31 ¿Se han impartido capacitaciones que sean relevantes a su puesto de trabajo?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

En lo referente a saber si los empleados habían recibido algún tipo de capacitación que sea relevante a su puesto de trabajo se conoció que 25 empleados (12 %) asegura si haberla recibido y 179 empleados (88 %) indicaron que no.

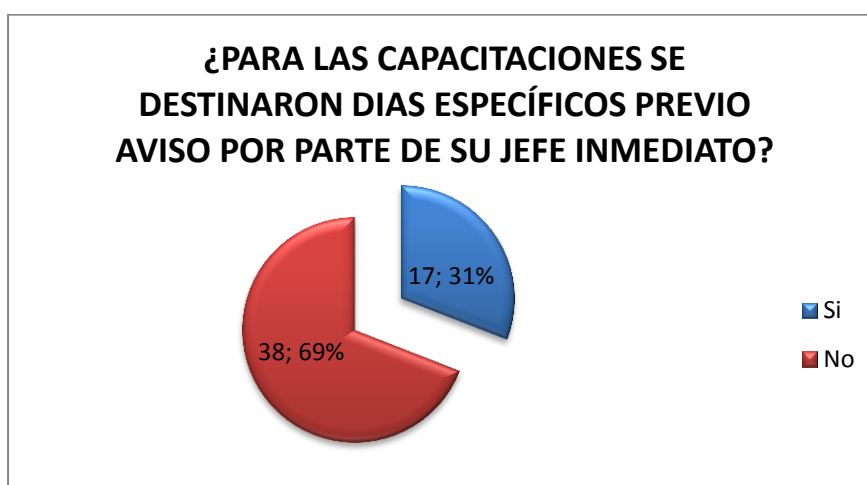


Gráfico 3.32 ¿Para las capacitaciones se destinaron días específicos previo aviso por parte de su jefe inmediato?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Del total de 55 empleados que afirmaron haber recibido algún tipo de capacitación relevante un 69 % indicaron satisfactoriamente que se destinaron días específicos previo aviso por parte de su jefe inmediato mientras que el 31 % dijo no haber recibido notificación previa.

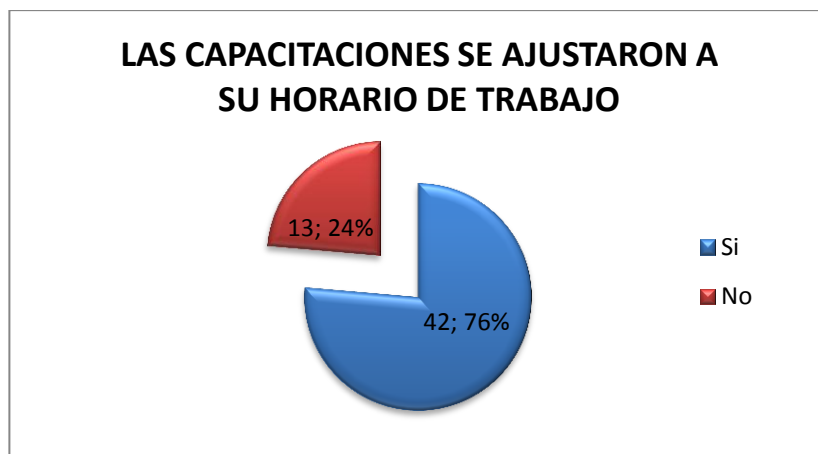


Gráfico 3.33 ¿Las capacitaciones se ajustaron a su horario de trabajo?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

El 76 % equivalente a 42 empleados supieron indicar que las capacitaciones se ajustaron a su horario de trabajo, al contrario del 24 % correspondiente a 13 empleados que dijeron no se acomodó a su jornada laboral.

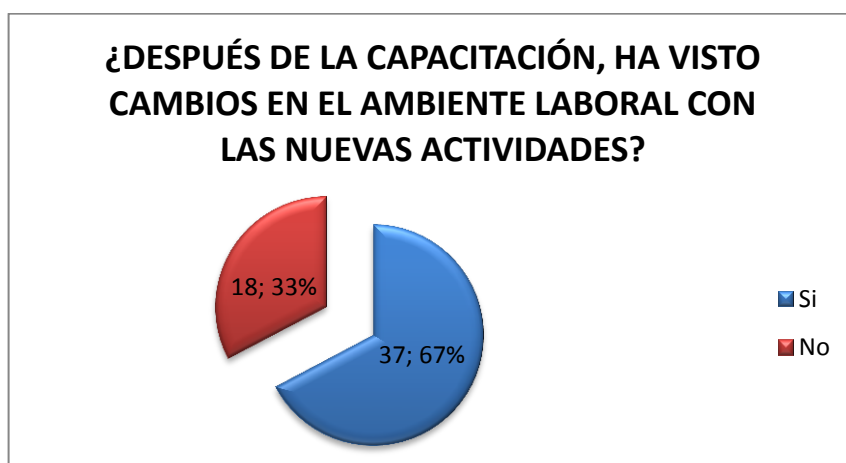


Gráfico 3.34 ¿Después de la capacitación, ha visto cambios en el ambiente laboral con las nuevas actividades?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

De igual forma basándose en el número de los empleados que afirmaron haber recibido una capacitación se confirmó que un 67 % si observaron cambios en el ambiente laboral y solo un 33 % dijeron no haber notado los cambios con las nuevas actividades.

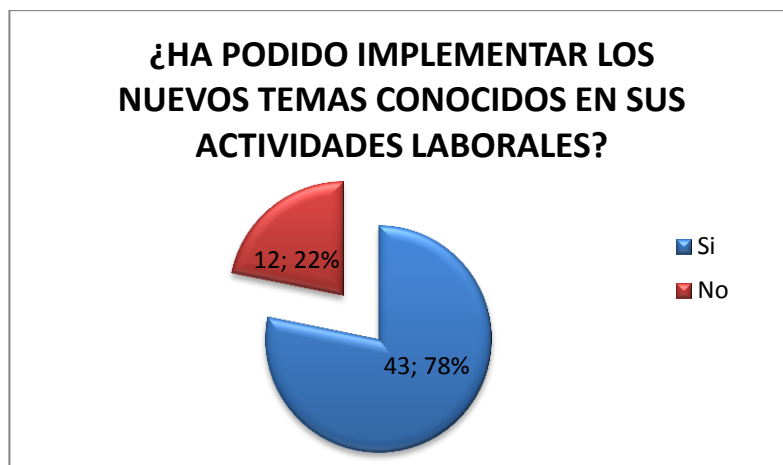


Gráfico 3.35 ¿Ha podido implementar los nuevos temas conocidos en sus actividades laborales?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Al igual que la pregunta anterior el 78 % confirmaron que si han podido implementar los nuevos temas conocidos en sus actividades laborales, frente al 12 % restante quien dijo que no se ha podido.

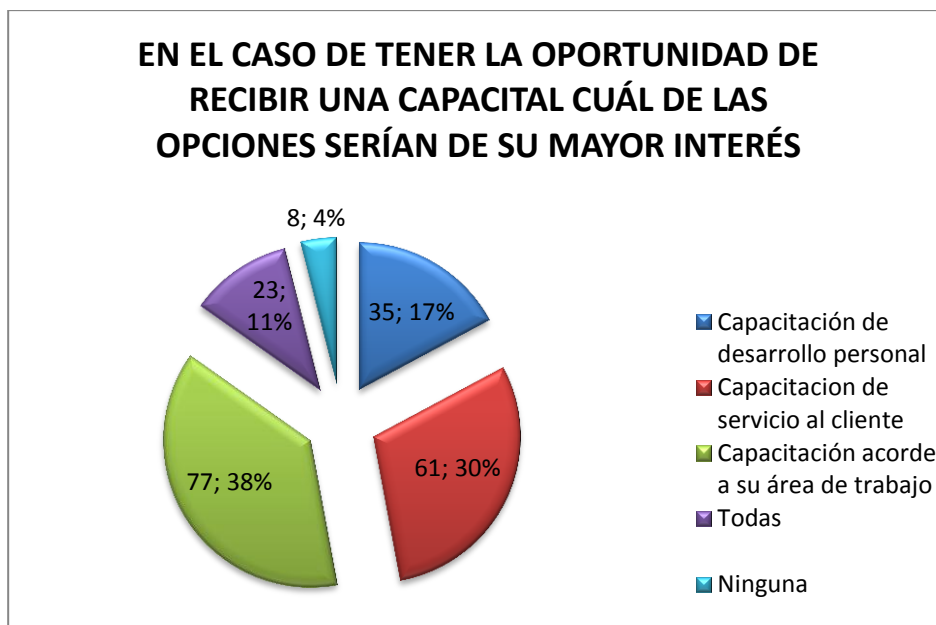


Gráfico 3.36 ¿En el caso de tener la oportunidad de recibir una capacitación ¿cuál de las opciones sería de su mayor interés?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

Del total de empleados encuestados el 17 % opto por capacitaciones de desarrollo personal, el 30% supo señalar que necesitan una capacitación de servicio al cliente, el 38% indicó que prefiere capacitaciones que estén acorde a su área de trabajo, un 11 % contestó que si tuvieran la oportunidad de recibir una capacitación deberían ser todas y únicamente un 4 % no aceptó ninguna de las opciones planteadas.



Gráfico 3.37 En caso de asistir a una capacitación, prefiere que se la realice:

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

En la pregunta realizada para conocerse si el curso de capacitación lo realizarían grupal o individual se conoció que el 31 % prefiere recibir capacitaciones individualmente y un 69 % optaría por capacitarse grupalmente.

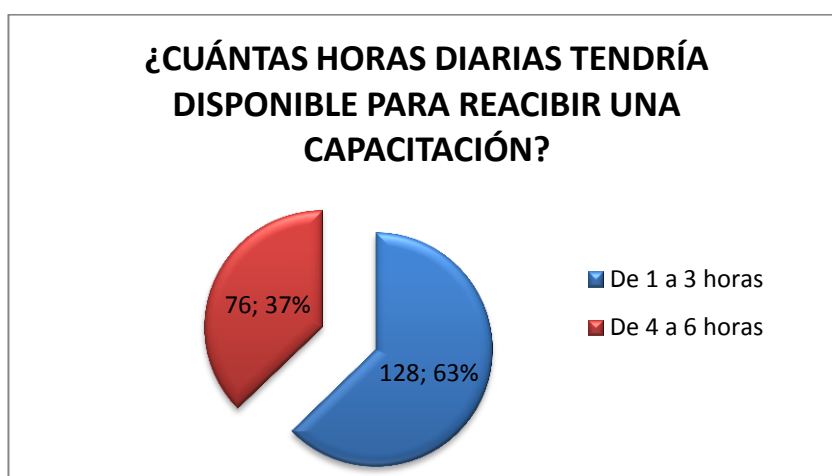


Gráfico 3.38 ¿Cuántas horas diarias tendría disponible para recibir una capacitación?

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Tabulación de encuestas realizadas a empleados

En lo referente a la cantidad de horas con las que cuentan los empleados de establecimientos hoteleros para recibir una capacitación 128 (63 %) indicaron que de una a tres horas y 76 (37 %) dispone de cuatro a seis horas.

3.5.3 Presentación de Entrevistas

En lo que respecta a las entrevistas que se realizaron, se envió la respectiva carta a cada una de las personas antes mencionadas, para solicitar una cita y poder realizar la entrevista correspondiente y la recolección de información. del N° al , los formatos de preguntas que fueron realizadas.

3.5.3.1 Entrevista realizada al Señor Edgar Castro

La presente entrevista tiene como finalidad implementar la factibilidad de una empresa de capacitación para empleados de establecimientos hoteleros en la ciudad de Puyo, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, de la manera más respetuosa me dirijo a usted para solicitar su colaboración para responder las siguientes preguntas, la información de la misma será confidencial, siendo utiliza para fines de la investigación a realizar. Si no le molesta la entrevista será grabada, para poder transcribirla posteriormente.

- ¿Cuál es su nombre completo?

Edgar Castro.

- ¿Nombre del Establecimientos en qué labora actualmente?

Hostal El Jardín.

- ¿Cuál es su cargo?

Propietario.

- ¿Cuántos años se encuentra al frente del establecimiento?

Trece años.

- ¿De dónde nació la idea de implementar éste establecimiento hotelero?

De la necesidad de proveer al público un servicio de calidad en un ambiente que sea agradable para las personas, que brinde tranquilidad, sea acogedor y poder servir al público en general.

- ¿Entre las actividades que realiza, cuáles son las de mayor importancia a su parecer y por qué?

La actividad de alimentación y hospedaje son las principales actividades que tenemos aquí nosotros en el hostel.

- ¿Cómo es el ambiente laboral en el establecimiento?

El ambiente laboral es adecuado

- ¿Si tuviera la opción de cambiar algo dentro del establecimiento hotelero qué sería?

La verdad creo que estamos conformes, satisfechos con lo que hemos realizado hasta ahora.

- ¿Para su establecimiento cuáles son los meses de mayor número de huéspedes?

Junio, Julio y Agosto

- ¿Hablando en términos numéricos cuál es el promedio de huéspedes que recibe cada mes?

La verdad no es un dato exacto pero sería alrededor de 50 huéspedes.

- ¿A su parecer, cuál es mes que tiene menos demanda de turismo?

Enero

- ¿Ustedes como establecimiento hotelero, cuenta con un plan estratégico y de marketing para captar la atención del futuro huésped? en caso de responder positivamente, sería tan amable de explicarlo brevemente.

Si, contamos con página web donde pueden realizar las reservaciones electrónicamente, ofertas para grupos grandes, alquiler del restaurante que puede ser modificado para eventos sociales.

- En lo relacionado al personal con el que trabaja, cree usted que están debidamente capacitados?

Están empezando a capacitarse con empresas de desarrollo laboral.

- ¿Si existiera la empresa que brinde el servicio de capacitación para empleados de establecimientos hoteleros, estaría usted interesado en contratar los servicios?

Claro, es una magnífica idea que una empresa así se establezca en Puyo para que entrene a nuestros empleados.

- ¿Cuánto sería el monto que estaría dispuesto a cancelar por el servicio de capacitación teórico – práctico?

No puedo dar un valor exacto porque sería de acuerdo al curso que ofrezcan.

- ¿En caso de haber contestado SI, daría facilidad de tiempo para que sus empleados puedan asistir a capacitarse?

Sí, siempre y cuando sea en temporada de pocos huéspedes.

De esta manera se ha concluido la entrevista realizada al señor Martín Pérez, Agradeciéndole por su tiempo y colaboración.

3.5.3.2 Entrevista realizada al Señor Martín Pérez

La presente entrevista tiene como finalidad implementar la factibilidad de una empresa de capacitación para empleados de establecimientos hoteleros en la ciudad de Puyo, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, de la manera más respetuosa me dirijo a usted para solicitar su colaboración para responder las siguientes preguntas, la información de la misma será confidencial, siendo utiliza para fines de la investigación a realizar. Si no le molesta la entrevista será grabada, para poder transcribirla posteriormente.

Gracias por la entrevista nuestra obligación es incentivar al empresario joven para que siga nuestros pasos y poder seguir adelante con turismo que es la base de nuestra región y de nuestra nación.

- ¿Cuál es su nombre completo?

Mi nombre completo es Jorge Martín Pérez Casco

- Nombre del establecimiento hotelero en el que labora actualmente?

Laboro en la Hostería Hacha Caspi

- ¿Cuál es su cargo?

Gerente Propietario

- ¿Cuánto años se encuentra al frente del establecimiento?

Bueno, estamos construyendo alrededor de veinte años y funcionando ocho años.

- ¿De dónde nació la idea de implementar este establecimiento hotelero?

Bueno, lo que pasa es que la idea de la hostería fue por la forma del terreno, la arquitectura del terreno nos dio paso a poder crear la Hostería Hacha Caspi.

- ¿Entre las actividades que realiza cuáles son las de mayor importancia a su parecer y por qué?

Bueno, estamos trabajando en el turismo neto del turismo interno del Ecuador, en nuestros principales sitios o nuestros principales clientes son los cuencanos, los guayaquileños, los quiteños, los de la provincia de El Oro y Loja.

- ¿Cómo es el ambiente laboral en el establecimiento?

Bueno, es magnífico, tenemos dieciocho personas que se llevan bien y queremos que nuestro turista vaya contento, vaya alegre, y vaya conforme porque esta es nuestra idea que regrese el cliente.

- ¿Si tuviera la opción de cambiar algo dentro del establecimiento qué sería?

Bueno, en hotelería siempre hay que estar cambiando, yo pienso que debemos llegar algún día, algún rato a optimizar y buscar alianzas estratégicas con otras agencias de turismo para mejor y estandarizar, buscar mejorar siempre. En hotelería nunca se puede quedar estancado sino que seguir mejorando constantemente.

- ¿Para su establecimiento cuáles son los meses de mayor número de huéspedes?

Bueno empezamos nosotros la época desde febrero, marzo, abril, los meses más fuertes son junio, julio, agosto.

- ¿Hablando en términos numéricos, cuál es el promedio de huéspedes que recibe cada mes?

Bueno estamos en un sesenta cuando es en óptimo hasta en un noventa, hasta un cien por ciento que llegamos en agosto.

- ¿A su parecer, cuál es mes que tiene menos demanda de turismo?

De momento, bueno nosotros tenemos varias opciones en esta hostería que que nos dedicamos exclusivamente al turismo, sino que, también a los talleres, a la capacitación que ahora este gobierno esta dando tanto énfasis a la capacitación, entonces, nuestro fuerte en épocas bajas son las capacitaciones, los talleres que hacen las instituciones públicas y privadas

- ¿Y específicamente el mes?

Específicamente el mes en octubre y parte de septiembre.

- ¿Ustedes como establecimiento hotelero, cuenta con un plan estratégico y de marketing para captar la atención del futuro huésped? en caso de responder positivamente, sería tan amable de explicarlo brevemente.

Tenemos un call center con la revista visión, una revista internacional que estamos haciendo, en la televisión haremos spots publicitarios para captar la atención de la gente, y trípticos, ya que hemos estado asistiendo a varios congresos de turismo en el Hotel Oro Verde, era un encuentro empresarial de turismo interno, a nivel nacional tenemos contacto con unas trecientas operadoras para tratar de cuajar el turismo interno.

- En lo relacionado al personal con el que trabaja, cree usted que están debidamente capacitados?

Bueno estamos tratando de capacitar bien, no se olvide que todavía nosotros en Puyo estamos empezando en el turismo y tratando de que ojala nuestros colegios que hacen turismo, nuestras Universidades empiecen a sacar buenos profesionales que eso es lo que nos hace falta.

- ¿Si existiera la empresa que brinde el servicio de capacitación para empleados de establecimientos hoteleros, estaría usted interesado en contratar los servicios?

Claro, es nuestra base porque si nos capacitamos, hacemos alianza con otras empresas sería importante, pero nosotros con el Ministerio de Turismo en convenio con el SECAP estamos en este año tratando de que entren nuestros colaboradores a capacitarse.

- ¿Cuánto sería el monto que estaría dispuesto a cancelar por el servicio de capacitación teórico – práctico?

Bueno nosotros según sea la capacitación, ahorita lo que nosotros necesitamos es servicio de atención al cliente, chefs que es escaso, tendríamos que fijar no le podría decir un monto exacto.

- ¿En caso de haber contestado SI, daría facilidad de tiempo para que sus empleados puedan asistir a capacitarse?

Claro, es importante la capacitación, es el bien para nosotros pero habido ocasiones en las que hemos enviados a capacitarse, y ya capacitados vienen otros empresarios turísticos y se nos van llevando la idea, yo opino que debemos buscar estrategias para que el capacitador llegue al establecimiento y le de exclusivamente al local que presta los servicios.

De esta manera se ha concluido la entrevista realizada al señor Martín Pérez, Agradeciéndole por su tiempo y colaboración.

3.5.3.3 *Entrevista realizada a la Señora Carmita Herrera*

La presente entrevista tiene como finalidad implementar la factibilidad de una empresa de capacitación para empleados de establecimientos hoteleros en la ciudad de Puyo, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería, de la manera más respetuosa me dirijo a usted para solicitar su colaboración para responder las siguientes preguntas, la información de la misma será confidencial, siendo utiliza para fines de la investigación a realizar. Si no le molesta la entrevista será grabada, para poder transcribirla posteriormente.

Gracias por la entrevista nuestra obligación es incentivar al empresario joven para que siga nuestros pasos y poder seguir adelante con turismo que es la base de nuestra región y de nuestra nación.

- ¿Cuál es su nombre completo?

Carmita Esperanza Herrera Carrión

- ¿Nombre del establecimiento hotelero en el que labora actualmente?

Gran Hotel Amazónico

- ¿Cuál es su cargo?

Administradora

- ¿Cuánto años se encuentra al frente del establecimiento?

Tres años

- ¿De dónde nació la idea de implementar éste establecimiento hotelero?

De los dueños, ellos más o menos en el año noventa y cinco tuvieron la idea entre los dos de crear un establecimiento de lo que es alojamiento y servicio de restaurante, y la idea creo les salió muy bien.

- ¿Entre las actividades que realiza cuáles son las de mayor importancia a su parecer y por qué?

Entre las actividades que se realizan pues buscar estrategias para atraer más clientes ya que el mercado ahora aquí en Puyo es un poco competitivo, y ya no se puede competir con el precio, sino, con el servicio, esto significa que hay que capacitar más al personal que labora para poder brindar un mejor servicio.

- ¿Cómo es el ambiente laboral en el establecimiento?

El ambiente laboral es muy bueno, hemos tratado más que ser compañeros de trabajo es ser amigos, darnos la mano y creo que está resultando muy bien porque no tenemos ningún problema en cuanto a llevarnos como compañeros de trabajo.

- ¿Si tuviera la opción de cambiar algo dentro del establecimiento qué sería?

Buenos los cambios los estamos haciendo ya, ahora se han implementado otras cosas, otros servicios que no había y nos está dando muchos resultados, pues creo

que seguir cambiando o renovando dentro de un establecimiento de servicio como es el nuestro es muy importante por la competencia que tenemos.

- ¿Para su establecimiento cuáles son los meses de mayor número de huéspedes?

Son los meses: en febrero por carnaval, noviembre feriado de finados y cuando estamos en festividades dentro de la ciudad

- ¿Hablando en términos numéricos, cuál es el promedio de huéspedes que recibe cada mes?

Dependiendo, si son los meses altos pues se recibe gran afluencia de turistas, esto sería más o menos de unos ochenta o noventa; no tengo muy claro, no he contabilizado pero hay buen afluencia.

- ¿A su parecer, cuál es mes que tiene menos demanda de turismo?

El mes de enero

- ¿Ustedes como establecimiento hotelero, cuenta con un plan estratégico y de marketing para captar la atención del futuro huésped? en caso de responder positivamente, sería tan amable de explicarlo brevemente.

Claro, se implementó lo que es la página web ya que ahora todo se mueve por el internet, también se ha mandado hacer por estas fiestas de diciembre calendarios que son muy útiles para la propaganda publicitaria del hotel

- En lo relacionado al personal con el que trabaja, cree usted que están debidamente capacitados?

Pues sí, ahora estamos si... se han realizado más seguido las capacitaciones en cada área que los chicos laboran y creo que si están capacitados, pero nunca es de decir ya es totalmente; tienen que seguir capacitándose porque todo va cambiando

- ¿Si existiera la empresa que brinde el servicio de capacitación para empleados de establecimientos hoteleros, estaría usted interesado en contratar los servicios?

Claro que si es muy importante y más si son profesionales creo que nos ayudarían mucho más.

- ¿Cuánto sería el monto que estaría dispuesto a cancelar por el servicio de capacitación teórico – práctico?

Pues yo creo que ahí no hay que decir números, obviamente la inversión no es un gasto; es una inversión a largo plazo, pues estaríamos dispuestos pero no le pongo un precio.

- ¿En caso de haber contestado SI, daría facilidad de tiempo para que sus empleados puedan asistir a capacitarse?

Claro, definitivamente si

De esta manera se ha concluido la entrevista realizada a la Señora Carmita Herrera, Agradeciéndole por su tiempo y colaboración.

3.5.3.4 *Entrevista realizada a la Señora Maura Coloma*

La presente entrevista tiene como finalidad implementar la Factibilidad de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros en la ciudad de Puyo, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. De la manera más respetuosa me dirijo a usted para solicitar su colaboración para responder las siguientes preguntas. La información de la misma será confidencial, siendo utilizada para fines de la investigación a realizar, si no le molesta la entrevista será grabada, para poder transcribirla posteriormente.

- ¿Cuál es su nombre completo?

Maura Coloma

- Nombre de la institución en que labora actualmente

AHOTEP – Federación Hotelera Ecuatoriana de Pastaza.

- ¿Cuál es su cargo?

Presidenta.

- ¿Cuántos años se encuentra en el puesto?

Dos años.

- ¿Qué es AHOTEP?

Es una institución gremial de empresarios hoteleros de Pastaza sin fines de Lucro, que ayuda a la resolución de diversos inconvenientes que se suscitan a diario en los hoteles.

- Entre las actividades que realiza, ¿cuáles son de mayor importancia a su parecer y por qué?

El representar a los hoteleros de Pastaza ante FENACAPTUR que es la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo y verificar que los establecimientos afiliados permanezcan registrados a empresas de turismo como agencias importantes como Metrpolitantouring.

- Si existiera una empresa que brinde capacitación a establecimientos hoteleros podría ser certificado o avalado por AHOTEP.

Se pudiera hacer una excepción si cumple con los requisitos que se impongan pues AHOTEP es asociación únicamente para hoteles pero si el servicio que brinda en capacitar puede ser incluido entre nuestros proveedores.

De esta manera se da por terminada la entrevista a la Señora Maura Coloma, agradeciéndole por su tiempo y extendiéndole una disculpa por interrumpirla de sus labores.

Concluyendo que el nivel de aceptación para la empresa que se desea implementar es favorable puesto que se cuenta con el apoyo de AHOTEP y de Gerentes de Establecimientos Hoteleros.

CAPITULO IV

PLAN DE MARKETING

Se conoce que el plan de marketing juega un papel importante dentro de una empresa, como nos explica Weswood, J. (1997), *“determina los objetivos de marketing de la empresa y sugiere estrategias para alcanzarlos”*. (p. 7) mientras que Contreras, A. (2011), indica que *“un plan de promociones, mercado o marketing (Plan de Marketing) es un documentos escrito que detalla las acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado”*. (p 93)

4.1. Análisis Situacional del Mercado

En el desarrollo del capítulo se elaborará el detalle sobre la posible competencia directa e indirecta que pueda existir, así también la situación y evaluación actual del target al cual va hacer dirigido este proyecto. Obteniendo la posibilidad de medir el nivel de aceptación de los servicios de capacitación que se ofrecerán a empleados de los distintos establecimientos que brindan hospedaje en la ciudad de Puyo, quienes serán los consumidores finales de la empresa.

Contemplando el análisis del mercado meta, a la vez de la realización del estudio del perfil y del comportamiento que tendrá el consumidor final o el cliente; logrando de tal manera la creación de estrategias de marketing que permitan la satisfacción, permitiendo a la empresa posicionarse establemente dentro del mercado.

Para poder comenzar con el análisis de la industria hotelera se debe de recordar que la hotelería está ligada al turismo, el mismo que es sensible y cambiante, poniendo en manifiesto que la seguridad personal y las relaciones humanas deben tener un sitio importante principalmente entre los demandantes y ofertantes del servicio de alojamiento en zonas turísticas.

A pesar de juntar dos temas que están inmersos dentro de un mercado demasiado competitivo como son los servicios que se encuentran continuamente en crecimiento, se considera que el turismo es el punto central entre la hotelería, alimentación y distracción, mientras que la capacitación es el punto de equilibrio entre la productividad y la eficiencia.

Según datos obtenidos por el INEC (2009) último censo económico realizado en la ciudad de Puyo se corroboró que dentro de los servicios que es la categoría en la que se encuentra la rama de capacitación y hotelería así como el servicio de alimentación que brinda es la que más invierte en mantener capacitados a su personal, reflejado en el siguiente gráfico cuyo valores representan a millones de dólares.

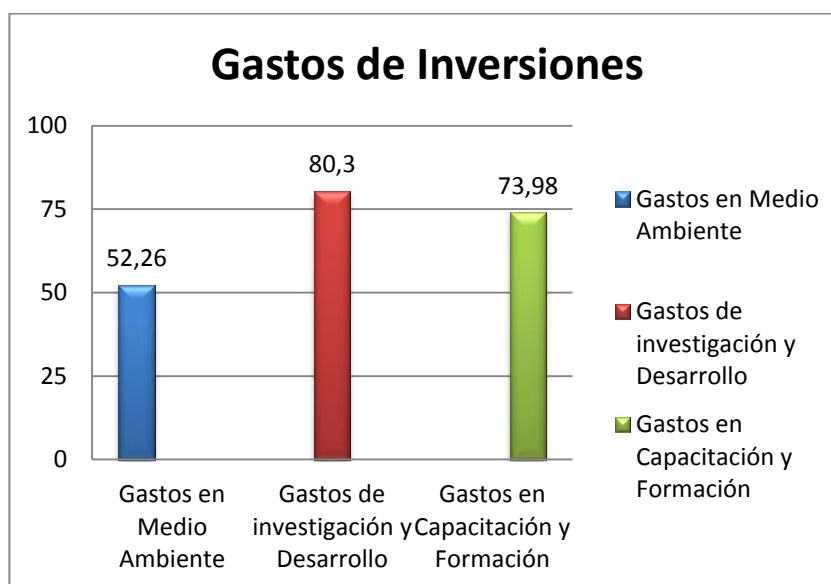


Gráfico 4.01. Gastos de Inversión de Empresas en Pastaza.

Elaborado por: Aracely Cecibel Pucuna

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador

Siendo importante para compañías que creen indispensable contar con la globalización por la variedad en los ambientes en los que vaya a operar. En lo que concierne al análisis situacional de CAHO S.A.

4.2 Análisis del Macro Ambiente

Teniéndose en consideración que para el estudio de factibilidad de la empresa que se desea implementar se ha decidido contar con la realización del Análisis Pest, puesto que será la manera de conocer el entorno en el que se desenvolverán las actividades laborales, teniendo participación dentro del mercado ecuatoriano y regionalmente en la amazonia, analizando los factores económicos, sociales, culturales, políticos, tecnológicos.

4.2.1 Análisis PEST

También conocido como Análisis del Entorno General, *“consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro, definiendo cuatro factores clave que pueden tener una influencia directa sobre la evolución del negocio”*.

Analizando factores como:

Político

Económico

Sociocultural

Tecnológico

La empresa de capacitaciones hoteleras CAHO S.A., tendría participación dentro del mercado nacional ecuatoriano, analizando los factores que se involucran con el entorno.

4.2.1.1. Factor Económico

Si bien la economía en Ecuador está abierta a captar los cambios económicos que puedan surgir a nivel de Latino América también puede adaptarse a nivel mundial, y según datos obtenidos por El Banco Central del Ecuador (2012) se conoció que al cierre del año 2011 se obtuvieron los siguientes datos presentados a continuación.

Tabla 4.01 Cambios Económicos

CAMBIOS ECONÓMICOS			
Economía a nivel:	2009	2010	2011
Mundial	-0,7	5,1	4,0
América Latina	-1,7	6,1	4,5
Ecuador	1,0	3,3	8,0

Elaborador por:

Aracely Pucuna

Fuente:

Banco Central del Ecuador 2012

Con el incremento anual de la economía, luego de la crisis económica que se vivió en el año 2009, ya a finales del 2011 se reactiva el sentido de viajar, puesto que se cuenta con los recursos necesarios para que una familia o grupo de amigos puedan alojarse en establecimientos hoteleros

De tal manera se conoció que el ingreso de turistas extranjeros al Ecuador según la Asociación de Operadoras de Turismo Receptivo del Ecuador, va en aumento como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 4.02 Entrada de Extranjeros 2012

ENTRADA DE EXTRANJEROS 2012	
Mes	# Turistas
Enero	130 000
Febrero	100 000
Marzo	95 000
Abril	90 000
Mayo	95 000
Junio	120 000
Julio	130 000
Agosto	110 000
Septiembre	80 000
Octubre	100 000

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador 2012

De igual manera para el turismo en la ciudad de Puyo, se obtuvieron datos por parte de la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador (2012), en el que se conoció que la afluencia de turismo para dicha ciudad ha aumentado en un 4% en relación al año anterior.

Un dato interesante recabado en la investigación en documentos virtuales del Banco Central del Ecuador, es el conocer que mientras la tasa de desempleo desciende el índice de Producto Interno Bruto – PIB aumenta; puesto que se aumentan plazas de trabajo que producen e incrementan ganancias.

Dejando claro que a Ecuador y específicamente a Puyo lo que le hace falta es explotar y dar a conocer sus atractivos turísticos al 100 % siempre y cuando no se afecte a la biodiversidad, acompañado de un excelente servicio y atención por parte de uno de los pilares fundamentales, la hotelería que al dar alojamiento y tener el correcto tratado para sus desechos se colaboraría con la naturaleza, del mismo modo aplicando un marketing estratégico, conseguir más huéspedes.

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, presentó a la ciudadanía un análisis de las últimas cifras de empleo del tercer trimestre de 2010 publicadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) ratificando la franca recuperación en la que se encuentra inmersa la economía Ecuatoriana. En este contexto, se anunció la disminución de la tasa de desempleo de 9,1% en el tercer trimestre de 2009, a 7,4% en igual período de 2010. Este indicador muestra un decrecimiento estadísticamente significativo. Entre septiembre de 2009 y septiembre de 2010.

Y que según el último censo realizado en noviembre del 2010 y conforme presentación de resultados por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en Ecuador habitan 14'483.499 personas, y gráficos estadísticos que fueron obtenidas mediante el Banco Central del Ecuador – BCE se pueden conocer el porcentaje de empleo, desempleo y subempleo.

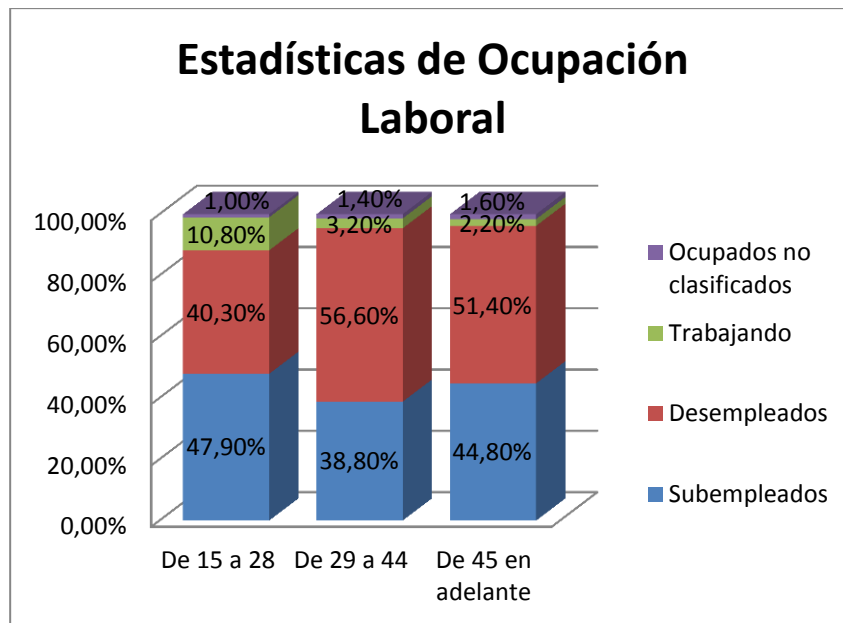


Gráfico 4.03. Estadísticas de Ocupación Laboral

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Banco Central del Ecuador 2012

Mientras que en la participación de personas que se encuentren laborando dentro del sector urbano se dividió en las diferentes actividades de trabajo al que está destinado la empresa, conociendo que las actividades relacionadas con el comercio ocupan el primer lugar, seguidamente de la industria manufacturera, inmobiliarias, transporte y construcción; en cuanto tiene que ver la rama de la hotelería, ésta se encuentra en el bloque de otras junto con el servicio de alimentación, cuyo porcentaje está alrededor del 37 %.

De igual manera por datos entregado por el Banco Central del Ecuador (2012), en lo que respecta a la inflación anual para enero de 2012, los restaurantes y hoteles ocupan el segundo lugar con un 7,57 %, mientras la educación el cuarto lugar con el 6,12 %

4.2.1.2 Factor Social

Como ha sido expresado mediante prensa escrita y noticieros en los distintos canales televisivos de Ecuador, el índice de inseguridad aumenta con el pasar del tiempo en ciudades grandes como es el caso de Quito, Guayaquil, Cuenca y Manabí, contrarrestando lo expuesto por entidades en las que se afirma que la delincuencia ha disminuido.

Ecuador a pesar de haber pasado por gobiernos que por su mezquindad y ambición de riqueza dejaron al país sumido en delincuencia, desempleo, incremento de la prostitución, altos índices de violación de derechos, entre otros.

Ecuador ha logrado paulatinamente estabilizarse económicamente dando lugar a que en una ciudad especialmente en la que se realiza el estudio, aún no se habla de delincuencia generada por falta de ingresos económicos en un mayor grado, sino por el contrario del progreso que significa la llegada de turismo.

Beneficiando a disminuir el ocio y desempleo de las personas que es uno de los generadores de factores negativos, que ahora cuentan con un trabajo digno. Específicamente en Pastaza la tasa del incremento de población se la puede observar en el gráfico a continuación.

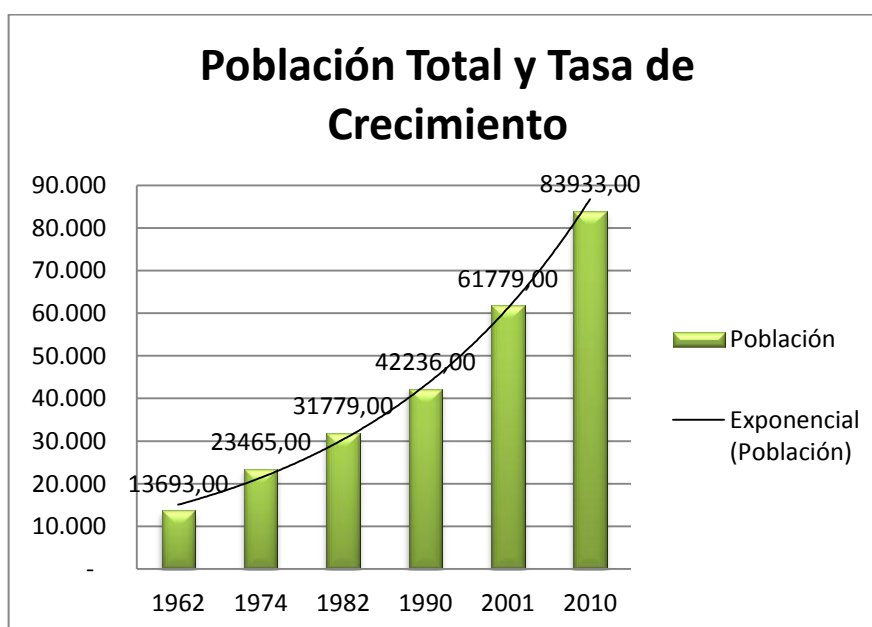


Gráfico 3.04. Población Total y Tasa de Crecimiento

Elaborado por: Aracely Pucuna

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

En el cual el 55,3 % representados por el mestizo, el 39,8 % por indígenas de las diferentes etnias y otros entre los cuales se incluyen blancos, afro ecuatorianos, montubios representados por 4,1 %.

Mientras que la Organización Internacional de Turismo OIT estimó un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del 1.9% en el 2009, la tasa de desempleo urbano aumentaría a entre 7.9 y 8.3% como promedio anual.

Contrarrestando con los índices del INEC (2010) quienes explican que el desempleo ha disminuido por la generación de nuevas plazas de trabajo. Siendo esto lo que intentará la empresa que se implementará, el beneficiar a las personas que trabajan directamente en la rama de hotelera, capacitando a su personal y logrando contar con personas capaces y eficientes; de igual manera incentivar al empleador a brindar la oportunidad de incorporar nueva gente a sus instalaciones, mediante lo cual se crearían nuevas plazas de trabajo.

4.2.1.3 Factor Político

El país de anualmente disputa contra los organismos internacionales, entre ellos la Corporación Andina de Fomento (CAF) quienes califican al Ecuador como el más riesgoso de sus miembros; comentario que afecta no solo en la política internacional, sino que además de los tratados que se pudieran llegar a concretarse con otros países vecinos.

Políticamente el país ha logrado estabilizarse, dejando de lado los derrocamientos de autoridades y sumisión del poder. Conformado por cinco poderes de gobierno: Judicial, Electoral, Legislativo y de Transparencia, este último creado con el fin de transparentar las actividades y acciones que se realicen en instituciones públicas y privadas.

Gobierno que se ha enfocado en invertir tanto en salud, educación, combatir a la delincuencia y promoción turística generando personal eficiente y eficaz que incrementan las expectativas comerciales y políticas con otros estados de Gobierno.

Siendo beneficioso para las nuevas empresas puesto que al estabilizarse la política de un país, y según la Contadora Mónica Espín (2012), *“cuando se estabiliza uno de los poderes, la economía de un país tiende a ser más estable por cuanto no se corre el riesgo de alza de impuestos intempestivamente”*.

4.2.1.4 Factor Tecnológico

Todo tiene su tiempo de vida útil como pasa en el caso de la tecnología, que innovando diariamente, cambios observables como programas informáticos, de comunicación y en enseres del uso diario.

Es por ello que se han creado programas para la facilidad de reservación y confirmación de habitaciones, disponibilidad de cupos hoteleros, contratación de servicios adicionales.

Programas como OfiHotel que anualmente se actualiza y representa una propuesta ideal para pequeños y medianos establecimientos hoteleros y que serían expuestos por parte del personal de capacitaciones de la empresa que se desea implementar.



Gráfico 4.04 Presentación de OfiHotel – Software Hotelero

Fuente: Servicio de Ofimática

Para el almacenamiento de clientes, preferencias, necesidades que fueron cubiertas y cursos que realizaron se contarían con Mecalux EasyWMS, software de fácil instalación que puede ser descargado de internet.



Gráfico 4.05 Presentación de Mecalux Easy WMS

Fuente: Easy WMS

4.3 Análisis Microambiente

La empresa a constituirse tendrá participación dentro del mercado nacional ecuatoriano, analizando los factores que se involucran con el entorno.

4.3.1 Análisis PORTER

Creado por el Economista Michael Porter en 1989 “es un modelo de cinco fuerzas muy utilizado para formular estrategias en muchas industrias”.

Una gran ventaja que tiene este sistema es el poder ampliar el conocimiento sobre una amenaza, competencia o porque no decir de una oportunidad, este análisis consta de cinco fuerzas que son:



Gráfico 4.06. Análisis PORTER

Elaborado por:

Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Fred, David (2003) Conceptos de Administración Estratégica.

4.3.1.1 *Rivalidad entre los Competidores*

Actualmente la rivalidad comercial que existe entre los diferentes competidores, conlleva a que las empresas realicen estrategias en cuanto a precios y promoción, ventas de sus bienes, productos o servicios que de una u otra forma ayudan a mejorar el servicio que se brinda

Fuerza a ser utilizada para contrarrestar la oferta de la competencia, ofreciendo servicio novedoso, aumentando la rentabilidad puesto que la competencia en la ciudad y a nivel nacional es mínima, en comparación con otros países.

Lo que caracteriza a la empresa es la facilidad de adquirir un paquete de capacitaciones, adaptándose a las necesidades, horarios y presupuestos de las personas que las requieran; contrarrestando el servicio brindado por la competencia por el cual se debe esperar un largo tiempo.

Si bien la hotelería y el servicio de capacitaciones están en un periodo de auge es un determinante para enfocarse diciendo que la empresa sería rentable dentro del mercado frente a sus adversarios.

La rivalidad en si entre competidores de un servicio similar se puede manejar de manera rápida y confiable esto se logrará con un selecto grupo de trabajo, igualando o mejorando los servicios y teniendo presente a los consumidores serán los encargados de dar la última calificación.

En el mercado en que se encuentra la empresa, hay un alto porcentaje de amenaza en lo que respecta a la entrada de nuevas empresas, que observando el trabajo que se realiza, decidan iniciar con actividades similares a la propuesto de la empresa a implementarse.

Reduciendo la rentabilidad, ya que se vería en la necesidad de bajar los precios de los cursos de capacitación para poder llamar la atención del cliente o en el peor de los casos retenerlos.

Una solución a la problemática en el caso que llegare a suceder sería, armar paquetes de capacitaciones de menor costo y horas o personalizarlos de acuerdo a las necesidades mediante promociones por temporadas.

En el caso de la investigación que se realiza tiene el beneficio de poseer un bajo grado de competencia, puesto que en la ciudad de Puyo será la primera empresa privada que se dedicará 100 % a establecimientos hoteleros, pero no se debe de tomar esto tan a la ligera, ya que, en el mercado de las capacitaciones son muchas las empresas que se asemejan.

Por lo cual empleados y accionistas de verán en el compromiso de reforzar criterios para mantener a su clientela y posición comercial.

4.3.1.2 Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores

Al ser pioneros en la ciudad de Puyo, colocando una empresa privada de capacitaciones, deberá tenerse presente la amenaza del surgimiento de nuevos competidores, o de empresas que brinden asesorías y deseen involucrarse en el ámbito hotelero.

Una de las amenaza es el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional – SECAP que podría incursionar con programas anuales para hoteleros o cursos de capacitaciones a empleados de las áreas operativas y gerenciales de un hotel.

Como segunda amenaza se encuentra el Programa Nacional de Capacitación Turística, quienes han creado doce manuales de competencias laborales, cursos que son dictados como una extensión del Ministerio de Turismo.

Concluyendo que una vez mencionadas las principales amenazas, se debe en consideración mantener los estándares a niveles altos, mantener los costos lo menos elevados posibles, actualizarse constantemente; creando una imagen empresarial que permita a los futuros usuarios de los servicios no olvidarse de la imagen empresarial que se trata de proyectar.

4.3.1.3 Amenaza de Productos / Servicios Sustitutivos

Cuando se habla de amenaza de productos o servicios sustitutivos, se hace referencias a bienes o servicios por parte de la competencia que cumple funciones casi parecidas a las que se implementarán en CAHO S.A.

Tornándose en una amenaza de la competencia en forma indirecta, que en mayoría de ocasiones no cuentan con las garantías necesarias, puesto que se fundamente principalmente en servicios virtuales que están al alcance de un computador.

Si son vistos desde una óptica de confianza y credibilidad, los empleados de establecimientos hoteleros elegirán los servicios que se brindan en la empresa a implementar.

En conclusión se puede decir que a pesar de tener trabas al inicio frente a servicios sustitutivos, eso ayudará a enfocarse a una estándar que logre beneficiar económica y representativamente a la empresa ante sus rivales de prestación de servicios.

4.3.1.4 Poder de Negociación de los Proveedores

Existen condiciones que logran dar el poder de negociación a las empresas o personas que proveen de la materia prima a la empresa. Entre las cuales tenemos:

- Cuando es menor el número de proveedores, ellos tendrán el poder de decidir o no como realizar las negociaciones.
- Cuanto más importante es el producto para el cliente mayor es el poder del proveedor.
- En el caso de no contar con productos sustitutivos, el proveedor tendrá mayor control.

Si la empresa que se desea crear cumple con estándares, será más fácil el poder lidiar con los proveedores de insumos para la oficina y capacitaciones, ya que al saber lo que se requiere y la cantidad necesaria se podrá determinar hasta qué punto es o no beneficioso contar con los servicios que brinden.

4.3.1.5 Poder de Negociación de los Clientes

En toda empresa es preciso recordar que el cliente es el motor de la misma, ya que, sin él no se puede llegar a concretar la ley de la oferta y demanda, ni las necesidades a cubrir.

El cliente tiene un grado de poder, es la persona quien decide si realiza o no el contrato para el servicio de capacitación, es quien elige a la empresa con la que desea trabajar y del mismo modo es quien negocia el precio a pagar por el servicio.

Para CAHO S.A. el cliente será el factor de mayor importancia al que se lo tratará con respeto y eficazmente.

4.4 Análisis FODA

Al referirse al análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) decimos que es una técnica utilizada por empresas para poder realizar un examen tanto interno como externo de lo que puede afectar o beneficiar a la misma.

Conforme nos explica Zambrano A. (2007) el análisis FODA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen y exigen desde el exterior hacia la institución gubernamental. Esos factores se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y las metas de la organización. (p. 84)

Permitiendo observar la situación de la empresa en relación tanto con el entorno interno como externo, logrando permitir el análisis de los factores económicos, sociales, políticos y culturales, lográndose observar las características con las que contaría CAHO S.A. a la vez de medir el mercado en el cual se encontrará.

Dentro del análisis se conoce que, fortalezas y debilidades son factores que se pueden controlar, y en oportunidades y amenazas que representa el mercado en el que se encuentran las mismas que no son controlables.

4.4.1 Fortalezas

- Atención personalizada en la resolución de problema ocasionados por la falta de capacitación
- Grupo de trabajo con valores enfocados en la disciplina, honradez, liderazgo, perseverancia y responsabilidad en cada una de las cosas que realizarán
- Potenciar los conocimientos de los asistentes a los cursos
- Realizar análisis de las necesidades de capacitaciones.

4.4.2 Oportunidades

- Buenas relaciones laborales con representantes de establecimientos hoteleros.
- Capacitación que es requerida en establecimientos hoteleros de la ciudad.
- Facilidades de pago y crédito con establecimientos hoteleros.
- Poca competencia en la ciudad.
- Disponibilidad de capacitaciones acorde a los horarios de trabajo de los hoteles.

4.4.3 Debilidades

- Personal con poca experiencia en trabajo de capacitaciones pero con experiencia en hoteles.
- Ser una empresa nueva

4.4.4 Amenazas

- Cambios climáticos que obliguen a la inasistencia de los empleados a las capacitaciones.
- Capacitaciones que sean gratuitas y dictadas por instituciones del Gobierno.

4.6 Factores Críticos del Éxito

En toda empresa es de gran importancia el conocer sobre los elementos sustitutos con los que se contará, mismos que deberán trazar en la elaboración de las estrategias de marketing.

El implementar una empresa que brinde el servicio de capacitaciones para el personal que trabaje en establecimientos que brindan alojamiento, marcará un cambio dentro de un mercado que no ha sido explotado en su totalidad, puesto que la meta a cumplir como no sería la de vender únicamente cada paquete de capacitaciones, sino, empleados hoteleros que puedan conocer a profundidad el verdadero trabajo que se debe de realizar con los conocimientos necesarios.

Fructificando el hecho de contar con recursos naturales propios de la amazonia ecuatoriana, que han permitido el poder ofrecer a los turistas diversidad de alojamientos en establecimientos hoteleros inmersos en la ciudad y en la selva.

Los diferentes tipos de capacitaciones, lograrán compensar la demanda actual de capacitaciones que se observó en el análisis de las entrevistas y encuestas

realizadas anteriormente en la ciudad de Puyo, puesto que será una empresa dedicada al cien por ciento a facultar, y enseñar el valor que tiene actualmente el ser una persona capacitada en el área de sus labores.

Manejándose confidencialmente la información que se obtenga tanto en la evaluación de necesidades de capacitación como el curso y en la evaluación de resultados; brindando de esa manera la confianza de los potenciales clientes que se sentirán seguros del trabajo que realizará CAHO S.A.

4.6 Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing en el mundo empresarial son conocidas también como estrategias de mercadeo, siendo tareas permitan cumplir un objetivo relacionado explícitamente con el marketing.

4.6.1 Objetivos de Marketing

Entre los objetivos de marketing con los que se trabajaría en CAHO S.A., se pueden nombrar los siguientes.

- Lograr el cumplimiento de estándares en el servicio y atención al cliente.
- Mantenerse actualizado en sistemas informáticos para brindar las capacitaciones.
- Brindar a los clientes el conocimiento necesario para que puedan realizar sus actividades a cabalidad.
- Conseguir que CAHO S.A. sea la primera opción al momento de buscar una empresa de capacitación.
- Incentivar la cultura de capacitarse.

4.6.2 Segmentación del Mercado

La segmentación del mercado desde el punto de vista de la empresa que se pretende implementar en la ciudad de Puyo, será el proceso en el cual el mercado total se lo dividirá en grupos que tengan similitud de características entre sus consumidores, como pueden ser área de trabajo, establecimiento hotelero, igualdad de deficiencia laboral, etc. Siendo necesario la elaboración de distintas clases de capacitaciones.

Adaptando la oferta y las estrategias de marketing ante los requerimientos del consumidor, logrando el éxito del servicio en un mercado que ha sido poco explotado.

4.6.3 *Análisis y Descripción del Mercado Meta*

Análisis dirigido a conocer el estudio del consumidor, conociendo los productos o servicios que la persona estaría interesado en adquirir.

CAHO S.A. tendrá la facilidad de brindar un servicio de capacitación tanto para empleados que tengan años trabajando en lo concerniente a la rama hotelera, así como, para nuevos empleados que aún no cuentan con toda la información necesaria de actividades a realizar.

4.6.4 *Posicionamiento*

Dentro de la segmentación del mercado para el que estará destino el trabajo que realiza CAHO S.A. será de gran importancia el posicionamiento que ocupe en cuanto a la preferencia del consumidor al momento de elegir una empresa que capacite a su personal y calidad del servicio que ésta brinde en relación con la competencia.

Provocando de esta que se generen nuevas estrategias de marketing que atraigan al consumidor obteniendo buenos resultados, sin dejar de lado que la imagen que proyecta una empresa juega un papel muy importante dentro del marketing.

Dicho esto, la empresa brindará el servicio de capacitaciones modernas, ofreciendo a sus clientes una diversidad de paquetes que se ajusten a sus necesidades, horarios y presupuestos, en el que interactuando, ejemplificando casos reales y evaluando las situaciones a corregir, logrando aprender y superar sus falencias.

4.6.5 Productos y/o servicios que ofrece

Siendo una empresa de capacitaciones, se elaborará paquetes de entrenamientos que estén acorde a los departamentos y personas que trabajan dentro de los establecimientos hoteleros, los cuales se nombran a continuación.

- Inducción ha puesto de trabajo.
- Capacitación de Servicio de Alojamiento.
- Capacitación de Desarrollo personal y laboral.
- Capacitación para personal de Ama de llaves.
- Capacitación de Mantenimiento y Limpieza.
- Capacitación para personal de Recepción.
- Manejo de Alimentos y Bebidas.
- Marketing hotelero.
- Liderazgo gerencial.

Acordando que los servicios y el costo que esto implique estarán regidos a un contrato previamente firmado tanto por la empresa capacitadora como por el personal que desee ser capacitado; incluyendo las penalidades si el caso lo amerite por cancelación, dicho contrato puede ser observado en el Anexo N° 8.

4.6.6 Descripción del Servicio

El servicio comprende capacitación abierta, donde se ofrecerá alternativas concretas en lo que respecta a las labores que se realizan dentro de un establecimiento hotelero.

Cuando se refiere a una capacitación abierta se toma como referencia a Murgueytio, D. (2008) *“servicio que comprende la oferta de programas de capacitación (cursos, seminarios, talleres), al mercado en función de lo cual los potenciales clientes solicitan participar en los mismos”*.

Modelo propuesto para el proyecto, puesto que se logrará adaptarse a los diferentes escenarios y situaciones en las que se encuentre luego de realizada la evaluación de necesidades de capacitación; el mismo que puede ser observado en el Anexo N° 9.

4.7 Estrategias de Marketing Mix

El objetivo del marketing mix es crear una una reacción dentro del mercado permitiendo alcanzar, disminuir o eliminar la participación de la competencia, basado en cuatro variables conocidas también como las 4P.

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Definiéndolos para lograrse captar el mayor número de interesados en la propuesta que se ha realizado por lo cual a continuación se detallan los diferentes paquetes que se han preparado para las capacitaciones que se ofertarán.

4.7.1 Producto

El producto en sí, en la investigación, serán los paquetes de capacitaciones que se ofertarán en el mercado de la rama hotelera de la ciudad de Puyo, para la elaboración de los mismos se tomó en cuenta los resultados obtenidos tanto en encuestas a turistas y empleados de establecimientos hoteleros, así como de las entrevistas realizadas a gerentes propietarios y administradores hoteles.

En los que fue evidente el interés por la creación de una empresa que se especialice en la rama que brinda alojamiento. Por lo cual la empresa ofrecería los siguientes cursos que se mencionan a continuación, así mismo los que incluyen material didáctico, videos, actividades dejando excluido el Coffee Break y transporte ya sea a oficinas de la empresa o instalaciones del establecimiento hotelero.

4.7.1.1 *Inducción ha puesto de trabajo*

Es el proceso de inicio mediante el cual el nuevo empleados recibirá toda la información que le permitirá integrarse rápidamente a su primer día de labores en el puesto asignado. No necesariamente tiene que ser para nuevos colaboradores que sean contratados, por el contrario es también para empleados que sean ascendidos. Incluye material didáctico y evaluaciones de desempeño por 90 días.

- ✓ Evaluación de Necesidades de capacitación (ítems para empleado nuevo)
- ✓ Bienvenida al trabajador
- ✓ Explicación del curso a realizarse.
- ✓ Recordatorio de Misión, Visión y Valores del Establecimiento Hotelero.
- ✓ Explicación de Beneficios Laborales al término del curso.
- ✓ Identificación de fallas por parte del colaborador.
- ✓ Información general del Establecimiento Hotelero.
- ✓ Presentación con Jefes de área o departamento.
- ✓ Revisión al manual de procedimientos
- ✓ Instrucción de acuerdo al perfil del puesto otorgado
- ✓ Relaciones de Trabajo (horarios, actividades a realizar, salario, etc)
- ✓ Evaluación de desempeño al mes de contratado.
- ✓ Seguimiento de actividades hasta completar el periodo de prueba de 90 días.
- ✓ Evaluación final al cabo de los 90 días.

4.7.1.2 *Capacitación de Servicio de Alojamiento*

Curso mediante el cual se estandarizan procesos de desempeño laboral dentro del establecimiento hotelero para brindar un servicio de excelencia.

- ✓ Normas de comportamiento dentro y fuera del trabajo.
- ✓ Costo de adquisición VS tiempo de entrega
- ✓ Normas ISO referente a servicio, manipulación de desechos y sostenibilidad.
- ✓ Atención de servicio al cliente.
- ✓ Imagen personal y laboral.
- ✓ Lenguaje hotelero.
- ✓ Cálculo de disponibilidad hotelera.
- ✓ Estandarización de procesos en los diferentes departamentos hoteleros.
- ✓ Teoría sobre alojamientos.

4.7.1.3 *Capacitación de Desarrollo personal y laboral*

El desarrollo de una persona es lo que deberían considerar los empresarios hoteleros, puesto que el recurso humano es la mano de obra para la realización de proyectos, por tal razón en lo que respecta al curso de capacitación de desarrollo se abordaran temas como:

- ✓ Importancia de la comunicación interna y externamente.
- ✓ Interpretación del comportamiento laboral (comunicación no verbal).
- ✓ Manejo del estrés.
- ✓ Actitud y trabajo ingredientes del éxito
- ✓ El servicio como componente de un establecimiento hotelero de éxito.
- ✓ Actividad. Los problemas se quedan donde empezaron.
- ✓ Actividad. Desarrollo de confianza entre compañeros de trabajo.
- ✓ Evaluación de trabajo y desempeño.

4.7.1.4. *Capacitación para personal de Ama de Llaves*

Los empleados que se encuentren laborando dentro del departamento de amas de llaves, son las personas indicadas para el curso, ya que es el lugar donde los huéspedes reposarán luego de un paseo. Por lo cual éste curso de capacitación cuenta material didáctico, videos y charlas de personas que manejen el tema.

- ✓ Importancia de la comunicación entre ama de llaves y recepción.
- ✓ Supervisión de limpieza de la habitación.
- ✓ Estandarización de procesos.
- ✓ Video. Técnicas para arreglar una cama de hotel.
- ✓ Video. Técnicas para el correcto aseo de una habitación.
- ✓ Video. Uso correcto de lencería.
- ✓ Importancia de la delegación de actividades.
- ✓ Práctica en establecimiento hotelero sobre lo visto en videos.
- ✓ Manejo de imagen personal.
- ✓ Manejo de la sonrisa.
- ✓ Elaboración de planes de trabajo e informes.
- ✓ Ahorro VS. Beneficios.
- ✓ Historial de Habitaciones.
- ✓ Cortesía, un elemento indispensable.
- ✓ Evaluación de resultados al cabo de 30 días de haber recibido la capacitación.

4.7.1.5. *Capacitación de Mantenimiento y Limpieza Hotelera*

Las actividades que se realizan en las instalaciones hoteleras tienen igual importancia, ya que son realizadas por personas que se ven en la necesidad de sentirse capacitados y aptos en las actividades que efectúan diariamente. Mantenimiento y Limpieza ésta destinada para todos los empleados incluidos los Gerentes.

- ✓ Importancia del aseo en el puesto de trabajo.
- ✓ Programas de limpiezas profundas por áreas o departamentos.
- ✓ Requisitos para rejuveneces pisos de hoteles.
- ✓ Ahorro VS. Beneficios.
- ✓ Estandarización de procesos.
- ✓ Mantenimiento preventivo para equipos de hoteles.

4.7.1.6. *Capacitación para personal de Recepción*

En toda empresa, la persona en el puesto de recepción será la imagen empresarial que proyecte hacia el exterior, pues de igual manera para un hotel, por ese motivo ésta capacitación se enfocará en:

- ✓ Actitud y trabajo en equipo como ingredientes de un hotel exitoso.
- ✓ El buen servicio como componente crítico de la Gestión Hotelera.
- ✓ Normas de comportamiento.
- ✓ Diez reglas para un excelente servicio al cliente.
- ✓ Diez mandamientos de un servicio de excelencia.
- ✓ Interpretación del comportamiento laboral (no verbal).
- ✓ Auditoria nocturna.
- ✓ Proceso de check in, check out.
- ✓ Cálculo de disponibilidad.
- ✓ Etiqueta y protocolo

4.7.1.7. *Manejo de Alimentos y Bebidas*

El personal que se encuentre laborando en áreas de alimentos y bebidas, debe conocer su correcto manejo por ser de consumo humano. La capacitación de manejo de alimentos y bebidas puede ser tomado por meseros, cocineros, ayudantes de cocina ya que está conformada por:

- ✓ Procedimientos de higiene y manipulación alimentaria.
- ✓ Normas ISO
- ✓ Control de productos que lleguen al establecimiento.
- ✓ Higiene personal y profesional
- ✓ Como presentar un platillo
- ✓ Importancia de los ayudantes de cocina y meseros
- ✓ Higiene.

4.7.1.8. *Marketing Hotelero*

Así como el turismo avanza, de igual manera lo hacen los establecimientos que brindan alojamiento a aquellos turistas que pernoctan en sus instalaciones, la herramienta fundamental que actualmente los países desarrollados cuentan es con el marketing, por tal razón éste curso de capacitación consta de:

- ✓ Actitud de las personas en el m negocios.
- ✓ Principios de Marketing y ventas modernas.
- ✓ Cinco pasos para multiplicar ventas y utilidades.
- ✓ Métodos para ser rentables y ordenados en el trabajo.
- ✓ Profesionalismo del equipo de ventas.
- ✓ Técnicas de Ventas
- ✓ Actividad. Clínica de ventas.
- ✓ Costo de adquisición VS. Tiempo de entrega.

4.7.1.9 Liderazgo Gerencial

La capacitación incluye material didáctico e informático con el que se realizarán los cursos, excluyendo la transportación hacia el lugar de encuentro, los cuales podrán ser oficina de la empresa CAHO S.A. o establecimiento hotelero en el que laboren actualmente.

- ✓ Seis pasos para llegar hacia el crecimiento y consolidación de un negocio hotelero.
- ✓ El servicio como componente crítico en la Gestión Hotelera
- ✓ Actitud de las personas en un mundo de negocios hoteleros.
- ✓ Programa de fidelización del empleado.
- ✓ Derecho a despedir a un empleado
- ✓ Éxito de la comunicación interna y externa
- ✓ Etiqueta y protocolo
- ✓ Diez mandamientos de un servicio de excelencia
- ✓ Diez reglas para una excelente atención
- ✓ Normas de comportamiento.

4.7.2 Precio

Al ser una empresa dedicada al cien por ciento a brindar el servicio de capacitaciones únicamente a empleados de establecimientos hoteleros, y conociéndose que se contará con el apoyo de gerentes en cuanto a cubrir los costos de los mismos se han establecido precios que estén acorde al mercado oscilando entre los 50 a 100 dólares, existiendo la posibilidad de realizarse un descuento en un número de capacitación mayor a cinco, se lo haría sin objetar, siempre y cuando éste no sobrepase el margen del 15 %.

4.7.3 Plaza

Como se mencionó con anterioridad, el lugar escogido tanto para el estudio de ésta investigación así como para conocer la factibilidad de la creación de la empresa de capacitación será la ciudad de Puyo que se encuentra ubicada en la Amazonia Ecuatoriana.

Al ser una ciudad muy poco explotada en cuanto a empresas que asesoren y capaciten a empleados de la rama hotelera, por encontrarse en un auge de turismo que incremente a su vez los demás negocios existentes y por ser la ciudad de entrada para el resto de la amazonía.



Gráfico 4.07 Mapa Geográfico para llegar a Puyo.

Fuente: Cámara de Turismo de Pastaza 2011

4.7.4 Promoción

La empresa optaría por un marketing en redes sociales como Facebook, Twitter, Hotmail, mismos que no tienen ningún costo económico, únicamente necesitando registrarse y aceptar los términos que estipulen.

A más de contratar los servicios de Corporación MIA – SONOVISIÓN, a quienes se les cancelaría el valor de \$ 40,32 dólares mensuales por concepto de dieciséis publicidades radiales de treinta segundos en programación regular. Dichos valores fueron entregados mediante la cotización que puede ser observada en el Anexo N° 10.

CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO

En lo que respecta al capítulo de estudio organizacional y lo que involucrará, se explicará los requisitos que se necesiten para la futura constitución de la empresa además de contemplar un estudio administrativo.

5.1 Tipo de Empresa que se constituiría.

En vista que se iniciaría actividades en un futuro en la empresa que brinda servicio de capacitaciones para empleados de medianos y pequeños establecimientos hoteleros, se decidió ser una sociedad anónima.

Conforme nos explica el Art. 143 de la Ley de Compañías (1999). Es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de sus accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas

Permitiéndoles de este modo a los accionistas solicitar los respectivos informes y balances financieros debidamente certificados para conocer sobre la situación económica en la que se encuentre la empresa, como se ve reflejado en el Art 15 de la Ley de Compañías.

Dentro de los aspectos legales necesarios para la ejecución del proyecto son la constitución de la empresa legalmente hablando y el registro del nombre comercial. Siendo necesario saber que la Superintendencia de Compañías y el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, son las instituciones encargadas de supervisar dichos procesos para lo cual se requiere la presencia de un abogado que sea la persona encargada de realizar los trámites que sean pertinentes.

5.2 Requisitos para Constitución Legal de la Empresa

Una vez llegado a un acuerdo económico con el estudio Jurídico del Abogado, Dr. Mena, confirmó que el momento en que los socios de la futura sociedad deseen constituir legalmente dicha empresa, el costo de los servicios legales serían de \$ 800 dólares incluyendo las tasas y gastos extras que puedan suscitarse; la constitución tendría un tiempo de duración de 50 años y dicho trámite durará alrededor de 30 días calendarios.

Primeramente se deberá realizar la reserva del nombre escogido para la empresa, y presentarse tres opciones de nombre en las oficinas de la Secretaría General de la Superintendencia de Compañías, para de este modo poder obtenerse el certificado, dicho trámite que es de carácter inmediato y sin costo alguno.

Como segundo paso se debe conformar la cuenta de integración de capitales que hayan sido entregados por cada socio en una entidad bancaria nacional, se trabajaría con el Banco Pichincha filial Puyo ubicado en las calles 10 de Agosto y Atahualpa, donde se depositaría la base que es requerida por la Superintendencia de Compañías.

Al tratarse de una cuenta corriente perteneciente a una empresa, el banco solicita se presenten los documentos como: Certificado original de la reserva del nombre emitido por la Superintendencia de Compañías, copia de la cédula de identidad y papeleta de votación de los tres accionistas y una carta del representante legal quien solicite al banco solicitando la apertura de la cuenta donde se especificará el monto que se aportará.

Como tercer paso se deberán realizar las escrituras de la Compañía, dicho trámite tiene un lapso de tiempo de alrededor de tres días con un costo de \$ 78.00 dólares y se lo debe ser efectuar en una de las notarías del cantón Puyo, como requisitos indispensables que solicita el notario son copias de cédulas y papeletas de votación de los tres socios, una minuta elaborada por el representante legal, certificado original que es emitido por Banco Pichincha de la apertura de la cuenta de integración de capitales y como último el certificado original de la reservación del nombre que fue emitido por la Superintendencia de Compañías.

Como último paso se deben ingresar por lo menos cuatro testimonios en la secretaría general de la Superintendencia de Compañías previa a la aprobación. De no ser aprobada, mediante una resolución se dan a conocer las observaciones que deben ser corregidas para ser aprobadas; si no se han existido observaciones, se dispone aprobarla y en un resumen entregado por la Superintendencia de Compañías se exige que sea publicado en un diario que circule donde será el domicilio de la compañía.

Mientras que el notario quien fue la persona que realizó los testimonios de la escrituras de la constitución tome nota al margen; mientras tanto el registrador mercantil inscribiera la escritura y la resolución dada por la Superintendencia de Compañías.

Cuando se haya realizado esto se procede a sacar el RUC- Registro Único de Contribuyentes, cumplir con este proceso lleva al menos tres días y tiene un costo de 127,00 dólares y se necesita presentar los siguientes documentos.

Formulario RUC01-A y RUC02-B debidamente firmados por el representante legal, original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución, original y copias de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías, original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil, original y copia a color de la cédula de identidad y papeleta de votación, original y copia de la planilla de un servicio básico, cualquier documento emitido por una entidad pública que detalle la dirección exacta de la empresa, original y copia de la escritura del inmueble y por último la copia y original del estado de cuenta bancario de la empresa

Cuando se han cumplido con todos los requisitos exigidos por la Superintendencia de Compañías, se entrega la publicación general del extracto, copia de la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, copia de los nombramientos inscritos, copia de afiliación a una de las cámaras de producción y copia del RUC.

En lo que respecta a permisos de funcionamiento el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Puyo, éste no cobra por el trámite ni por el permiso que sea otorgado, posteriormente a la compra del extintor de incendios que es uno de los requisitos fundamentales y el trámite necesario para el permiso de funcionamiento.

5.3 Normativas Internacionales

Al hablar de normativas internacionales, se hace referencia a las Normas ISO que son solicitadas para garantizar la calidad de un producto; se debe de saber que la normalización es el inicio de una estrategia de calidad y calificación de una empresa. Dicho esto, los clientes tendrán la satisfacción de contar con producto de calidad basado en Normas ISO 9001 e ISO 14001.

Puesto que los futuros colaboradores de la empresa deberán de manejar eficaz y eficientemente la información obtenida para entregar los paquetes de servicios de capacitación en el tiempo estimado y con la calidad que caracterizará a la sociedad.

De la misma forma con el manejo de desechos que se generen promoviendo una cultura de reciclaje y cuidado ambiental.

En Ecuador el ente regulador del proceso para certificación de una empresa es el Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN, siendo importante que se conocer que las Normativas ISO no se acreditan, si no por el contrario únicamente certifican a empresas que cumplan con los requerimientos exigidos.

5.3.1 ISO 9001

Relacionada directamente con la gestión y proceso que se debe llevar a cabo para la entrega de un trabajo o el producto final que es entregado al consumidor en un servicio brindado, llamado también Sistema de Gestión de Calidad – SGC, por lo cual es necesario conocer su definición.

Especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente. ISO 9001 (2008)

Una vez que se ha expuesto su definición se entiende que es la normativa encargada de garantizar la fabricación de un producto y/o servicio que es prestado en requerimiento a una necesidad por parte de los clientes. Para implementar una norma ISO dentro de una empresa es necesario seguir ciertos procedimientos que se detallan en el gráfico a continuación.

5.3.2 ISO 14001

Cuando se habla de la Norma ISO 14001 se debe conocer que ha sido creada con el fin de proteger el ambiente por tal motivo también es conocida como Sistema de Gestión Ambiental - SGA.

Teniendo el propósito de apoyar la aplicación de un plan de manejo ambiental en cualquier organización del sector público o privado. Con esta certificación se trata de mejorar la manera en que una empresa reduce su impacto en el medio ambiente, lo que puede crear beneficios internos al mejorar el uso de los recursos. Food and Agriculture Organization of the United Nations (2021).

Implementando ésta normativa se pretende contribuir con el ambiente en cuando a los desechos comunes sean clasificados e incentivar el reciclaje.

5.4 Razón Social

La empresa estará declarada como razón social "CAHO S.A.; bajo el mismo nombre sería establecida además como sociedad anónima, constando únicamente tres socios y/o accionistas. El Logo, tarjetas de presentación y diploma que la empresa entregara puede ser visto en el Anexo N° 11.

5.5 Slogan

El slogan empresarial que identificará las actividades que se realizará será "CAPACITACIONES HOTELERAS INNOVANDO TUS CONOCIMIENTOS", con lo cual se pretende llegar a los futuros clientes, de una manera segura y confiada del trabajo que se realizará.

5.6 Visión

Ser una empresa que facilite de manera óptima el servicio de capacitaciones en la rama de la hotelería evidenciando el profesionalismo y calidad para lograr satisfacer a sus clientes.

5.7 Misión

Ser una empresa emprendedora que tiene como objetivo satisfacer de manera eficaz y eficiente la demanda de capacitación al personal que trabaja en la rama de la hotelería de la ciudad de Puyo.

5.8 Valores Empresariales

Entre los valores empresariales con que se trabajaría en la capacitación están:

1. *Respeto y cordialidad* tratando a nuestros clientes de la manera que nos gustaría ser tratados por parte de ellos.
2. *Eficiencia y Eficacia.* al momento de estructurar un paquete de capacitaciones a ofertar.
3. *Ética profesional* por parte de nuestro personal inculcando no solo valores morales sino éticos y empresariales.
4. *Respeto y Humildad* cuidando los intereses y sentimientos de cada uno de los colaboradores, valorando sus ideas y opiniones.
5. *Enfoque a resultados* encaminados a conseguir mayores beneficiosos.
6. *Compromiso con el cliente interno y externo* manteniendo buena relación, estando bien en casa adentro para estar bien casa afuera.

5.9 Objetivos Empresariales

Los objetivos empresariales servirán como metas a cumplir dentro de la vida empresarial de la sociedad, entre los que encuentran:

5.9.1. Objetivo General

Instruir a empleados y empleadores para conocer las fortalezas que conlleva el brindar un excelente servicio a través de cursos de capacitaciones y con programas de competencias laborales.

5.9.2. Objetivos Específicos

1. Implementar técnicas que permitan la adecuada capacitación y entendimiento por parte del personal hotelero en las actividades a realizar.
2. Disminuir el porcentaje de clientes satisfechos por la atención brindada en los establecimientos hoteleros.
3. Proporcionar información y material para complementar conocimientos laborales y personales creando nuevos sistemas de ejecución de tareas que se realicen dentro de cada departamento.
4. Acrecentar las oportunidades de ser considerados personal apto para cubrir vacantes en hoteles de renombre nacional

5.10 Distribución Física del Espacio a Utilizar

La posible ubicación de las oficinas administrativas e instalaciones debidamente adecuadas para recibir a futuros clientes que contraten los servicios de CAHO S.A., se encontraría ubicada en la Ciudadela del Chofer, Avenida Tungurahua y calle Quito.

En el Anexo N° 12. Se podrá observar cómo sería la división interna de CAHO S.A.

5.12 Jornada Laboral

La jornada laboral estaría establecida de lunes a viernes, en el horario de 9h00 am a 13h00 y retomando actividades a las 14h00 pm hasta las 18h00 pm; para ser coherentes en la práctica con el manejo de los temas que se imparten en las capacitaciones y respetar al empleado.

Se atendería los sábados únicamente cuando se haya programado con anterioridad una capacitación para fines de semana, evitando de tal manera que el empleado sea sobrecargado de trabajo y si existiera la posibilidad de recompensar aquel día entre semana, se le otorgará.

5.12 Jerarquía Organizacional

El organigrama de lo que corresponderá a la jerarquía dentro de la empresa estará diseñado de modo que todo el personal deba rendir cuentas de sus actividades de la jornada laboral al Gerente General, ya sea por costos, actualizaciones, o por temas relacionados a capacitaciones, entre otros.

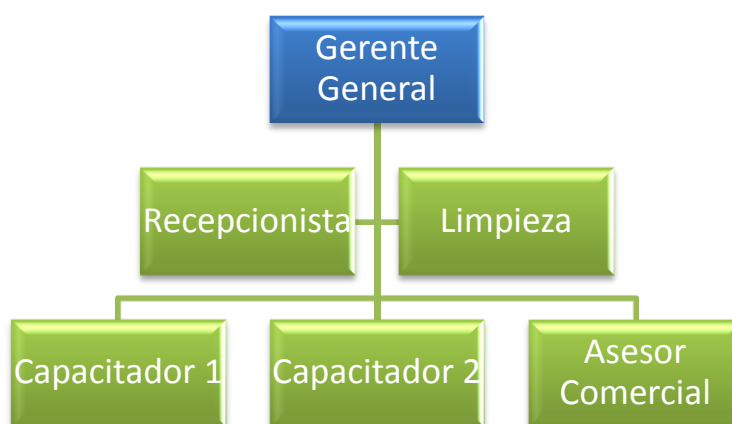


Gráfico 5.01. Organigrama de Jerarquías

Elaboración y Fuente:

Aracely Pucuna Ch.

5.13 Socios y/o Accionistas

Como se conoce por decreto de la Ley de Compañías (1999) que explica que “las empresas que sean Sociedades Anónimas o Compañías Anónimas deben tener un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios”; por lo cual la empresa “CAHO S.A.” contará con tres socios, quienes realizarían aportaciones económicas de \$ 1 149,77 dólares americanos cubriendo de esa manera lo correspondiente al 30% del total de la inversión. En el cuadro a continuación se indica los nombres y aportaciones por parte de accionistas. Accionistas que además de realizar una aportación económica serían parte del personal de la empresa. Cumpliendo con uno de los requisitos que explica que únicamente se contemplan como socios de empresas entre padres e hijos, si estos fueron emancipados.

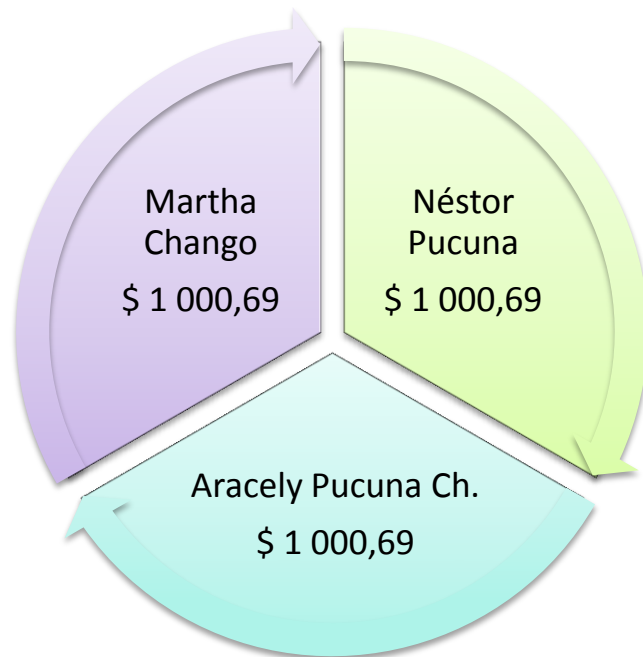


Gráfico 5.02. Aportaciones de Socios

Elaboración y Fuente:

Aracely Pucuna Ch.

5.14 Funciones y perfil de empleados de CAHO S.A.

Es indispensable en toda empresa, se formule la necesidad de contratar al personal ideal para cada una de las vacantes, por tal motivo se realizará una presentación de los requisitos que deberán cumplir los postulantes.

5.14.1 Gerente General

El perfil y las funciones que deberá realizar dentro de la empresa la persona que llegase a ocupar el puesto de Gerente General, será de:

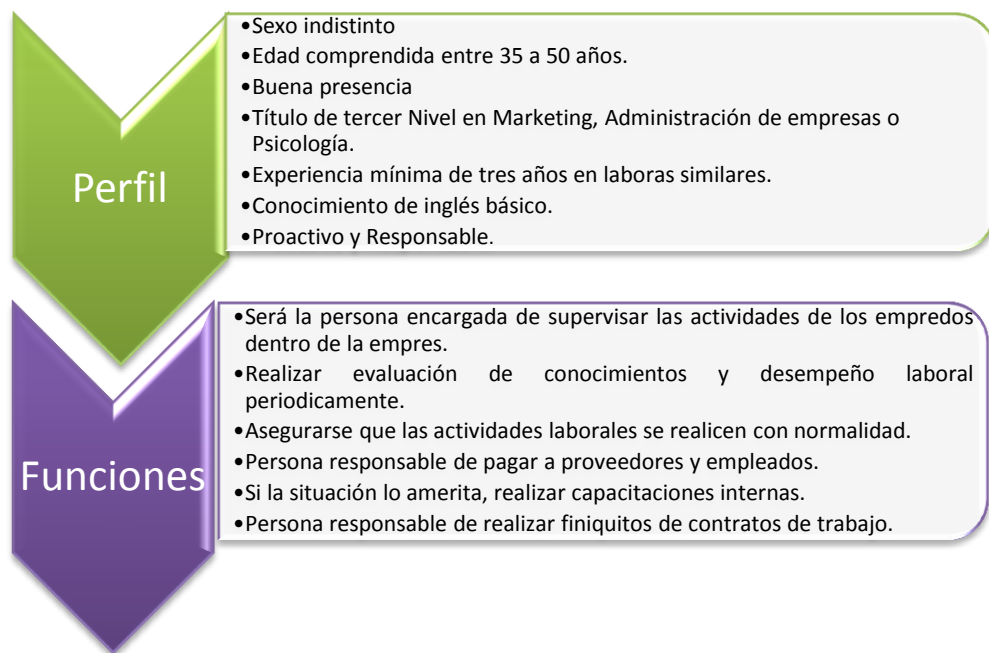


Gráfico 5.03. Perfil y Funciones de Gerente General

Elaboración:

Aracely Pucuna Ch.

5.14.2 Capacitador

El perfil y las funciones que deberá realizar dentro de la empresa las personas que llegasen a ocupar el puesto de Capacitador, será de:

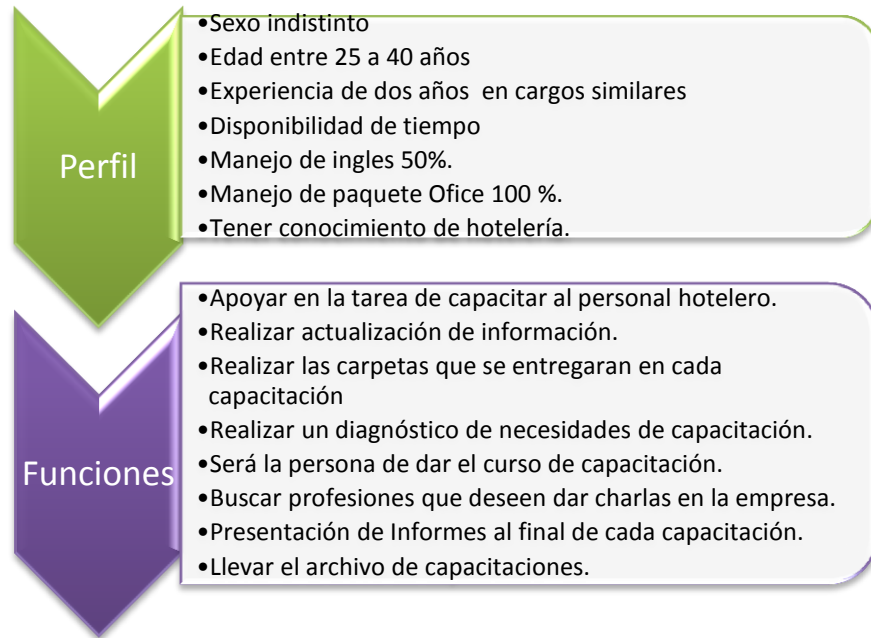


Gráfico 5.04. Perfil y Funciones de Capacitador

Elaboración y Fuente:

Aracely Pucuna Ch.

5.14.3 Asesor Comercial

El perfil y las funciones que deberá realizar dentro de la empresa las personas que llegasen a ocupar el puesto de Asesor Comercial del Departamento de Ventas, será de:



Gráfico 5.05. Perfil y Funciones de Personal de Ventas

Elaboración y Fuente:

Aracely Pucuna Ch.

5.14.4 Recepción

El perfil y las funciones que deberá realizar dentro de la empresa las personas que llegasen a ocupar el puesto de Recepcionista, será de:



Gráfico 5.06. Perfil y Funciones de Personal de Recepción

Elaborado por:

Aracely Pucuna

5.14.5 Limpieza

El perfil y las funciones que deberá realizar dentro de la empresa las personas que llegasen a ocupar el puesto de Recepcionista, será de:

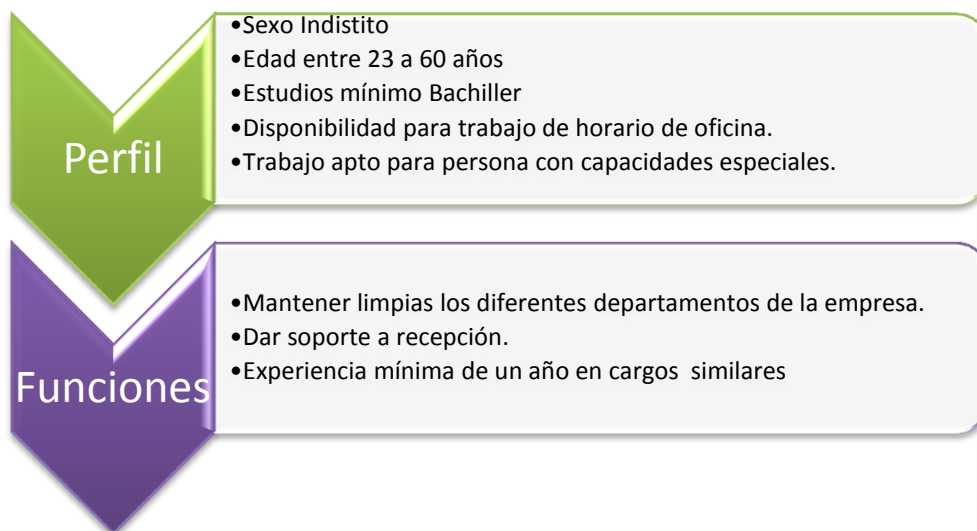


Gráfico 5.07 Perfil y Funciones del Personal del Personal de Limpieza

Elaborado por:

Aracely Pucuna

CAPITULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Es preciso conocer si el proyecto es rentable para lo cual es necesario presentar los ingresos y egresos además del monto en ventas mensuales y anuales descontando los flujos de cada periodo. Obteniendo el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo en que se recuperará la inversión que ha realizado es el momento.

6.1 Análisis Económico Financiero

Según el análisis económico financiero se ha determinado la factibilidad de la creación de la empresa de capacitación en la ciudad de Puyo, por el apoyo social que se daría a las empresas hoteleras, que se verán beneficiadas por el mayor flujo de turistas, al ser mejor capacitadas y tener una más alta percepción del desarrollo de su trabajo y servicio a sus clientes, todo esto repercutiendo en el componente económico financiero de estas empresas hoteleras, y con su aceptación por ende a la futura empresa de capacitación a implementar.

En el cual se detallará la inversión inicial requerida para la implementación, además del detalle de ganancias futuras que se obtendrán anual y mensualmente durante los cinco primeros años de vida empresarial.

6.2 Inversión

En lo que correspondiente al proyecto, la inversión inicial estaría compuesta por activos, activos fijos administrativos y activos fijos de ventas; por lo tanto se hace mención a la definición dada por Ketelhohn Werner, Marín Nicolás & Montiel Eduardo (2004) *“Inversión significa formación de capital. Desde el punto de vista económico se entiende por capital al conjunto de bienes, tangibles e intangibles, que sirven para producir otros bienes”*.

6.2.1 Activos Fijos

Entre los activos fijos que necesarios para la implementación de la empresa CAHO S.A., Cotizaciones realizadas mediante la página web de Distribuidora UTIMPOR S.A. serían tomados en cuenta los valores de la compra de suministros de oficina necesarios para la iniciación de actividades, presentando un valor de \$ 403,29 dólares, véase en Anexo N° 13.

En lo referente a la inversión que se realizaría para la compra de muebles de oficina, la cotización se realizó a Mueblecom.

Tabla 6.01 Mobiliario de Oficinas

MOBILIARIO PARA OFICINAS			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Estación Gerencial	1	\$ 310,00	\$ 310,00
Estacion doble de trabajo	2	\$ 280,00	\$ 560,00
Familia de archivadores	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Silla secretaria sin brazos	4	\$ 33,99	\$ 135,96
Papelera metálica 3 pisos	4	\$ 18,00	\$ 72,00
Silla Omega Gerente	1	\$ 74,75	\$ 74,75
Silla de visitas apilables	2	\$ 23,00	\$ 46,00
TOTAL			\$ 1.498,71

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Cotización Mueblecom 2012

Siendo necesarios \$ 1 498,71 dólares para la compra por concepto de muebles de oficina, mismos que estarán en las oficinas de capacitadores, ventas y gerencia.

Para las salas que corresponderían a las aulas de capacitación y recepción éstas estarían debidamente adecuadas para la comodidad de los futuros clientes y empleados, dichos valores obtenidos de igual forma por parte de la empresa Mueblecom. Cotización que puede ser observada en el Anexo N° 14.

Tabla 6.02 Mobiliario para Aulas de Capacitaciones

MOBILIARIO AULA DE CAPACITACION			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Sillas de visitas apilables	18	\$ 23,00	\$ 414,00
Mesa ovalada maximo 6 persona	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Mesa ovalada para max. 12 perso	1	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL			\$ 594,00

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Cotización Mueblecom 2012

Tabla 6.03 Mobiliario para Área de Recepción

MOBILIARIO PARA SALA/RECEPCION			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Counter de recepción en L Asia M	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Silla secretaria sin brazos	1	\$ 33,99	\$ 33,99
Papelera metálica 3 pisos	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Mesa de centro metálico	1	\$ 52,00	\$ 52,00
Orgaizador de revistas	1	\$ 9,00	\$ 9,00
Silla tripersonal modelo Graffiti	1	\$ 125,00	\$ 125,00
TOTAL			\$ 397,99

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Cotización Mueblecom 2012

Total en Mobiliarios entre oficinas, aulas de capacitaciones y área de recepción de \$ 2 490,70 dólares, donde el 60,17 % al equipamiento de oficinas de Gerencia y Capacitaciones, el 23,86 % para la compra de mobiliario de recepción y el 15,97 % para aulas donde se realizarían las capacitaciones

Valores de equipos y enseres dados mediante la cotización realizada en Almacenes TÍA de la ciudad de Puyo, de igual manera para la cotización de enseres varios fue realizado en el Comisariato de Educadores de Pastaza.

Tabla 6.04 Equipos y Enseres de Cafetería

EQUIPOS Y ENSERES DE CAFETERÍA			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Cafetera eléctrica Black & Decker	1	\$ 29,99	\$ 29,99
Dispensador de agua con mininevera	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Juego de vasos de cristal x 6	2	\$ 3,59	\$ 7,18
Juego de tazas con platillo x 6	1	\$ 9,99	\$ 9,99
Juego de Cucharas para té	1	\$ 4,00	\$ 4,00
TOTAL			\$ 231,16

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Cotización TÍA 2012

Tabla 6.05 Equipos y Enseres para Aulas de Capacitación

EQUIPOS Y ENSERES PARA AULAS DE CAPACITACION			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNIDAD	C. TOTAL
Pizarra 180x120	1	\$ 76,00	\$ 76,00
Pizarra 120x90	1	\$ 45,00	\$ 45,00
TOTAL			\$121,00

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch,

Fuente: Cotización Mi Comisariato 2012

Tabla 6.06 Enseres Varios

EQUIPOS Y ENSERES VARIOS			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNIDAD	C. TOTAL
Trapeador	1	\$ 4,19	\$ 4,19
Basurero pedal Rimax	7	\$ 4,99	\$ 34,93
Cloro 3800ml	1	\$ 3,80	\$ 3,80
Detergente	1	\$ 3,05	\$ 3,05
Escoba	1	\$ 3,40	\$ 3,40
Franela	3	\$ 1,32	\$ 3,96
Fresklin 2 litros	1	\$ 2,86	\$ 2,86
Funda de basura (20 unidades)	3	\$ 2,84	\$ 8,52
Guantes	1	\$ 1,39	\$ 1,39
limpia baño cepillo	1	\$ 2,79	\$ 2,79
Limpia vidrios	2	\$ 2,59	\$ 5,18
Papel higiénico (12 unidades)	1	\$ 5,07	\$ 5,07
Recogedor de basura	1	\$ 2,59	\$ 2,59
TOTAL			\$81,73

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Cotización Tía (2012)

El total que se requerira para la compra de enseres sería de \$ 433,89 dólares. De los cuales el 53,28 % para cafetería, tanto así que el 27,89 % para aulas de capacitaciones y el 18,67 % para enseres varios.

Para los equipos de computación la cotización se realizó en CompuZone, con el total requerido \$ 3 733,00 dólares, a continuación se detallan dichos valores.

Tabla 6.07. Equipos de Computación

EQUIPOS DE CÓMPUTO			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Computadora Compaq CQ1-1310LA + Ir	1	\$ 693,00	\$ 693,00
Teléfono de escritorio	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Central de teléfono hasta 7 líneas Pana	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Fax Panasonic	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Computadoras de escritorio ALL IN ON	5	\$ 541,00	\$ 2.705,00
TOTAL			\$ 3.733,00

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Cotización Mi Comisariato 2012

Siendo no considerados los valores correspondientes a terreno y edificio, puesto que se cuenta con una oficina sin utilizar de propiedad de una de las accionistas y/o socias, avaluado en \$ 53 043,64 dólares a octubre del 2012.

6.2.2 Activos Diferidos

Por otro lado, cuando se refiere a inversiones de activos diferidos se hace mención a los gastos pre pagados y de pre operación que se necesitarían ser cubiertos para inicio de actividades cuando los socios así lo crean conveniente.

Tabla 6.08. Gastos de Pre pagados

INVERSIÓN EN GASTOS PREPAGADOS			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Alicuota pagada por anticipado	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Publicidad pagada por anticipado	6	\$ 6,72	\$ 40,32
TOTAL			\$ 85,32

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

Tabla 6.09 Inversión en Gasto de Pre Operación

INVERSIÓN EN GASTOS DE PRE OPERACIÓN			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Gastos Legales de Constitución	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Gastos de Permisos y Trámites	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Patentes y Marcas	1	\$ 264,00	\$ 264,00
TOTAL			\$ 1.264,00

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

La inversión que se realice en gastos pre operacional cumpliendo con lo estipulado en las leyes que acuerda, que la empresa “CAHO” S.A. pagará la cantidad de \$ 1 264,00 dólares, incluido honorarios del abogado.

6.3 Inversión Inicial

Cuando se han obtenido las cotizaciones y valores que representaría constituir una empresa, se torna indispensable que se realice un resumen de la inversión. El valor de 12 % de descuento, es el valor porcentual que la Corporación Financiera Nacional entregaría a sus accionistas para cubrir el monto que ha sido expuesto en el resumen inicial.

Del 100 % del dinero requerido para la implementación, el 30% será aportado por los accionistas y 70 % por la Corporación Financiera Nacional.

Tabla 6.10 Resumen de Inversión Inicial

RESUMEN INVERSIÓN INICIAL TOTAL	
Estructura de los activos:	
DETALLE DE CUENTAS	VALORES
<u>ACTIVOS CORRIENTES:</u>	
CAJA-BANCOS	\$ 2.000,00
<u>ACTIVOS FIJOS:</u>	
EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$ 3.733,00
EQUIPOS Y ENSERES	\$ 433,89
MOBILIARIOS	\$ 2.490,70
MAQUINARIAS MAYORES	
<u>ACTIVOS DIFERIDOS:</u>	
Gastos prepagados	\$ 85,32
Gastos de preoperación	\$ 1.264,00
INVERSION INICIAL TOTAL	\$ 10.006,91
% Financiamiento capital propio de dueños	30%
% de Financiamiento con deuda (préstamo)	70%
Plazo en años del préstamo	5
Tasa de interés anual para el préstamo	11,00%
Tasa de descuento	12%
Tasa de Inflación promedio anual al	9,00%
Tasa de inflación promedio para sueldos	10,00%
Incremento Anual Precios de ventas	5,00%
Incremento Anual Cantidades de ventas	10,00%

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

El total de la inversión inicial sería de \$ 10 006,91, a una tasa anual del 11 %, tasa de descuento del 12 %. La tasa de inflación para el incremento de costos y de gastos estaría estipulada en el 5 % al igual que el precio de los cursos que se ofertarán, esperando cubrirse la meta de incrementar el número de ventas anuales en 10 %.

6.4 Amortización del Préstamo

En lo que concierne a la tabla de amortización del préstamo, se dijo anteriormente que el préstamo se lo realizaría del 70 % del monto total de la inversión correspondiendo a \$ 7 004,84 dólares, a continuación se presentan los datos del crédito a financiar, pero se debe conocer que la forma de pago es calculada mediante el método francés, también conocido como Método Progresivo.

Método progresivo de amortización llamado también método francés, consiste en que el préstamo se cancela a través de un plazo convenido con el acreedor mediante entregas periódicas, generalmente de importe constante, llamada servicios de la deuda, que comprende tanto la cancelación de la deuda misma como los intereses pactados a una tasa. Palacios, H. (2006)

Tabla 6.11 Tabla de Amortización del Préstamo

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO	
DATOS DEL CRÉDITO:	
Monto del Crédito	\$ 7.004,84
Tasa Interés Anual	11%
Tasa Interés Mensual	0,917%
Plazo en Años	5
Plazo en Meses	60
Cuota Anual	\$ 1.895,30
Cuota Mensual	\$ 152,30

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Corporación Financiera Nacional.

Seguidamente presentándose la tabla con los valores correspondientes a cancelar por concepto del préstamo realizado.

Tabla 6.12 Amortización Anual del Préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL DEL PRESTAMO					
PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 7.004,84	\$ 1.124,77	\$ 770,53	\$ 1.895,30	\$ 5.880,07
2	\$ 5.880,07	\$ 1.248,49	\$ 646,81	\$ 1.895,30	\$ 4.631,57
3	\$ 4.631,57	\$ 1.385,83	\$ 509,47	\$ 1.895,30	\$ 3.245,75
4	\$ 3.245,75	\$ 1.538,27	\$ 357,03	\$ 1.895,30	\$ 1.707,48
5	\$ 1.707,48	\$ 1.707,48	\$ 187,82	\$ 1.895,30	\$ -

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

El cuadro mensual de amortización del préstamo fue desglosado en 60 meses, equivalente a 5 años, y para calcular cual será el monto a cancelar mensualmente se realizó los mismos pasos que para la amortización anual, siendo la única diferencia tomar la cuota mensual y no la anual, dicho desglose mensual puede ser observada en el Anexo N° 15.

6.5 Balance Inicial

En el balance inicial de la empresa al 1 de Noviembre del 2012 se reflejarían los activos correspondientes a los bienes, pasivos a las cuentas por pagar a terceros, mientras que el patrimonio las aportaciones que los socios realizaron a la nueva empresa. Valores detallados a continuación.

Tabla 6.13 Balance Inicial de CAHO S.A.

HyC S.A. BALANCE INICIAL Al 01 de Noviembre del 2012			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO DE LARGO PLAZO	
CAJA-BANCOS	2.000,00	PRÉSTAMO POR PAGAR	7.004,84
ACTIVOS FIJOS		TOTAL PASIVOS	
EQUIPOS DE CÓMPUTO	3.733,00		7.004,84
EQUIPOS Y ENSERES	433,89	PATRIMONIO	
MOBILIARIOS	2.490,70	CAPITAL SOCIAL	3.002,07
ACTIVOS DIFERIDOS		TOTAL PATRIMONIO	
GASTOS PREPAGADOS	85,32		3.002,07
GASTOS DE PREOPERACIÓN	1.264,00		
TOTAL DE ACTIVOS	10.006,91	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	10.006,91

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

Presentado el balance inicial de la empresa CAHO S.A. quedando demostrado que tanto en total de activos como en total pasivo y patrimonio los valores son los mismos. Siendo el caso que la empresa fuese a ser constituida en la actualidad.

6.6 Proyecciones de Ingresos

En los ingresos se consideró la estimación de ventas así como el costo de los cursos para de ese modo obtenerse las proyecciones mensuales y anuales, mismas que se encuentran en los Anexo N° 16 y N° 17.

El monto estimado para cada curso sería de:

Tabla 6.14. Costo de cursos

COSTOS DE CURSOS	
PRODUCTO	Precio
Inducción ha puesto de trabajo	50,00
Alojamiento	50,00
Desarrollo personal y laboral	55,00
Ama de Llaves	65,00
Mantenimiento	50,00
Recepción	65,00
Alimentos y Bebidas	75,00
Marketing Hotelero	75,00
Liderazgo Gerencial	100,00

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

Anualmente los costos tendrían un aumento del 5 % debido a la inflación, proyectándose la meta de elevar el número de cursos a vender un 10 % anualmente en el lapso de los cinco primeros años obteniendo la siguiente tabla.

Tabla 6.14. Proyección Anual de Precios y Cantidades

PROYECCIÓN ANUAL PRECIOS Y CANTIDADES					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inducción ha puesto de trabajo	127	140	154	169	186
Alojamiento	82	90	99	109	120
Desarrollo personal y laboral	128	141	155	170	187
Ama de Llaves	56	62	68	75	82
Mantenimiento	52	57	63	69	76
Recepción	44	48	53	59	64
Alimentos y Bebidas	101	111	122	134	148
Marketing Hotelero	43	47	52	57	63
Liderazgo Gerencial	29	32	35	39	42
Inducción ha puesto de trabajo	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78
Alojamiento	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78
Desarrollo personal y laboral	\$ 55,00	\$ 57,75	\$ 60,64	\$ 63,67	\$ 66,85
Ama de Llaves	\$ 65,00	\$ 68,25	\$ 71,66	\$ 75,25	\$ 79,01
Mantenimiento	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78
Recepción	\$ 65,00	\$ 68,25	\$ 71,66	\$ 75,25	\$ 79,01
Alimentos y Bebidas	\$ 75,00	\$ 78,75	\$ 82,69	\$ 86,82	\$ 91,16
Marketing Hotelero	\$ 75,00	\$ 78,75	\$ 82,69	\$ 86,82	\$ 91,16
Liderazgo Gerencial	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,25	\$ 115,76	\$ 121,55

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

Obteniéndose al cabo de los cinco primeros años de vida empresarial los siguientes valores por concepto de ventas realizadas:

Tabla 6.15. Proyección anual de Ingresos

PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inducción ha puesto de trabajo	\$ 6.350,00	\$ 7.334,25	\$ 8.471,06	\$ 9.784,07	\$ 11.300,60
Alojamiento	\$ 4.100,00	\$ 4.735,50	\$ 5.469,50	\$ 6.317,28	\$ 7.296,45
Desarrollo personal y laboral	\$ 7.040,00	\$ 8.131,20	\$ 9.391,54	\$ 10.847,22	\$ 12.528,54
Ama de Llaves	\$ 3.640,00	\$ 4.204,20	\$ 4.855,85	\$ 5.608,51	\$ 6.477,83
Mantenimiento	\$ 2.600,00	\$ 3.003,00	\$ 3.468,47	\$ 4.006,08	\$ 4.627,02
Recepción	\$ 2.860,00	\$ 3.303,30	\$ 3.815,31	\$ 4.406,68	\$ 5.089,72
Alimentos y Bebidas	\$ 7.575,00	\$ 8.749,13	\$ 10.105,24	\$ 11.671,55	\$ 13.480,64
Marketing Hotelero	\$ 3.225,00	\$ 3.724,88	\$ 4.302,23	\$ 4.969,08	\$ 5.739,28
Liderazgo Gerencial	\$ 2.900,00	\$ 3.349,50	\$ 3.868,67	\$ 4.468,32	\$ 5.160,91
TOTAL DE INGRESOS	\$ 40.290,00	\$ 46.534,95	\$ 53.747,87	\$ 62.078,79	\$ 71.701,00

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

6.7 Sueldo de Empleados de CAHO S.A.

El personal con el que se contará estarán afiliados al IESS y se pagará mensualmente la aportación patronal del 11,15 % sumado al 0,50 % del Instituto Ecuatoriano de Créditos Educativos y Becas - IECE y al 0,50 % de la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional - SETEC sumando un total de 12,15 %.

Los fondos de reserva que serán entregados a partir del año un mes de trabajo del empleado, el mismo que se verá reflejado en el rol de pagos, como es de conocimiento en el área de ventas se gana un porcentaje de comisión por venta realizada en el caso de la empresa se pagará 10 % mensualmente del valor que haya logrado concretar en ventas.

En lo que respecta al aporte realizado por los empleados al IESS este será del 9,35 %, aportación que se deberá realizar mensualmente, el pago de décimo tercero será cancelado en el mes de diciembre de cada año, el décimo cuarto en el mes de marzo y finalmente en caso de existir utilidades estas serán canceladas a los empleados con fecha máxima 15 de abril de cada año.

El pago de las vacaciones se realizará cuando el empleado tome sus respectivos 15 días de descanso anualmente que son otorgados al momento de firmar contrato. Dicha información puede ser observada en el Anexo N° 18.

6.8 Costo de Producción

Siendo necesario el conocerse cuál es el monto mensual que se debe emplear en materia prima y mano de obra para la creación de los cursos de capacitación en el Anexo N° 19, se encuentran detallados.

De igual manera anualmente los ingresos serían de:

Tabla 6.16. Proyección Anual del Costo de Producción

PROYECCION ANUAL DEL COSTO DE PRODUCCION					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	\$ 6,72	\$ 7,32	\$ 7,98	\$ 8,70	\$ 9,49
Carpetas manila	\$ 1,08	\$ 1,18	\$ 1,28	\$ 1,40	\$ 1,52
Hojas de papel bond	\$ 3,60	\$ 3,92	\$ 4,28	\$ 4,66	\$ 5,08
lapiz de madera 2B	\$ 2,04	\$ 2,22	\$ 2,42	\$ 2,64	\$ 2,88
Mano de obra Directa	\$ 5.078,56	\$ 5.398,56	\$ 5.938,42	\$ 6.532,26	\$ 7.185,48
Capacitador	\$ 5.078,56	\$ 5.398,56	\$ 5.938,42	\$ 6.532,26	\$ 7.185,48
TOTAL	\$ 5.085,28	\$ 5.405,88	\$ 5.946,40	\$ 6.523,56	\$ 7.194,97

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

6.9 Depreciación y Amortización

La tabla a continuación refleja la devaluación existente para un bien tangible o intangible, para lo cual se ha tomado como referencia la investigación realizada por Piedra, F. (2009), quien nos explica que:

El consumo de los elementos que se configuran las inversiones económicas del Activo no corriente de la empresa se materializan en su depreciación o pérdida de valor, que puede venir motivada por diversas causas, dando lugar a tres tipos de depreciación.

Depreciación Funcional: surge como consecuencia del uso o utilización del bien en el desarrollo de las actividades de la empresa.

Depreciación Física: es la que se produce por el transcurso del tiempo.

Depreciación económica u obsolescencia: viene dada como consecuencia del envejecimiento económico del elemento. (p. 269)

Explicando la diferencia existente entre ambos términos es necesario observar las tablas de depreciación y amortización con sus respectivos valores en el Anexo N° 20.

6.10 Gastos Generales

Entre los gastos que se realizarían por concepto de gastos generales mensuales están gastos administrativos, de ventas, de pre operación; detallados en el Anexo N° 21, valores que han sido obtenidos de sueldos de empleados, necesidades como publicidad, seguridad empresarial, entre otros.

En base a los resultados que se hayan obtenido en la proyección de gastos generales mensuales se conoció que el conglomerado de gastos para los primeros cinco años de CAHO S.A. sería:

Tabla 6.16 Proyección Anual de Gastos Generales

PROYECCIÓN ANUAL DE GASTOS GENERALES					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 20.534,22	\$ 21.771,23	\$ 23.769,62	\$ 24.846,59	\$ 27.261,66
Sueldos y Beneficios personal administrativo	\$ 17.509,30	\$ 18.621,30	\$ 20.483,43	\$ 22.531,77	\$ 24.784,94
Servicios Basicos	\$ 600,00	\$ 654,00	\$ 712,86	\$ 777,02	\$ 846,95
Suministros de Oficina	\$ 360,00	\$ 392,40	\$ 427,72	\$ 466,21	\$ 508,17
Materiales de Limpieza	\$ 204,00	\$ 222,36	\$ 242,37	\$ 264,19	\$ 287,96
Mantenimiento	\$ 210,00	\$ 228,90	\$ 249,50	\$ 271,96	\$ 296,43
Impuesto (1,5 X MIL)	\$ 15,01	\$ 16,36	\$ 17,83	\$ 19,44	\$ 21,19
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 1.383,11	\$ 1.383,11	\$ 1.383,11	\$ 263,21	\$ 263,21
Amortización	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80
GASTOS DE VENTAS	\$ 12.073,46	\$ 12.858,64	\$ 14.323,51	\$ 15.962,95	\$ 17.798,81
Sueldos y Beneficios personal área de ventas	\$ 8.688,74	\$ 8.980,74	\$ 9.878,81	\$ 10.866,69	\$ 11.953,36
Publicidad y promoción	\$ 483,84	\$ 527,39	\$ 574,85	\$ 626,59	\$ 682,98
Comisiones a agencias	\$ 1.208,70	\$ 1.396,05	\$ 1.612,44	\$ 1.862,36	\$ 2.151,03
Comisiones a tarjetas de crédito	\$ 1.692,18	\$ 1.954,47	\$ 2.257,41	\$ 2.607,31	\$ 3.011,44
GASTOS FINANCIEROS	\$ 715,57	\$ 586,89	\$ 443,31	\$ 283,12	\$ 104,39
Gastos de intereses sobre el prestamo	\$ 715,57	\$ 586,89	\$ 443,31	\$ 283,12	\$ 104,39
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 33.323,25	\$ 35.216,76	\$ 38.536,44	\$ 41.092,66	\$ 45.164,86

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

6.11 Estado de Pérdida y Ganancia

Siendo uno de los documentos contables de mayor importancia el conocimiento del estado económico en que se encuentre una empresa, además de conocer detalladamente la utilidad y perdida que se pueda generar en alguno de los meses, dicho esto se ha desglosado en una proyección mensual para el primer año en el Anexo N° 22.

Cuando se ha conocido el detalle mensual, es necesario evaluarse la proyección de estado de resultados para los próximos años.

Conforme al Anexo N° 23, nótese que el proyecto de la empresa CAHO S.A. resulta ser una inversión productiva, puesto que genera utilidad neta al cabo del primer año de acciones, siempre y cuando se cumplan o se supere las metas de venta estipuladas para cada mes.

6.12 Flujo de Caja Anual

Siendo la herramienta que permita a la empresa generar un flujo de caja que abarque todos los movimientos financieros que se hayan realizado durante un año, además sirviendo a empresarios para controlar tanto ingresos como egresos, y proyectarse hacía el próximo año. Es que en la investigación que se lleva a cabo se presenta la tabla correspondiente a éste tema en el Anexo N° 24.

6.13 Evaluación Financiera

Para conocer si el proyecto es o no rentable económicamente hablando, y si la inversión que se realizó en un principio obtuvo ganancias, es que es necesario que se realice una evaluación financiera, para conocerse el porcentaje de rentabilidad a más del tiempo estimado de recuperación.

Tabla 6.17. Evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA						
TASA DE DESCUENTO	15%	Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones				
VAN	\$ 12.008,92	Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieram				
TIR	51%	TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto				
B/C	\$ 1,20	Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera				
PERÍODO DE RECUPERACIÓ	1,34	El período de recuperación es en años,				
FLUJO NETO DE CAJA ACUMULADO	\$ (7.601,58)	\$ (1.928,15)	\$ 5.596,03	\$ 15.907,80	\$ 29.167,86	

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

Se debe de conocer que tanto el VAN como el TIR, tienen la función de determinar y calificar si el proyecto es o no rentable, o debe ser rechazado; en el caso del estudio de factibilidad que se llevó a cabo se obtuvieron los siguientes resultados.

Al trabajarse con una tasa de descuento del 12 % se obtuvo \$ 12 008,92 dólares en VAN y por ello al ser mayor que cero el proyecto es factible en términos financieros. Otro dato es el 51 % obtenido en TIR, puesto que al ser el indicador de la rentabilidad del proyecto, se denota que el mismo es beneficioso puesto que por cada dólar que se invierta se generará \$ 1,20 dólares de ganancia, y estimando que en un año tres meses la empresa se recuperará de la inversión que se realizó

6.14 Balance General

En el Anexo N° 25, se encuentra el balance general de la empresa reflejando la situación contable de la misma que al final del quinto año los balances reflejarían \$ 43 341,91 tanto en activos como en pasivos.

6.15 Punto de Equilibrio

Método por el cual los empresarios conocen y determinan cual es el mínimo de ventas que deben realizar para cubrir los costos que se generen mensualmente. En el Anexo N° 26 se observa que en el primer año se deben de realizar \$ 38 136,75 dólares para el segundo año \$ 39 845,55 dólares, tercer año \$ 43 330,29 dólares, para el cuarto año \$ 45 917,05 dólares y finalmente para el quinto año \$ 50 202,53.

Valores obtenidos mediante los costos fijos totales (gastos generales), Costos Variables (costos de venta) y el porcentaje variable (Costo de Ventas / Ingresos)

6.16 Análisis de Rentabilidad del Proyecto

El análisis del proyecto de Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros de la Ciudad de Puyo obtuvo los siguientes resultados.

- Obtuvo un margen bruto o utilidad por ventas superior al 80 % en el tiempo estimado de cinco años, luego que la empresa cubrió los costos de elaboración de paquetes de capacitaciones y costos de operación.
- En margen neto se obtuvo que el mínimo de ventas que quedan luego de todos los gastos es el 3,10 % y el máximo al final del quinto año es de 17,88 %.

- En el retorno sobre activos se conoció que por cada dólar invertido en los activos de la empresa se generaría como mínimo \$ 0,12 y máximo \$ 0,30 centavos de dólar.
- En lo correspondiente al Retorno sobre el capital, por cada dólar que inviertan los socios a la empresa se generará el primer año \$ 0,42 hasta llegar al quinto año con \$ 4,27 centavos de dólar

Resumiendo que la rentabilidad es del 12,62 %

Tabla 6.17. Análisis de Rentabilidad del Proyecto

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO					
INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	87,38%	88,38%	88,94%	89,49%	89,97%
MARGEN NETO	3,10%	8,42%	11,43%	15,45%	17,88%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	0,12	0,26	0,30	0,31	0,30
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	0,42	1,31	2,05	3,19	4,27

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

6.17 Análisis de Escenarios de Inversión

La forma de reconocer el riesgo económico que podría tener un proyecto es mediante el análisis de escenarios de inversión, considerando varias situaciones como neutral, pesimista y positiva. Por lo expuesto se ha decidido que la variable a modificar para conocer será la tasa de descuento.

Tabla 6.18. Análisis de Escenarios de Inversión

	PESIMISTA	CASO BASE	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	9%	12%	15%
VAN	\$ 17.163,60	\$ 14.371,89	\$ 12.008,92
TIR	51%	51%	51%
B/C	\$ 1,72	\$ 1,44	\$ 1,20
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	1,34	1,34	1,34

Elaborado por: Aracely Pucuna Ch.

Fuente: Investigación Aracely Pucuna Ch.

Dando como resultado que a menor tasa de descuento mayor es el tiempo en recuperar la inversión, como el escenario pesimista que al 9 % en el que el tiempo de recuperación es un año tres meses pero con la ganancia de que se invierte un

dólar y se genera utilidad de \$ 1,72 dólares, y en el escenario optimista se trabajó con 15 % dando un 51 % de rentabilidad para que el proyecto sea beneficioso y el tiempo de recuperación es en corto tiempo pero con poca ganancia.

Teniendo en consideración que entre lo pesimista y optimista el caso base es el punto de equilibrio entre ambos escenarios. Y puesto que dependerán de factores económicos que se generen con el paso del tiempo.

Conclusiones

En este proyecto de investigación se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- En el estudio de mercado se observó la necesidad en relación con las capacitaciones para las diversas áreas que componen un establecimiento hotelero, beneficiando a la creación de CAHO S.A.
- La implementación del servicio de capacitación se convertirá en una excelente estrategia, colaborando a incrementar el número de reservaciones y de confirmación en ventas en un hotel, cumpliendo con los programas establecidos.
- Fortalecer las capacidades intelectuales y profesionales para trabajar bajo presión, tomando decisiones que ayuden a aumentar el nivel de confianza personal y laboral.
- En términos financieros, quedó demostrado que sería un proyecto rentable, puesto que la inversión sería recuperada en un lapso de tiempo menor a los 2 años aproximadamente dejando márgenes de ganancia en sus posteriores años.
- Queda demostrado que dentro de la sociedad en la que nos encontramos actualmente, el tema de capacitaciones para establecimientos hoteleros tiene gran importancia en otros países por tratarse de una inversión que refleja resultados a corto plazo.

Recomendaciones

A través del conocimiento que se obtuvo durante esta investigación se puede emitir las siguientes recomendaciones:

- Es conveniente la implementación del servicio de capacitación porque servirá como una excelente estrategia para mejorar el flujo turístico a los establecimientos hoteleros porque se fortalecerán las capacidades intelectuales y profesionales de quienes laboren en ella.
- Para lograr objetivos es necesario que el plan de ventas durante el primer año sea fijado por el cumplimiento de ventas, puesto que esto será determinante para aumentar los volúmenes de ventas en los posteriores años.
- Se debe mantener al personal de la empresa CAHO S.A. actualizado en lo concerniente a tema de capacitaciones y de hotelería para evitar caer en la obsolescencia.
- Tener presente en todo momento que el trabajo que realizará la empresa es para satisfacer a nuestros clientes y del mismo modo puedan ellos ofrecer un servicio de calidad a sus futuros huéspedes.
- Mantener cautela cuando se trate de los estados financieros de la empresa, puesto que en temporadas altas el número de ventas será mayor quedando planificado las respectivas capacitaciones para temporadas bajas.

BIBLIOGRAFÍA

Cámara de Industrias y Producción. (2008). Norma Internacional ISO 9001. Recuperado de <http://www.cip.org.ec/attachments/article/111/ISO-9001.pdf>

Crosby, A. & Moreda, A. (1996). *Elementos Básicos para un Turismo Sostenible en las Áreas Naturales*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=fJlJa7vG7kC&pg=PA9&lpg=PA9&dq=turismo+definicion&source=bl&ots=PLSGv2WAA2&sig=kPIvFOy66aEuITCzZqUFEE_uy4I&hl=es&sa=X&ei=6e99UNDLMJSe9QTumIGwDg&ved=0CDEQ6AEwAA#v=onepage&q=turismo-%20definicion&f=false

Departamento Nacional de Planeación República de Colombia. *Manual de Encuestas*. Recuperado de: http://books.google.es/books?id=5rZA0FggusC&pg=PT120&lpg=PT120-&dq=preguntas+cerradas&source=bl&ots=1C4OFIB7Ec&sig=ysa-KgNUTShY9JlcRo_nE-EBzqY&hl=es&sa=X&ei=aqVNUiBHNYOS9QTR5IDADA&ved=0CEIQ6AEwAw#v=onepage&q=preguntas%20cerradas&f=false

Diario Hoy (2004). [en línea] <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/mas-de-15-mil-turistas-visitaron-pastaza-190051.html>. (2012, 14 agosto)

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2003). ¿Qué es la Certificación ISO 14001?. *¿Es la Certificación para mí?. Ad818*, 8. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s08.htm>

Gherardi, V. (2011). Capacitación: Personal Operativo, *Gerencia de Hoteles*, (1), 2. Recuperado de URL <http://www.gerenciadehoteles.com/201103173065/articulos/administracion-hoteler/capacitacion-personal-operativo.html>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Pastaza (2011). *La ciudad*. Recuperado de http://www.puyo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=70&Itemid=105

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cantón Pastaza (2010). *Aspectos Demográficos de Puyo*. Recuperado de http://www.puyo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=72&Itemid=106

Grande, I., Abascal, E. (2005). *Análisis de la Encuesta: Métodos de muestreo*. ESIC Editorial. Madrid

Hidalgo Murgueytio, D. (2008). *Estudio de Factibilidad para la Creación y Desarrollo de una Empresa de Servicios de Capacitación Administrativa Financiera para las Entidades Privadas ubicadas en Quito*. (Tesis de Ingeniería, Universidad Politécnica Nacional). Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/647>

Jany, E. & Nicolás, J. (1994). *Investigación Integral de mercados*. Bogotá: McGraw-Hill, (pp.48)

Greco, O. (2007) *Diccionario Contable* (4° Ed.). Argentina: Valleta Ediciones

Ketelhohn, W., Marín, J. N., & Montiel, E. L. (2004). *Inversiones – Análisis de inversiones estratégicas*. Recuperado de <http://books.google.es/books?id=eZ0ymlalElMC&printsec=frontcover&dq=inversion&hl=es&sa=X&ei=BQmeUPy4OJDm9gTm7oHwDQ&ved=0CDoQ6AEwAA#v=onepage&q=inversion&f=true>

Landreau, R. (2007). *Elaboración de Trabajos de investigación*. Recuperado de:
http://books.google.com.ec/books?id=M_N1CzTB2D4C&pg=PA64&dq=que+es+el+estudio+de+campo&hl=es&sa=X&ei=uzakUPPNLZGk8ASYy4DADw&ved=0CEIQ6AEwBzgK#v=onepage&q=que%20es%20el%20estudio%20de%20campo&f=true

Ley de Compañías (1999). *Sección VI de la Compañía Anónima*. Recuperada de
http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados un enfoque aplicado*. Person Educacion. México. (pp. 318)

McDaniel, C., Gates, R. (2005). *Investigación cualitativa*. Pedro de la Garza Rosales (Ed.), *Investigación de Mercados*. (pp. 108). México: Thomson Editores

Martínez, D. & Milla, A. (2005). *La elaboración del Plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral*

Palacios, H. (2006). *Fundamentos Técnicos de la matemática financiera*. Recuperado de <http://books.google.es/books?id=gzHu-GrRo4sC&pg=PA109&dq=amortizacion+metodo+frances&hl=es&sa=X&ei=k6WQUPr5F4H49gSggIGoCA&ved=0CDMQ6AEwAQ#v=onepage&q=amortizacion%20metodo%20frances&f=false>

Océano Uno. (2001). *Diccionario Enciclopédico Ilustrado*, Ed. Grupo Editorial

Quezada, R. (2007). *Elementos del turismo*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=z8SgCXUIsGUC&pg=PA70&lpg=PA70&dq=hoteleria&source=bl&ots=MD_QkiVZa&sig=HFqhMwpfLM2Sg7P1mB3-9mVIUL4&hl=es&sa=X&ei=2V1cUN6cBo-m8ATdioDwCQ&ved=0CDwQ6AEwAQ#v=onepage&q=hoteleria&f=false

Quito (2012). *Capacitación a hoteleros busca excelencia en la industria turística*. Recuperado de <http://www.quito.com.ec/index.php/bienvenido/noticias-de-quito/noticias-2012/95-marzo-2012/415-capacitacion-a-hoteleros-busca-excelencia-en-la-industria-turistica>

Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo del 2002, Art. 41 literal A

Reza, J. (2006). *Nuevo Diagnóstico de Necesidades de Capacitación y Aprendizaje en las Organizaciones*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=aaK7gMWHCUoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. (pp. 294-296). (8ª. Ed.) México: Pearson Educación

Scribano, A. (2007). *El proceso de investigación social cualitativo*. Recuperado de: <http://books.google.com.ec/books?id=YR0tjqk8my4C&pg=PA33&dq=revisi%C3%B3n+documental&hl=es&sa=X&ei=0BqkUPbYJ4ac8QS93oBg&ved=0CDYQ6AEwAw#v=onepage&q=revisi%C3%B3n%20documental&f=true>

Servicio de Rentas Internas. (2012). Requisitos Sociedades Privadas bajo control de la Superintendencia de Compañía. *Requisitos para la inscripción de Sociedades del Sector Privado*. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/219>

Siliceo, A. (2003). *Capacitación y Desarrollo del personal*. (4^{ta} ed.). México: Editorial Limusa

Toro, I.D., Parra, R.D. (2006). *Método y conocimiento: Metodología de la Investigación*. Medellín. Fondo Editorial Universidad EAFIT

Valores Integrados (2012). [en línea] <http://www.valoresintegrados.com.htm>

Villar, A.M., Cayetano, M.L., Torres, M. (2008). *Gestión de Hoteles*. España: Editorial Vértice

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cevallos, R. (2012) – Coordinador Nacional de Capacitaciones Turísticas - Ministerio de Turismo del Ecuador

Vejar, P. (2012) Ex propietario de Gran Hotel Amazónico – Puyo

ANEXOS

Anexo N° 1.- Establecimientos Hoteleros de Puyo



Anexo N° 2.- Art. 169 del Código de Trabajo

Código de Trabajo Capítulo IX de la Terminación del Contrato de Trabajo

Art. 169.- (Reformado por el Art. 182 del Decreto Ley 2000-1, R.O. 144-S, 18-VIII-2000).-Causas para la terminación del contrato individual.- El contrato individual de trabajo termina:

1. Por las causas legalmente previstas en el contrato;
2. Por acuerdo de las partes;
3. Por la conclusión de la obra, período de labor o servicios objeto del contrato;
4. Por muerte o incapacidad del empleado o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la empresa o negocio;
5. Por muerte del trabajador o incapacidad permanente y total para el trabajo;
6. Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto, tempestad, explosión, plagas de campo, guerra y, en general, cualquier otro acontecimiento extraordinario que los contratantes no pudieron prever o que previsto, no lo pudieron evitar;
7. Por voluntad del empleador en los casos del Art. 172 de este Código;
8. Por voluntad del trabajador según el Art. 173 de este Código; y,
9. Por desahucio.

Art. 173.- (Reformado por el Art. 182 del Decreto Ley 2000-1, R.O. 144-S, 18-VIII-2000).-Causas para que el trabajador pueda dar por terminado el contrato.- El trabajador podrá dar por terminado el contrato de trabajo, y precio visto bueno, en los casos siguientes:

1. Por injurias graves inferidas por el empleador, sus familiares o representantes al trabajador, su cónyuge o conviviente en unión de hecho, ascendientes o descendientes;
2. Por disminución o por falta de pago o de puntualidad en el abono de la remuneración pactada; y,
3. Por exigir el empleador que el trabajador ejecute una labor distinta de la convenida, salvo en los casos de urgencia previsto en el Art. 52 de este Código, pero siempre dentro de lo convenido en el contrato o convenio.

Anexo N° 3.- Formato Encuesta a Turista



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CARRERA DE INGENIERIA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

La presente encuesta tiene como finalidad implementar la Factibilidad de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros en la ciudad de Puyo, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería. De la manera mas respetuosa me dirijo a usted para solicitar su colaboración para responder las siguientes preguntas. La información de la misma será anónima y confidencial, siendo utilizada para fines de la investigación a realizar.

I. DATOS INFORMATIVOS DE LA PERSONA ENCUESTADA

1. Edad: 2. Sexo: M F
3. Ciudad de residencia: _____

II. LEER DETENIDAMENTE CADA PREGUNTA Y MARCAR CON UNA "X" LA OPCION QUE SE AJUSTE A SU RESPUESTA

4. ¿Con qué frecuencia viaja anualmente a la ciudad de Puyo?
a) De 1 a 4 veces
b) de 5 a 9 veces
c) Más de 10 veces
5. ¿Cuándo viaja a Puyo, usted se hospeda en?
a) Casa de familiares o amigos
b) Establecimientos Hoteleros

Si su respuesta fue "establecimientos hoteleros" favor continúe a la siguiente pregunta, en caso de haber respondido "Casa de Familiares" ha terminado la encuesta.

6. Indique el nombre del establecimiento.

7. ¿Cuál es la característica principal que usted escoge al momento de elegir un alojamiento?

- a) Precio
b) Ubicación
c) Infraestructura
d) Servicios

8. El tiempo promedio que dura su estadía es de:

- a) 1 a 2 días
b) 3 a 4 días
c) 5 a 6 días
d) más de 7 días

9. ¿Cómo calificaría su estadía?

- a) Excelente
b) Muy bueno
c) Bueno
d) Regular

10. Mientras estuvo hospedado, cuales fueron los servicios adicionales que el establecimiento hotelero puso a su conocimiento.

- a) Restaurante
- b) Guianza Turística
- c) Venta de artesanías
- d) Lugar de esparcimiento

11. A su parecer el monto que pago por su estadía estuvo acorde al servicio que usted recibio

- a) Si
- b) No

12. El valor que canceló por su estancia fue de:

- a) 10 a 19 dólares por noche
- b) 20 a 29 dólares por noche
- c) 30 a 39 dólares por noche
- d) 40 a 49 dólares por noche
- e) Más de 50 dólares por noche

13. La atención brindada fue:

- a) Cordial
- b) Poco cordial

14. ¿Cree que los empleados del establecimiento estan familiarizados con una cultura de atención al cliente?

- a) Si
- b) No

15. ¿Cree usted que los empleados se encuentran motivados en su puesto de trabajo?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta fue "NO" continúe a la siguiente pregunta, en caso de haber respondido "SI" pase a la pregunta N° 17.

16. Deberían los empleados del establecimiento hotelero recibir capacitaciones.

- a) Si
- b) No

17. Si pudiera recomendar una mejora para el establecimiento cuál sería.

- a) Atención
- b) Infraestructura
- c) Limpieza
- d) Otra _____

Gracias por su tiempo y colaboración

Anexo N° 4.- Formato de encuesta realizada a Personal Hotelero



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CARRERA DE INGENIERIA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

La presente entrevista tiene como finalidad implementar la Factibilidad de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros en la ciudad de Puyo, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería. De la manera mas respetuosa me dirijo a usted para solicitar su colaboración para responder las siguientes preguntas. La información de la misma será anónima y confidencial, siendo utilizada para fines de la investigación a realizar.

I. DATOS INFORMATIVOS DE LA PERSONA ENCUESTADA

1. Edad: 2. Sexo: M F
3. Nombre de establecimiento en que labora actualmente

4. ¿Cuántos años se encuentra trabajando en el establecimiento?
5. ¿Qué cargo desempeña? _____

III. MARQUE CON UNA "X" LA OPCIÓN QUE CREA MAS CONVENIENTE

6. Indique su nivel de educación
- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| a) Primaria completa | <input type="checkbox"/> |
| b) Secundaria incompleta | <input type="checkbox"/> |
| c) Secundaria completa | <input type="checkbox"/> |
| d) Universitaria imcompleta | <input type="checkbox"/> |
| e) Universidad completa | <input type="checkbox"/> |
7. Su horario de trabajo es de:
- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| a) 4 a 6 horas laborales | <input type="checkbox"/> |
| b) 7 a 8 horas laborales | <input type="checkbox"/> |
| c) Más de 9 horas laborales | <input type="checkbox"/> |
8. ¿Se siente conforme con el trabajo realizado?
- | | |
|-------|--------------------------|
| a) Si | <input type="checkbox"/> |
| b) No | <input type="checkbox"/> |
9. Cuántos días libres le son otorgados
- | | |
|--------|--------------------------|
| a) Uno | <input type="checkbox"/> |
| b) Dos | <input type="checkbox"/> |
10. ¿Actualmente se encuentra afiliado al Instituto de Seguridad Nacional (IESS)?
- | | |
|-------|--------------------------|
| a) Si | <input type="checkbox"/> |
| b) No | <input type="checkbox"/> |
11. ¿Cuándo ingreso a trabajar recibió capacitación de inducción para el puesto otorgado?
- | | |
|-------|--------------------------|
| a) Si | <input type="checkbox"/> |
| b) No | <input type="checkbox"/> |

De haber respondido NO, pase a la pregunta N° 13

12. ¿Qué tiempo tuvo de duración la capacitación de inducción?
- a) De 1 a 20 horas
- b) De 21 a 40 horas
- d) Más de 40 horas
13. Cree usted que las capacitaciones son necesarias para su área de trabajo?
- a) Si
- b) No
- c) Por qué _____
14. Se ha impartido capacitaciones que sean relevantes a su puesto de trabajo?
- a) Si
- b) No
- En caso de haber contestado "SI" continúe a la pregunta siguiente, si su respuesta fue "NO" pase a la pregunta N° 17
15. ¿Para las capacitaciones se destinaron días específicos previo aviso por parte de su jefe?
- a) Si
- b) No
16. ¿Las capacitaciones se ajustaron a su horario de trabajo?
- a) Si
- b) No
17. En el caso de tener la oportunidad de recibir una capacitación cuál de las opciones sería de su mayor interés.
- a) Capacitación de desarrollo personal
- b) Capacitación de servicio al cliente
- c) Capacitación acorde a su área de trabajo
- d) Otros (especifique) _____
18. Después de la capacitación, ha visto cambios en el ambiente laboral con las nuevas actividades.
- a) Si
- b) No
19. Ha podido implementar los nuevos temas conocidos en sus actividades laborales
- a) Si
- b) No
19. En caso de asistir a una capacitación prefiere que se realicen:
- d) Individual
- e) Grupal
20. ¿Cuántas horas diarias tendría disponible para recibir una capacitación?
- a) De una a tres
- b) De cuatro a Seis

Gracias por su tiempo y colaboración

Anexo N° 5.- Formato de entrevistas a Gerentes Hoteleros



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
CARRERA DE INGENIERIA DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**

La presente entrevista tiene como finalidad implementar la Factibilidad de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros en la ciudad de Puyo, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería. De la manera mas respetuosa me dirijo a usted para solicitar su colaboración para responder las siguientes preguntas. La información de la misma será confidencial, siendo utilizada para fines de la investigación a realizar, si no le molesta la entrevista será grabada, para poder transcribirla posteriormete.

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. Nombre de establecimiento en que labora actualmente
3. ¿Cuál es su cargo?
4. ¿Cuántos años se encuentra al frente del establecimiento?
5. De donde nació la idea de implementar este establecimiento hotelero?
6. Entre las actividades que realiza, cuáles son de mayor importancia a su parecer y por qué
7. Cómo es el ambiente laboral en el establecimiento?
9. Si tuviera la opción de cambiar algo dentro del establecimiento. ¿Qué sería?
10. Para su establecimiento, cuáles son los meses de mayor número de huéspedes?
11. Hablando en términos numéricos, Cuál es el promedio de huéspedes que reciben cada mes?
12. A su parecer, cuál es el mes que tiene menos demanda de turismo?
13. Ustedes como establecimiento hotelero, cuentan con un plan estrategico y de marketing para captar la atención del futuro huésped, en caso de responder positivamente, sería amable de explicarlos brevemente.
14. En lo relacionado al personal con el que trabaja, cree usted que estan debidamente capacitados?

15. Si existiera la empresa que brinde el servicio de capacitacion para empleados de establecimientos hoteleros, estaría usted interesado en contratar los servicios?
16. Cuánto sería el monto que estaría dispuesto a cancelar por el servicio de capacitación teorico- practico.
17. En caso de haber contestado SI, daría la facilidad de tiempo para que sus empleados puedan asistir a capacitarse

Anexo N° 6.- Formato Entrevista Presidenta AHOTEP



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

CARRERA DE INGENIERIA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

La presente entrevista tiene como finalidad implementar la Factibilidad de una Empresa de Capacitación para Establecimientos Hoteleros en la ciudad de Puyo, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería. De la manera mas respetuosa me dirijo a usted para solicitar su colaboración para responder las siguientes preguntas. La información de la misma será confidencial, siendo utilizada para fines de la investigación a realizar, si no le molesta la entrevista será grabada, para poder transcribirla posteriormete.

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. Nombre de la institución en que labora actualmente
3. ¿Cuántos años se encuentra en el cargo?
4. ¿Cuál es su cargo?
5. ¿Cuántos años se encuentra en el puesto?
6. ¿Qué es AHOTEP?
7. Entre las actividades que realiza, ¿cuáles son de mayor importancia a su parecer y por qué?
8. Si existiera una empresa que brinde capacitación a establecimientos hoteleros podría ser certificado o avalado por AHOTEP.

De esta manera se ha concluido la entrevista realizada a, agradeciendo su tiempo y colaboración.

Anexo N° 7.- Carta de Solicitud de Entrevista



Puyo, 12 de octubre del 2012

Sr. Martin Pérez

Hostería Hacha Caspi

Presente.-


De mis consideraciones

Por medio de la presente, me dirijo a usted para solicitar una entrevista para tratar temas que están relacionados a una investigación de tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, en la que se propone la Factibilidad de una empresa de capacitación para establecimientos hoteleros en la ciudad de Puyo; el día y hora que usted mas convenga para poder reunirnos.

Cabe mencionar que la información obtenida de la misma, será utilizada para fines de la investigación. En espera de su aprobación favor confirmarla al correo aracelyp_87@hotmail.com o al número 098-2461-219.

En espera de su respuesta me suscribo a la presente.

Atentamente,



Aracely Pucuna Chango
C.I. 160053221-0



Martin Pérez
12/10/2012

Puyo, 12 de octubre de 2012

Sra. Maura Coloma

Presidenta de la Asociación Hotelera Nacional de Pastaza

Presente.-

De mis consideraciones

Por medio de la presente, me dirijo a usted para solicitar una entrevista para tratar temas que están relacionados a una investigación de tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, en la que se propone la Factibilidad de una empresa de capacitación para establecimientos hoteleros en la ciudad de Puyo; el día y hora que usted mas convenga para poder reunirnos

Cabe mencionar que la información obtenida de la misma, será utilizada para fines de la investigación. En espera de su aprobación favor confirmarla al correo aracelyp_87@hotmail.com o al número 098-2461-219.

En espera de su respuesta me suscribo a la presente.

Atentamente,



Aracely Pucuna Chango
C.I. 160053221-0



Recibido 13/ Octubre/2012
17h05
Recepción

Puyo, 22 de octubre del 2012

Sra. Carmita Herrera

Gran Hotel Amazónico

Presente.-

De mis consideraciones

Por medio de la presente, me dirijo a usted para solicitar una entrevista para tratar temas que están relacionados a una investigación de tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, en la que se propone la Factibilidad de una empresa de capacitación para establecimientos hoteleros en la ciudad de Puyo; el día y hora que usted mas convenga para poder reunirnos

Cabe mencionar que la información obtenida de la misma, será utilizada para fines de la investigación. En espera de su aprobación favor confirmarla al correo aracelyp_87@hotmail.com o al número 098-2461-219.


En espera de su respuesta me suscribo a la presente.

Atentamente,



Aracely Pucuna Chango

C.I. 160053221-0



Carmita Herrera
Recibido
13/Octubre/2012

Puyo, 12 de octubre del 2012

Sr. Edgar Castro

Hostal El Jardín

Presente.-

De mis consideraciones

Por medio de la presente, me dirijo a usted para solicitar una entrevista para tratar temas que están relacionados a una investigación de tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, en la que se propone la Factibilidad de una empresa de capacitación para establecimientos hoteleros en la ciudad de Puyo; el día y hora que usted mas convenga para poder reunirnos

Cabe mencionar que la información obtenida de la misma, será utilizada para fines de la investigación. En espera de su aprobación favor confirmarla al correo aracelyp_87@hotmail.com o al número 098-2461-219.

En espera de su respuesta me suscribo a la presente.

Atentamente,



Aracely Pucuna Chango

C.I. 160053221-0



12-10-12

Anexo N° 8- Formato de Contrato de Servicio de Capacitación

CONTRATO PRIVADO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO DE CAPACITACIONES A EMPLEADOS DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

En Puyo a los *XX de abril de 20XX*, entre la empresa CAHO S.A., RUC.: 1234567891-001 representa por el Dr. *(Nombre del Representante Legal)* cédula Nacional de Identidad N° 1234567891-2, con domicilio en *XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX*, en adelante el empleador, y *(Nombre de la persona que contrata los servicios)* nacionalidad ecuatoriana, Cédula Nacional de Identidad N° 1234567891-0 se lleva a cabo el contrato de capacitación.

PRIMERA: DEL OBJETO DE LA CAPACITACIÓN.- El objeto de este contrato será la prestación del servicio de capacitaciones a empleados de establecimientos hoteleros, bajo las cláusulas que se estipulan en este contrato

SEGUNDA: SERVICIOS.- La empresa ejecutará los servicios de capacitación, que se describen a continuación y se aceptan por parte de la persona que contrata dichos servicios.

Las capacitaciones de *(Nombre del curso)* serán impartidas en la ciudad de *(nombre de la ciudad)*, los días *(fecha de inicio – fecha de culminación)* en el horario acordado por ambas partes *(Hora)* por el costo total de *(precio en números y palabras)*

TERCERA: DEL DESARROLLO DEL SERVICIO.- La empresa se compromete a consignar las horas acordadas al contrato con el fin de cumplir con lo expuesto.

CUARTA: DE LA PRESTACION DEL SERVICIO.- La empresa y la persona capacitadora deberán obligatoriamente informar a Gerencia General de la labor realizada adjunto a un informe al término del curso de capacitación. Quedando terminantemente prohibido por parte del Capacitador que la información salga de oficinas. Del mismo modo la persona que contrate el servicio se ve en la obligación de respetar horarios escogidos y en caso de realizar una cancelación del servicio debe ser notificador con 72 horas de anticipación para evitar la penalidad del 50% del valor cancelado.

QUINTA: DEL GRADO ACADEMICO DEL PROFESIONAL ASIGNADO.- El capacitador designado garantiza poseer los conocimientos necesarios para llevar a cabo la instrucción, al poseer el Título de *(Nombre completo del título)* expedido por *(Nombre de la Universidad y Facultad)* en el *(Año de Graduación)*

SEXTA: DEL VALOR A CANCELAR.- Ambas partes habiendo quedado de acuerdo en las cinco primeras clausulas, acuerdan la cancelación del 60% del monto total del curso de la capacitación que se ha escogido. Dentro de este contrato queda acordado el valor de *(en números y letras)*

Dejando constancia que ambas partes se encuentran de acuerdo.

REPRESENTANTE LEGAL
CAHO S.A.
C.I.

PERSONA CAPACITADA
Nombre de la persona
C.I.

Anexo N° 9. Formato de Evaluación de Necesidades de Capacitación



EVALUACIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN

Nombre: _____ **Edad:** _____

Establecimiento: _____

Cargo _____

Fecha: _____

De los siguientes ítems presentado+A1s a continuación, indique cual es el número que corresponda según su observación, dónde 1 es lo mínimo y 5 lo máximo.

	1	2	3	4	5
1. Compromiso con el establecimiento.					
2. Adaptación al cambio					
3. Cumplimiento de valores internos					
4. Construcción de relaciones laborales					
5. Orientación a logros.					
6. Orientación al servicio.					
7. Liderazgo					
8. Toma de decisiones					
9. Poder de negociación					
10. Manejo de Recursos Humano (para Jefes)					
11. Manejo de Recursos Financieros (para Jefes)					
12. Desarrollo de su trabajo.					
13. Imagen persona.					
14. Imagen laboral.					
15. Dicción.					
16. Manejo de programas relacionados al puesto.					
17. Resolución de conflictos laborales.					
18. Trabajo bajo presión.					
19. Organización del tiempo.					

Observaciones:
.....
.....
.....
.....


Resultado:

Menor a 60 requiere capacitación

Firma del Capacitador

Anexo N° 10. Cotización de Stock Publicitarios.

CORPORACIÓN MIA - SONOVISIÓN



DATOS TÉCNICOS DE SINTONÍA:

RADIO MIA F.M. STEREO REGIONAL cubre las provincias de la Región Amazónica y parte de la provincia de Tungurahua.

PASTAZA Y TUNGURAHUA	99.9	MHZ
MORONA SANTIAGO	92.9	MHZ
NAPO	89.3	MHZ

DATOS INFORMATIVOS:

Ciudad: Puyo – Pastaza
Dirección: Calle Sangay y Francisco de Orellana, B. Mariscal
Telefax: 03 – 2883 047 / 2885 139
Pagina web: www.mia-sonovision.com/ftp
Email: secretaria.radio@gmail.com

TARIFA DE ANUNCIOS EN RADIO MIA:

- Valor Unitario Mensual en Informativos (AAA) de 30": \$ 8,00 + IVA
- Valor Unitario Mensual en Programación Regular de 30": \$ 6,00 + IVA

Estos valores INCLUYEN el 20% de Comisión de Agencia

PROGRAMACIÓN:

HORARIOS	LUNES A DOMINGOS	
- De 04H00 a 05H00	Cosas que tiene la Vida	Artístico Humor. Critico
- De 05H00 a 06H00	Amaneciendo con Radio MIA	Programa de Agricultura
- De 06H00 a 08H00	Mundo Noticias 1ra. Emisión	Informativo vespertino
- De 08H00 a 09H00	Swing de la mañana	Musica del Recuerdo
- De 09H00 a 12H00	Compartiendo	Prg. Musical Institucional
- De 12H00 a 12H30	Mundo Noticias 2da. Emisión	Informativo del medio dia
- De 12H30 a 14H00	Info. Mundo Deportes	Informativo deportivo
- De 14H00 a 18H00	Tardes Explosivas	Prg. Musical Juvenil
- De 18H00 a 19H00	Mundo Noticias 3ra. Emisión	Informativo de la noche
- De 19H00 a 20H00	Audición de Gala - Pasillos	Clásicos Música Nacional
- De 20H00 a 22H00	Musica Dorada	Prg. música del Recuerdo
- De 22H00 a 05H00	Expreso de Media Noche	Automatizado

www.mia-sonovision.com

DIRECCIÓN: Calle Francisco de Orellana • TELÉFONO: (03) 2 883047 • E-MAIL: secretaria.radiomiam@gmail.com
PUYO – PASTAZA

Anexo N° 11. Logo, tarjetas de presentación y Certificado entregados por la empresa





CAHO S.A.

Capacitación Hotelera Innovadora por excelencia

Certificado otorgado a:

NÉSTOR PUCUNA

Por su asistencia y participación en el curso de capacitación de: **AMA DE LLAVES Y RECEPCION**; Realizado del 8 al 13 de Octubre del 2012.

Aracely Pucuna Chango

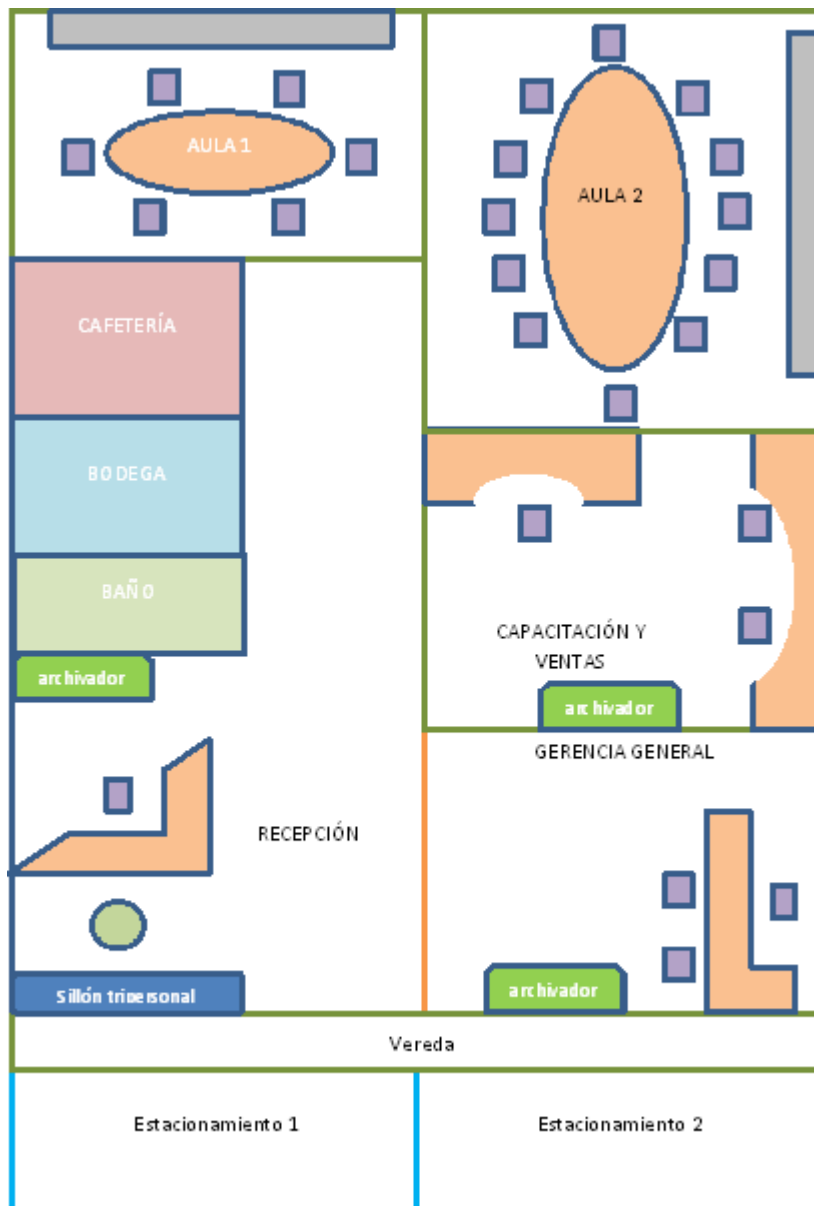
Gerente de CAHO S.A.

María Rosales

Capacitadora CAHO S.A.



Anexo N° 12. Esquema Físico de CAHO S.A.



Anexo N° 13. Suministros de oficina

INVERSIÓN EN SUMINISTROS DE PREOPERACION			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Archivador Unico T/M negro	5	\$ 2,10	\$ 10,50
Archivador Unico T/O angosto negro	2	\$ 1,87	\$ 3,74
Archivador Unico T/O negro	5	\$ 1,87	\$ 9,35
Boligrafo Faber lux color azul	8	\$ 0,13	\$ 1,04
Borrador Pelikan PZ 20	8	\$ 0,14	\$ 1,12
Borrador de pizarra	2	\$ 1,80	\$ 3,60
Cinta de embalaje color café 3M	4	\$ 1,30	\$ 5,20
Cinta Scotch 18x25 Richi Tape	10	\$ 0,25	\$ 2,50
Calculadora CASIO HL-815L	8	\$ 3,61	\$ 28,88
Clips mariposas ALEX caja	1	\$ 0,86	\$ 0,86
Clips pequeños ALEX caja	6	\$ 0,22	\$ 1,32
Liquid paper pluma	8	\$ 1,55	\$ 12,40
Cuaderno contable	1	\$ 1,80	\$ 1,80
Cuaderno universitario 100 hojas a cuadros	12	\$ 1,46	\$ 17,52
Dispensador de cinta scotch	7	\$ 1,82	\$ 12,74
Engrapadora	7	\$ 3,02	\$ 21,14
Folder manila normal	18	\$ 0,09	\$ 1,62
Grapas26/6 (caja)	3	\$ 0,70	\$ 2,10
Lapiz de madera BIC 2B	25	\$ 0,17	\$ 4,25
Marcador permanente color negro o azul PELIKA	3	\$ 0,37	\$ 1,11
Marcador tiza liquida azul o negro	4	\$ 1,09	\$ 4,36
Papel bond por resma	12	\$ 4,90	\$ 58,80
Papel contable 2000 hojas	1	\$ 22,15	\$ 22,15
Perforadora	7	\$ 3,36	\$ 23,52
Papelera metálica 3 pisos	7	\$ 18,00	\$ 126,00
Post it pequeños varios colores	2	\$ 0,31	\$ 0,62
Resaltador varios colores Pelikan	7	\$ 0,49	\$ 3,43
Sacapgrapas KW	7	\$ 0,38	\$ 2,66
Sacapuntas metálico	3	\$ 0,18	\$ 0,54
Sobre bond T/oficio (50 unidades)	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Sobre manila oficio	20	\$ 0,08	\$ 1,60
Tinta a color para impresora	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Tinta B/N para impresora	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Tijera	8	\$ 0,82	\$ 6,56
Vinchas ALEX caja/50	1	\$ 1,26	\$ 1,26
TOTAL			\$ 403,29

Anexo N° 14. Cotización de Mobiliario de Oficina



Quito, 29 de Agosto del 2012

Ruc: 1709307399001

Dirección: Av. América N16-51 y Río de Janeiro

Teléfono: 2239-147

Fax: 2525-313

PROFORMA: 0002105

Persona Natural obligada a llevar contabilidad

Sr(a): **Aracely Pucuna**

CANT.	Detalle	V. Unitario	V. Total
5	SILLA SECRETARÍA MODELO PILOT SIN BRAZOS <ul style="list-style-type: none"> - Silla neumática-semiergónica con base de cinco puntas - Asiento y espaldar con esponja de alta densidad - Tapizado en cuerina o damasco, color a elegir 	\$75,00	\$375,00
5	SILLA SECRETARÍA MODELO ROMBAY SIN BRAZOS <ul style="list-style-type: none"> - Silla neumática-semiergónica con base de cinco puntas - Asiento y espaldar con esponja de alta densidad - Tapizado en cuerina o damasco, color a elegir 	\$55,00	\$275,00
1	ESTACIÓN DE TRABAJO MODELO ATLANTA <ul style="list-style-type: none"> - Tablero en melaminico Duraplac doble cara de 25 mm, con bordes en caucho importado - Medidas: 1.50 X 1,55 X 0,75 h - Cajonera angosta de tres gavetas y base metálica en tol de 0.70 mm, acabado en pintura electrostática al horno - Con porta teclado importado - Colores a elegir: pekan, haya catedral, grafito y moka 	\$240,00	\$240,00
1	ESTACIÓN DE TRABAJO MODELO GERENCIAL <ul style="list-style-type: none"> - Tablero en melaminico Duraplac doble cara de 25 mm, con bordes en caucho importado - Medidas: 1.80 X 1,85 X 0,75 h - Cajonera angosta de tres gavetas y base metálica en tol de 0.70 mm, acabado en pintura electrostática al horno - Con porta teclado importado - Colores a elegir: pekan, haya catedral, grafito y moka 	\$310,00	\$310,00
2	SILLON EJECUTIVO MODELO LEXUS <ul style="list-style-type: none"> - Sillón neumático-giratorio con base de cinco puntas - Asiento y espaldar en esponja de alta densidad - Brazos en polipropileno y cuerina industrial superior - Color negro 	\$180,00	\$360,00
2	SILLON EJECUTIVO MODELO APOLO <ul style="list-style-type: none"> - Sillón neumático-giratorio con base de cinco puntas - Asiento y espaldar en esponja de alta densidad - Brazos en polipropileno y cuerina industrial superior - Color negro 	\$190,00	\$380,00
8	SILLA DE VISITA MODELO GRAFFITI <ul style="list-style-type: none"> - Silla fija con estructura metálica de cuatro patas - Estructura metálica en tol de 0,70 mm, pintura electrostática - Brazos metálicos con cubierta superior en polipropileno - Asiento y espaldar con triplex de 12 mm y esponja de alta densidad - Tapizado en cuerina o damasco, color a elegir 	\$35,00	\$280,00

8	SILLA DE VISITA MODELO SENSA APILABLE	\$26,00	\$208,00
	<ul style="list-style-type: none"> Silla fija con estructura metálica de cuatro patas Estructura metálica en tol de 0,70 mm, pintura electrostática Asiento y espaldar con triplex de 12 mm y esponja de alta densidad Tapizado en cuerina o damasco, color a elegir 		
8	SILLA DE VISITA MODELO APILABLE NORMAL	\$23,00	\$184,00
	<ul style="list-style-type: none"> Silla fija con estructura metálica de cuatro patas Estructura metálica en tol de 0,70 mm, pintura electrostática Asiento y espaldar con triplex de 12 mm y esponja de alta densidad Tapizado en cuerina o damasco, color a elegir 		
1	ARCHIVADOR METÁLICO DE CUATRO GAVETAS	\$140,00	\$140,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura metálica en tol de 0,70 mm, acabado en pintura electrostática texturizada Cada gaveta con capacidad para carpetas colgantes Medidas: 1,30 alto X 0,46 frente X 0,60 fondo Chapa de seguridad Cesa Color negro 		
1	ARCHIVADOR METÁLICO DE TRES GAVETAS	\$110,00	\$110,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura metálica en tol de 0,70 mm, acabado en pintura electrostática texturizada Cada gaveta con capacidad para carpetas colgantes Medidas: 0,98 alto X 0,46 frente X 0,60 fondo Chapa de seguridad Cesa Color negro 		
1	ARCHIVADOR METÁLICO DE DOS GAVETAS	\$85,00	\$85,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura metálica en tol de 0,70 mm, acabado en pintura electrostática texturizada Cada gaveta con capacidad para carpetas colgantes Medidas: 0,68 alto X 0,46 frente X 0,60 fondo Chapa de seguridad Cesa Color negro 		
5	PAPELERAS METÁLICAS DE TRES SERVICIOS	\$18,00	\$90,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura metálica en tol de 0,70 mm, acabado en pintura electrostática texturizada Espacio para carpetas tipo A4 Color negro 		
1	SILLA TRIPERSONAL MODELO GRAFFITI	\$125,00	\$125,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura metálica en tol de 0,70 mm, acabado en pintura electrostática texturizada Asiento y espaldar con triplex de 12 mm y esponja de alta densidad Tapizado con cuerina o damasco resistente, color a elegir 		
1	SILLA TRIPERSONAL MODELO NORMAL	\$145,00	\$145,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura metálica en tol de 0,70 mm, acabado en pintura electrostática texturizada Asiento y espaldar con triplex de 12 mm y esponja de alta densidad Tapizado con cuerina o damasco resistente, color a elegir 		
1	MESA DE REUNIONES MODELO OVALADA	\$120,00	\$120,00
	<ul style="list-style-type: none"> Tablero en melamínico Duraplac doble cara de 25 mm, con bordes en caucho importado Medidas: 1,80 X 0,80 X 0,75 h Capacidad para seis personas Base metálica en tol de 0,70 mm, acabado en pintura electrostática Colores a elegir: pekan, haya catedral, grafito y moka 		



1	COUNTER RECEPCION EN L MODELO ASIA MIXTO	\$190,00	\$190,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura en melaminico Duraplac de 25 mm con bordes en caucho importado Medidas: 1,30 X 0,70 X 1,05 alto superior X 0,75 alto inferior Frente en estructura metálica en tol de 0,70 mm, pintura electrostática Colores a elegir: pekan, grafito, haya catedral y moka 		
1	COUNTER RECEPCION EN C MODELO ROMA MIXTO	\$280,00	\$280,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura en melaminico Duraplac de 25 mm con bordes en caucho importado Medidas: 2,00 X 0,70 X 1,05 alto superior X 0,75 alto inferior Frente en damasco (tela), color a elegir Colores a elegir: pekan, grafito, haya catedral y moka 		
2	MESA DE CENTRO METÁLICO	\$52,00	\$104,00
	<ul style="list-style-type: none"> Tablero en melaminico Duraplac doble cara de 25 mm, con bordes en caucho importado Estructura metálica en tol de 0,70 mm, acabado en pintura electrostática al horno Colores a elegir: pekan, haya catedral, grafito y moka 		
2	SOFÁ DE ESPERA BIPERSONAL MODELO ASIA	\$220,00	\$440,00
	<ul style="list-style-type: none"> Sofá fijo de tres puestos Estructura metálica en tol de 0,70 mm, pintura electrostática Asiento y espaldar con esponja importada de alta densidad Dos brazos a los extremos Tapizado en cuerina o damasco resistente, color a elegir 		
1	SILLA TRIPERSONAL MODELO ATLANTA CON BRAZOS	\$190,00	\$190,00
	<ul style="list-style-type: none"> Silla fija resistente con base metálica resistente Asiento y espaldar en plástico importado durable Brazos importados en polipropileno Color azul 		
1	SILLA TRIPERSONAL MODELO PRISMA	\$165,00	\$165,00
	<ul style="list-style-type: none"> Silla fija resistente con base metálica resistente Asiento y espaldar en plástico importado modelo prisma durable Color azul y negro 		
1	LOCKER METÁLICO DE DOCE PUERTAS	\$480,00	\$480,00
	<ul style="list-style-type: none"> Medidas: 1,80 h X 1,05 frente X 0,40 fondo Estructura metálica en tol de 0,70 mm, pintura electrostática Cada servicio tiene armellas para candado y rendijas para ventilación 		
1	CAJA MONEDERA PEQUEÑA	\$38,00	\$38,00
	<ul style="list-style-type: none"> Estructura metálica en tol de 0,70 mm, pintura electrostática Chapa de seguridad Compartimiento para billetes y monedas Color negro 		



Fabricación de Modulares

ALBARRACIN, CALZADA DE LOS GOSSES Y CALZADA DE LOS GOSSES

ALBARRACIN, CALZADA DE LOS GOSSES Y CALZADA DE LOS GOSSES

ALBARRACIN, CALZADA DE LOS GOSSES Y CALZADA DE LOS GOSSES

Anexo N° 15. Amortización Mensual del Préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL DEL PRESTAMO					
PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 7.004,84	\$ 88,09	\$ 64,21	\$ 152,30	\$ 6.916,75
2	\$ 6.916,75	\$ 88,90	\$ 63,40	\$ 152,30	\$ 6.827,85
3	\$ 6.827,85	\$ 89,71	\$ 62,59	\$ 152,30	\$ 6.738,13
4	\$ 6.738,13	\$ 90,54	\$ 61,77	\$ 152,30	\$ 6.647,60
5	\$ 6.647,60	\$ 91,37	\$ 60,94	\$ 152,30	\$ 6.556,23
6	\$ 6.556,23	\$ 92,20	\$ 60,10	\$ 152,30	\$ 6.464,03
7	\$ 6.464,03	\$ 93,05	\$ 59,25	\$ 152,30	\$ 6.370,98
8	\$ 6.370,98	\$ 93,90	\$ 58,40	\$ 152,30	\$ 6.277,08
9	\$ 6.277,08	\$ 94,76	\$ 57,54	\$ 152,30	\$ 6.182,32
10	\$ 6.182,32	\$ 95,63	\$ 56,67	\$ 152,30	\$ 6.086,69
11	\$ 6.086,69	\$ 96,51	\$ 55,79	\$ 152,30	\$ 5.990,18
12	\$ 5.990,18	\$ 97,39	\$ 54,91	\$ 152,30	\$ 5.892,79
13	\$ 5.892,79	\$ 98,28	\$ 54,02	\$ 152,30	\$ 5.794,50
14	\$ 5.794,50	\$ 99,19	\$ 53,12	\$ 152,30	\$ 5.695,32
15	\$ 5.695,32	\$ 100,10	\$ 52,21	\$ 152,30	\$ 5.595,22
16	\$ 5.595,22	\$ 101,01	\$ 51,29	\$ 152,30	\$ 5.494,21
17	\$ 5.494,21	\$ 101,94	\$ 50,36	\$ 152,30	\$ 5.392,27
18	\$ 5.392,27	\$ 102,87	\$ 49,43	\$ 152,30	\$ 5.289,40
19	\$ 5.289,40	\$ 103,82	\$ 48,49	\$ 152,30	\$ 5.185,58
20	\$ 5.185,58	\$ 104,77	\$ 47,53	\$ 152,30	\$ 5.080,81
21	\$ 5.080,81	\$ 105,73	\$ 46,57	\$ 152,30	\$ 4.975,08
22	\$ 4.975,08	\$ 106,70	\$ 45,60	\$ 152,30	\$ 4.868,39
23	\$ 4.868,39	\$ 107,68	\$ 44,63	\$ 152,30	\$ 4.760,71
24	\$ 4.760,71	\$ 108,66	\$ 43,64	\$ 152,30	\$ 4.652,05
25	\$ 4.652,05	\$ 109,66	\$ 42,64	\$ 152,30	\$ 4.542,39
26	\$ 4.542,39	\$ 110,66	\$ 41,64	\$ 152,30	\$ 4.431,73
27	\$ 4.431,73	\$ 111,68	\$ 40,62	\$ 152,30	\$ 4.320,05
28	\$ 4.320,05	\$ 112,70	\$ 39,60	\$ 152,30	\$ 4.207,35
29	\$ 4.207,35	\$ 113,73	\$ 38,57	\$ 152,30	\$ 4.093,61
30	\$ 4.093,61	\$ 114,78	\$ 37,52	\$ 152,30	\$ 3.978,84
31	\$ 3.978,84	\$ 115,83	\$ 36,47	\$ 152,30	\$ 3.863,01
32	\$ 3.863,01	\$ 116,89	\$ 35,41	\$ 152,30	\$ 3.746,12
33	\$ 3.746,12	\$ 117,96	\$ 34,34	\$ 152,30	\$ 3.628,15
34	\$ 3.628,15	\$ 119,04	\$ 33,26	\$ 152,30	\$ 3.509,11
35	\$ 3.509,11	\$ 120,14	\$ 32,17	\$ 152,30	\$ 3.388,97
36	\$ 3.388,97	\$ 121,24	\$ 31,07	\$ 152,30	\$ 3.267,74
37	\$ 3.267,74	\$ 122,35	\$ 29,95	\$ 152,30	\$ 3.145,39
38	\$ 3.145,39	\$ 123,47	\$ 28,83	\$ 152,30	\$ 3.021,92
39	\$ 3.021,92	\$ 124,60	\$ 27,70	\$ 152,30	\$ 2.897,32
40	\$ 2.897,32	\$ 125,74	\$ 26,56	\$ 152,30	\$ 2.771,57
41	\$ 2.771,57	\$ 126,90	\$ 25,41	\$ 152,30	\$ 2.644,68
42	\$ 2.644,68	\$ 128,06	\$ 24,24	\$ 152,30	\$ 2.516,62
43	\$ 2.516,62	\$ 129,23	\$ 23,07	\$ 152,30	\$ 2.387,39
44	\$ 2.387,39	\$ 130,42	\$ 21,88	\$ 152,30	\$ 2.256,97
45	\$ 2.256,97	\$ 131,61	\$ 20,69	\$ 152,30	\$ 2.125,36
46	\$ 2.125,36	\$ 132,82	\$ 19,48	\$ 152,30	\$ 1.992,54
47	\$ 1.992,54	\$ 134,04	\$ 18,26	\$ 152,30	\$ 1.858,50
48	\$ 1.858,50	\$ 135,27	\$ 17,04	\$ 152,30	\$ 1.723,23
49	\$ 1.723,23	\$ 136,51	\$ 15,80	\$ 152,30	\$ 1.586,73
50	\$ 1.586,73	\$ 137,76	\$ 14,54	\$ 152,30	\$ 1.448,97
51	\$ 1.448,97	\$ 139,02	\$ 13,28	\$ 152,30	\$ 1.309,95
52	\$ 1.309,95	\$ 140,29	\$ 12,01	\$ 152,30	\$ 1.169,66
53	\$ 1.169,66	\$ 141,58	\$ 10,72	\$ 152,30	\$ 1.028,07
54	\$ 1.028,07	\$ 142,88	\$ 9,42	\$ 152,30	\$ 885,20
55	\$ 885,20	\$ 144,19	\$ 8,11	\$ 152,30	\$ 741,01
56	\$ 741,01	\$ 145,51	\$ 6,79	\$ 152,30	\$ 595,50
57	\$ 595,50	\$ 146,84	\$ 5,46	\$ 152,30	\$ 448,66
58	\$ 448,66	\$ 148,19	\$ 4,11	\$ 152,30	\$ 300,47
59	\$ 300,47	\$ 149,55	\$ 2,75	\$ 152,30	\$ 150,92
60	\$ 150,92	\$ 150,92	\$ 1,38	\$ 152,30	\$ -0,00

Anexo N° 16.- Proyección Mensual de Ventas

PROYECCIÓN MENSUAL DE CANTIDAD DE VENTAS												
PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Inducción ha puesto de trabajo	3	4	5	7	10	13	18	15	13	8	12	19
Alojamiento	5	6	4	5	7	6	8	9	8	7	8	9
Desarrollo personal y laboral	4	5	6	8	10	11	12	17	15	15	12	13
Ama de Llaves	3	2	3	3	3	6	5	5	5	8	6	7
Mantenimiento	2	3	3	3	3	4	4	5	5	6	7	7
Recepción	2	2	2	2	2	6	9	6	4	3	3	3
Alimentos y Bebidas	5	7	9	9	9	8	15	9	5	14	6	5
Marketing Hotelero	2	3	2	3	4	5	4	7	6	3	2	2
Liderazgo Gerencial	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2

Anexo N° 17. Proyección Mensual de Ingresos

PROYECCIÓN MENSUAL DE INGRESOS													
PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Inducción ha puesto de trabajo	\$ 150,00	\$ 200,00	\$ 250,00	\$ 350,00	\$ 500,00	\$ 650,00	\$ 900,00	\$ 750,00	\$ 650,00	\$ 400,00	\$ 600,00	\$ 950,00	\$ 6.350,00
Alojamiento	\$ 250,00	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 250,00	\$ 350,00	\$ 300,00	\$ 400,00	\$ 450,00	\$ 400,00	\$ 350,00	\$ 400,00	\$ 450,00	\$ 4.100,00
Desarrollo personal y laboral	\$ 220,00	\$ 275,00	\$ 330,00	\$ 440,00	\$ 550,00	\$ 605,00	\$ 660,00	\$ 935,00	\$ 825,00	\$ 825,00	\$ 660,00	\$ 715,00	\$ 7.040,00
Ama de Llaves	\$ 195,00	\$ 130,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 390,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 325,00	\$ 520,00	\$ 390,00	\$ 455,00	\$ 3.640,00
Mantenimiento	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 300,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 2.600,00
Recepción	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 390,00	\$ 585,00	\$ 390,00	\$ 260,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 195,00	\$ 2.860,00
Alimentos y Bebidas	\$ 375,00	\$ 525,00	\$ 675,00	\$ 675,00	\$ 675,00	\$ 600,00	\$ 1.125,00	\$ 675,00	\$ 375,00	\$ 1.050,00	\$ 450,00	\$ 375,00	\$ 7.575,00
Marketing Hotelero	\$ 150,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 225,00	\$ 300,00	\$ 375,00	\$ 300,00	\$ 525,00	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 3.225,00
Liderazgo Gerencial	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.900,00
TOTAL DE INGRESOS POR	\$ 1.770,00	\$ 2.135,00	\$ 2.280,00	\$ 2.715,00	\$ 3.050,00	\$ 3.810,00	\$ 4.795,00	\$ 4.600,00	\$ 3.835,00	\$ 4.065,00	\$ 3.395,00	\$ 3.840,00	\$ 40.290,00

Anexo N° 18. Sueldos y Beneficios de Empleados

CÁLCULO DE REMUNERACIONES			Sueldo y Beneficios anuales							Costo Total	Costo Total	Costo Total
CARGO	CANT. DE PERSONAS	SUELDO BÁSICO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	COMISION 10%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	FONDO DE RESERVA	(USDS) Mensual	(USDS) Primer Año	(USDS) Segundo Año
PERSONAL ADMINISTRATIVO										\$ 1.459,11	\$ 17.509,30	\$ 18.621,30
Recepcionista	1	\$ 292,00	\$ 3.504,00		\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 425,74	\$ 292,00	\$ 388,31	\$ 4.659,74	\$ 4.951,74
Capacitadores	1	\$ 320,00	\$ 3.840,00		\$ 320,00	\$ 292,00	\$ 160,00	\$ 466,56	\$ 320,00	\$ 423,21	\$ 5.078,56	\$ 5.398,56
Gerente General	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00		\$ 500,00	\$ 292,00	\$ 250,00	\$ 729,00	\$ 500,00	\$ 647,58	\$ 7.771,00	\$ 8.271,00
Limpieza	1	\$ 146,00	\$ 1.752,00		\$ 146,00	\$ 292,00	\$ 73,00	\$ 212,87	\$ 146,00	\$ 206,32	\$ 2.475,87	\$ 2.621,87
PERSONAL ÁREA DE VENTAS										\$ 724,06	\$ 8.688,74	\$ 8.980,74
Ventas	1	\$ 292,00	\$ 3.504,00	\$ 4.029,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ 425,74	\$ 292,00	\$ 724,06	\$ 8.688,74	\$ 8.980,74
COSTO TOTAL ANUAL										\$ 2.183,17	\$ 26.198,03	\$ 27.602,03

Anexo N° 20. Depreciaciones y Amortizaciones

TABLA DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES				DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIONES ANUALES				
RUBROS	VALOR DEL BIEN	% VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA UTIL	PRIMER AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$ 3.733,00	10%	3	\$ 93,33	\$ 1.119,90	\$ 1.119,90	\$ 1.119,90	\$ -	\$ -
EQUIPOS Y ENSERES	\$ 433,89	10%	10	\$ 3,25	\$ 39,05	\$ 39,05	\$ 39,05	\$ 39,05	\$ 39,05
MOBILIARIOS	\$ 2.490,70	10%	10	\$ 18,68	\$ 224,16	\$ 224,16	\$ 224,16	\$ 224,16	\$ 224,16
SUMA TOTAL DEPRECIACIONES				\$ 115,26	\$ 1.383,11	\$ 1.383,11	\$ 1.383,11	\$ 263,21	\$ 263,21

TABLA DE AMORTIZACIONES DE GASTOS PREOPERACIONALES				AMORTIZACION MENSUAL	AMORTIZACIONES ANUALES				
RUBROS	VALOR		AÑOS AMORTIZACION	PRIMER AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	\$ 800,00		5	\$ 13,33	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
PERMISOS Y TRÁMITES	\$ 200,00		5	\$ 3,33	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
PATENTES Y MARCAS	\$ 1.264,00		5	\$ 21,07	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80
SUMA TOTAL AMORTIZACIONES				\$ 21,07	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80	\$ 252,80

Anexo N° 21. Proyección Mensual de Gastos Generales Mensuales

PROYECCIÓN MENSUAL DEL PRIMER AÑO DE GASTOS GENERALES													
DESCRIPCION	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 1.728,68	\$ 1.708,68	\$ 1.709,68	\$ 1.729,68	\$ 1.710,68	\$ 1.710,68	\$ 1.731,68	\$ 1.711,68	\$ 1.712,68	\$ 1.732,68	\$ 1.713,68	\$ 1.713,68	\$ 20.614,22
Sueldos y Beneficios personal administrativo	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 1.459,11	\$ 17.509,30
Uniforme	\$ 20,00			\$ 20,00			\$ 20,00			\$ 20,00			\$ 80,00
Servicios Basicos	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Materiales de Limpieza	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 204,00
Mantenimiento	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 19,00	\$ 19,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 210,00
Impuesto (1,5 X MIL)	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 15,01
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 115,26	\$ 1.383,11
Amortización	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 21,07	\$ 252,80
GASTOS DE VENTAS	\$ 911,82	\$ 918,10	\$ 928,54	\$ 979,86	\$ 983,98	\$ 1.038,70	\$ 1.129,62	\$ 1.095,58	\$ 1.040,50	\$ 1.077,06	\$ 1.008,82	\$ 1.040,86	\$ 12.153,46
Sueldos y Beneficios personal área de ventas	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 724,06	\$ 8.688,74
Uniforme	\$ 20,00			\$ 20,00			\$ 20,00			\$ 20,00			\$ 80,00
Publicidad y promoción	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 40,32	\$ 483,84
Comisiones a agencias	\$ 53,10	\$ 64,05	\$ 68,40	\$ 81,45	\$ 91,50	\$ 114,30	\$ 143,85	\$ 138,00	\$ 115,05	\$ 121,95	\$ 101,85	\$ 115,20	\$ 1.208,70
Comisiones a tarjetas de crédito	\$ 74,34	\$ 89,67	\$ 95,76	\$ 114,03	\$ 128,10	\$ 160,02	\$ 201,39	\$ 193,20	\$ 161,07	\$ 170,73	\$ 142,59	\$ 161,28	\$ 1.692,18
GASTOS FINANCIEROS	\$ 64,21	\$ 63,40	\$ 62,59	\$ 61,77	\$ 60,94	\$ 60,10	\$ 59,25	\$ 58,40	\$ 57,54	\$ 56,67	\$ 55,79	\$ 54,91	\$ 715,57
Gastos de intereses sobre el prestamo	\$ 64,21	\$ 63,40	\$ 62,59	\$ 61,77	\$ 60,94	\$ 60,10	\$ 59,25	\$ 58,40	\$ 57,54	\$ 56,67	\$ 55,79	\$ 54,91	\$ 715,57
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 2.704,72	\$ 2.690,19	\$ 2.700,81	\$ 2.771,31	\$ 2.755,60	\$ 2.809,49	\$ 2.920,56	\$ 2.865,67	\$ 2.810,73	\$ 2.866,42	\$ 2.778,30	\$ 2.809,46	\$ 33.483,25

Anexo N° 22. Estado de Resultados Mensuales

CAHO S.A.												
PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL DEL PRIMER AÑO												
RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos Totales	\$ 1.770,00	\$ 2.135,00	\$ 2.280,00	\$ 2.715,00	\$ 3.050,00	\$ 3.810,00	\$ 4.795,00	\$ 4.600,00	\$ 3.835,00	\$ 4.065,00	\$ 3.395,00	\$ 3.840,00
(-) Costos	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56	\$ 640,56
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 1.129,44	\$ 1.494,44	\$ 1.639,44	\$ 2.074,44	\$ 2.409,44	\$ 3.169,44	\$ 4.154,44	\$ 3.959,44	\$ 3.194,44	\$ 3.424,44	\$ 2.754,44	\$ 3.199,44
(-) Gastos de Administración	\$ 1.728,68	\$ 1.708,68	\$ 1.709,68	\$ 1.729,68	\$ 1.710,68	\$ 1.710,68	\$ 1.731,68	\$ 1.711,68	\$ 1.712,68	\$ 1.732,68	\$ 1.713,68	\$ 1.713,68
(-) Gastos de Ventas	\$ 911,82	\$ 918,10	\$ 928,54	\$ 979,86	\$ 983,98	\$ 1.038,70	\$ 1.129,62	\$ 1.095,58	\$ 1.040,50	\$ 1.077,06	\$ 1.008,82	\$ 1.040,86
(=) Utilidad antes de impuestos e intereses	\$ (1.511,07)	\$ (1.132,35)	\$ (998,79)	\$ (635,11)	\$ (285,23)	\$ 420,05	\$ 1.293,13	\$ 1.152,17	\$ 441,25	\$ 614,69	\$ 31,93	\$ 444,89
(-) Gastos Financieros	\$ 64,21	\$ 63,40	\$ 62,59	\$ 61,77	\$ 60,94	\$ 60,10	\$ 59,25	\$ 58,40	\$ 57,54	\$ 56,67	\$ 55,79	\$ 54,91
= Utilidad antes de participacion a trabajadores	\$ (1.575,28)	\$ (1.195,75)	\$ (1.061,37)	\$ (696,87)	\$ (346,16)	\$ 359,95	\$ 1.233,88	\$ 1.093,77	\$ 383,71	\$ 558,02	\$ (23,86)	\$ 389,98
(-) Participación a trabajadores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 53,99	\$ 185,08	\$ 164,07	\$ 57,56	\$ 83,70	\$ -	\$ 58,50
= Utilidad antes de impuestos	\$ (1.575,28)	\$ (1.195,75)	\$ (1.061,37)	\$ (696,87)	\$ (346,16)	\$ 305,96	\$ 1.048,80	\$ 929,71	\$ 326,16	\$ 474,32	\$ (23,86)	\$ 331,49
(-) Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 67,31	\$ 230,74	\$ 204,54	\$ 71,75	\$ 104,35	\$ -	\$ 72,93
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ (1.575,28)	\$ (1.195,75)	\$ (1.061,37)	\$ (696,87)	\$ (346,16)	\$ 238,65	\$ 818,06	\$ 725,17	\$ 254,40	\$ 369,97	\$ (23,86)	\$ 258,56

Anexo N° 23. Proyección de Estado de Resultados Anuales

CAHO S.A.					
PROYECCIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS ANUAL					
Del 01 enero al 31 de diciembre de cada año					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Totales	\$ 40.290,00	\$ 46.534,95	\$ 53.747,87	\$ 62.078,79	\$ 71.701,00
(-) Costos	\$ 5.085,28	\$ 5.405,88	\$ 5.946,40	\$ 6.523,56	\$ 7.194,97
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 35.204,72	\$ 41.129,07	\$ 47.801,47	\$ 55.555,23	\$ 64.506,03
(-) Gastos de Administración	\$ 20.534,22	\$ 21.771,23	\$ 23.769,62	\$ 24.846,59	\$ 27.261,66
(-) Gastos de Ventas	\$ 12.073,46	\$ 12.858,64	\$ 14.323,51	\$ 15.962,95	\$ 17.798,81
(=) Utilidad antes de impuestos e intereses	\$ 2.597,04	\$ 6.499,20	\$ 9.708,34	\$ 14.745,69	\$ 19.445,56
(-) Gastos Financieros	\$ 715,57	\$ 586,89	\$ 443,31	\$ 283,12	\$ 104,39
= Utilidad antes de participacion a trabajadores	\$ 1.881,47	\$ 5.912,31	\$ 9.265,03	\$ 14.462,57	\$ 19.341,17
(-) Participación a trabajadores	\$ 282,22	\$ 886,85	\$ 1.389,75	\$ 2.169,39	\$ 2.901,17
= Utilidad antes de impuestos	\$ 1.599,25	\$ 5.025,46	\$ 7.875,27	\$ 12.293,18	\$ 16.439,99
(-) Impuesto a la renta	\$ 351,83	\$ 1.105,60	\$ 1.732,56	\$ 2.704,50	\$ 3.616,80
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 1.247,41	\$ 3.919,86	\$ 6.142,71	\$ 9.588,68	\$ 12.823,19

Anexo N° 24. Flujo de Caja Anual

PROYECCIÓN DEL FLUJO DE CAJA ANUAL						
RUBROS	Inversión Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos Totales		\$ 40.290,00	\$ 46.534,95	\$ 53.747,87	\$ 62.078,79	\$ 71.701,00
(-) Egresos de efectivo		\$ 36.057,04	\$ 39.033,90	\$ 44.396,06	\$ 49.939,40	\$ 56.613,31
Gastos de operación		\$ 5.085,28	\$ 5.405,88	\$ 5.946,40	\$ 6.523,56	\$ 7.194,97
Gastos de administración		\$ 18.898,31	\$ 20.135,32	\$ 22.133,71	\$ 24.330,58	\$ 26.745,65
Gastos de ventas		\$ 12.073,46	\$ 12.858,64	\$ 14.323,51	\$ 15.962,95	\$ 17.798,81
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 282,22	\$ 886,85	\$ 1.389,75	\$ 2.169,39
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 351,83	\$ 1.105,60	\$ 1.732,56	\$ 2.704,50
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 4.232,96	\$ 7.501,05	\$ 9.351,80	\$ 12.139,39	\$ 15.087,69
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo		\$ (1.827,63)	\$ (1.827,63)	\$ (1.827,63)	\$ (1.827,63)	\$ (1.827,63)
Pagos de préstamos o principal		\$ 1.112,05	\$ 1.240,74	\$ 1.384,31	\$ 1.544,50	\$ 1.723,23
Pago de intereses		\$ 715,57	\$ 586,89	\$ 443,31	\$ 283,12	\$ 104,39
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		\$ (1.827,63)	\$ (1.827,63)	\$ (1.827,63)	\$ (1.827,63)	\$ (1.827,63)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (10.006,91)	\$ 2.405,33	\$ 5.673,43	\$ 7.524,18	\$ 10.311,77	\$ 13.260,06

Anexo N° 25. Balance General

CAHO S.A.					
BALANCE GENERAL					
al 31 de diciembre de cada año					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>					
CAJA-BANCOS	\$ 4405,33	\$ 10078,76	\$ 17602,94	\$ 27914,71	\$ 41174,77
Total Activos Corrientes	\$ 4405,33	\$ 10078,76	\$ 17602,94	\$ 27914,71	\$ 41174,77
<u>ACTIVOS FIJOS</u>					
EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$ 3733,	\$ 3733,	\$ 3733,	\$ 3733,	\$ 3733,
EQUIPOS Y ENSERES	\$ 433,89	\$ 433,89	\$ 433,89	\$ 433,89	\$ 433,89
MOBILIARIOS	\$ 2490,7	\$ 2490,7	\$ 2490,7	\$ 2490,7	\$ 2490,7
(-) Depreciación Acumulada	-\$ 1383,11	-\$ 2766,23	-\$ 4149,34	-\$ 4412,55	-\$ 4675,77
Total Activos Fijos	\$ 5274,48	\$ 3891,36	\$ 2508,25	\$ 2245,04	\$ 1981,82
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>					
GASTOS PREPAGADOS	\$ 85,32	\$ 85,32	\$ 85,32	\$ 85,32	\$ 85,32
GASTOS DE PREOPERACIÓN	\$ 1264,00	\$ 1264,	\$ 1264,	\$ 1264,	\$ 1264,
(-) Amortización Acumulada	-\$ 252,8	-\$ 505,6	-\$ 758,4	-\$ 1011,2	-\$ 1264,
Total Activos Diferidos	\$ 1096,52	\$ 843,72	\$ 590,92	\$ 338,12	\$ 85,32
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 10776,33	\$ 14813,84	\$ 20702,11	\$ 30497,86	\$ 43241,91
PASIVOS					
<u>PASIVOS CORRIENTES</u>					
Participación a trabajadores por pagar	\$ 282,22	\$ 886,85	\$ 1389,75	\$ 2169,39	\$ 2901,17
Impuesto a la renta por pagar	\$ 351,83	\$ 1105,6	\$ 1732,56	\$ 2704,5	\$ 3616,8
Total Pasivos Corrientes	\$ 634,06	\$ 1992,45	\$ 3122,31	\$ 4873,89	\$ 6517,97
<u>PASIVOS DE LARGO PLAZO</u>					
Prestamo bancario	\$ 5892,79	\$ 4652,05	\$ 3267,74	\$ 1723,23	\$,
Total Pasivos de largo plazo	\$ 5892,79	\$ 4652,05	\$ 3267,74	\$ 1723,23	\$,
TOTAL DE PASIVOS	\$ 6526,84	\$ 6644,5	\$ 6390,05	\$ 6597,12	\$ 6517,97
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 3002,07	\$ 3002,07	\$ 3002,07	\$ 3002,07	\$ 3002,07
Utilidad del Ejercicio	\$ 1247,41	\$ 3919,86	\$ 6142,71	\$ 9588,68	\$ 12823,19
Utilidades Retenidas	\$,	\$ 1247,41	\$ 5167,27	\$ 11309,99	\$ 20898,67
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 4249,49	\$ 8169,35	\$ 14312,06	\$ 23900,74	\$ 36723,94
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 10776,33	\$ 14813,84	\$ 20702,11	\$ 30497,86	\$ 43241,91
	\$,	\$,	\$,	\$,	\$,

Anexo N° 26. Punto de Equilibrio

CALCULAR:	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES: Gastos Generales	33323,25	35216,76	38536,44	41092,66	45164,86
COSTOS VARIABLES: Costos de Ventas	5085,28	5405,8848	5946,40032	6523,555005	7194,969188
% COSTOS VARIABLES: Costo de Ventas / Ingresos Totales	12,62%	11,62%	11,06%	10,51%	10,03%
Punto de Equilibrio para el primer año =	\$ 38.136,75	\$ 39.845,55	\$ 43.330,29	\$ 45.917,95	\$ 50.202,53