

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

**FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

INGENIERÍA FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
PUESTA EN MARCHA DE UN PROYECTO
DE HOSTELING ESTUDIANTIL EN LA
CIUDAD DE QUITO**

Elaborado Por: María Lorena Reyes M.

Director: Econ. Rodrigo Sáenz Flores

QUITO – ECUADOR

2003

DEDICATORIA

A Diosito y la Virgencita del Quinche, por acompañar cada día mis pasos.

A mi mami , por ser mi mejor amiga, por sus noches en vela cuidándome
y por ser la inspiración con la que me levanto cada día.

A mi papi, por su exigencia, por su sabiduría , por el amor y por el ejemplo
que me hacen querer ser cada día igual a él.

A Ricardo, por ser mi amigo , mi compañero y por enseñarme el
significado de amar.

A Anna Paula, por ser la razón de mi vida, mi alegría y mis sueños.

AGRADECIMIENTO

A Diosito y la Virgencita del Quinche, por ser mis amigos inseparables.

A los Profesores de la Universidad, por su sabiduría, su paciencia, por su exigencia y por creer en mi.

A mis papis por sus consejos y por darme la oportunidad de ser una profesional.

A Ricardo, por ser mi apoyo y por enseñarme lo simples que son las cosas.

A Anna Paula, por que su llegada inspiró mi vida.

DECLARATORIA

Yo, María Lorena Reyes Martínez con Cédula de Identidad No.
170766154-0, declaro que el presente trabajo no es copia parcial o total
de otro documento.

María Lorena Reyes Martínez

CI: 170766154-0

RESUMEN

A continuación se presenta el estudio de factibilidad de un proyecto de **Hosteling Estudiantil** en la ciudad de Quito.

El proyecto tiene como fin hospedar a jóvenes estadounidenses de 18 a 26 años en familias ecuatorianas durante un periodo de tres meses. Para ello, la empresa funciona de intermediaria , entre los jóvenes que desean venir al Ecuador y las familias anfitrionas, en la ciudad de Quito , que están dispuestas a recibirlos en sus casas.

El proyecto de "Hosteling Estudiantil surge de la necesidad creciente de jóvenes alrededor del mundo por viajar, convivir con personas de diferentes culturas y sobre todo aprender un idioma nuevo.

Para garantizar la satisfacción y seguridad de las dos partes, se cuenta con un proceso de selección riguroso tanto para los estudiantes como para las familias.

La empresa proporciona, adicionalmente, el servicio de enseñanza del idioma español y un servicio turístico durante el periodo de estadía de los chicos en el Ecuador.

El estudio de factibilidad se divide en estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal y estudio financiero.

El estudio de mercado analiza el servicio que se va a prestar, así como su capacidad para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Los datos de la demanda derivarán de una pequeña parte de información secundaria y de una gran parte de información primaria, es

decir, información específica del proyecto obtenida mediante encuestas. Los datos de la oferta provienen de información secundaria .

El estudio de mercado pretende definir la cantidad del servicio de hosteling que los jóvenes extranjeros estarán dispuestos a adquirir a un precio específico y en un periodo de tiempo determinado, es decir, la demanda.

A su vez, el análisis de mercado comprende cuantificar la oferta, que está representada por la cantidad de empresas, en la ciudad de Quito, que brindan servicios de hosteling estudiantil a jóvenes extranjeros, por un valor específico en un periodo definido.

La empresa, constituida como Compañía Limitada, estará localizada en la ciudad de Quito en la Av. de las Palmeras N45 – 54 y de los Tulipanes operando en una oficina de 70 m².

Mediante el estudio financiero se llegó a la conclusión que el proyecto es **viable**, gracias al análisis de “Los Índices de Evaluación consagrados por la Teoría Financiera y Practica Empresarial”; tales como el Valor Actual neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo Real de recuperación y Relación Beneficio Costo.

ABSTRACT

The feasibility study of a Student Housing project in the city of Quito is presented below.

The project's goal is to place young people from the United States from 18 to 26 years of age in Ecuadorian families for a period of six months. To achieve this, the company will operate as an intermediary and cover the demand of young people who want to come to Ecuador with the supply of host families in the city of Quito who are willing to receive them in their homes.

The Student Housing project arises from the growing need of young people traveling around the world to live with people from different cultures and, mainly, learn a new language.

In order to guarantee the satisfaction and safety of both parties, a rigorous selection process for both the students and the families is used.

In addition, the company provides a Spanish language teaching service as well as a tourist service for the length of the youths' stay in Ecuador.

The feasibility study is divided into the market study, the technical study, the administrative and legal study, and the financial study.

The market study analyzes the service which will be provided and its capability to satisfy the needs of the consumers.

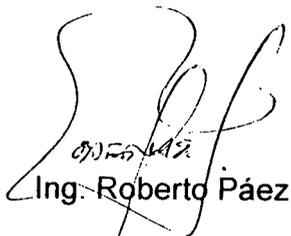
A small part of the data on both the demand and the supply will be derived from secondary information but the majority will be from primary information, i.e., specific information on the project obtained from surveys.

The market study determines the amount of housing service that young foreigners will be willing to pay for at a specific price for a determined period of time, i.e., the demand.

It also measures the supply which is represented by the number of families in the city of Quito who would be willing to provide a housing service to young foreigners for a specific cost over a set amount of time.

The company, constituted as a Limited Company, will be located in the city of Quito at N45-57 de las Palmeras Avenue and de los Tulipanes working out of a 70m² office.

Using the financial study, the conclusion was reached that the project is **viable** due to "The Evaluation Indices mentioned in the Financial Theory and Business Practice" which are the Actual Net Value, Internal Return Rate, True Recovery Period and Cost Benefit Relationship.



Ing. Roberto Páez



María Lorena Reyes

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 . CONCEPTOS BÁSICOS	1
1.1 Proyecto de Inversión	1
1.2 Ciclo de Vida del Proyecto	3
1.3 Naturaleza del Proyecto	7
CAPÍTULO 2 . RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO	10
2.1 Antecedentes del Proyecto	10
2.2 Objetivo	11
2.2.1 Objetivo general	11
2.2.2 Objetivos Específicos	11
2.3 Inversiones y Financiamiento	12
2.3.1 Inversión	12
2.3.2 Financiamiento	12
2.4 Aspectos Operativos y Financieros Importantes	13
2.5 Aspectos Administrativos Relevantes	14
2.6 Evaluación y Decisión de Inversión	15
2.7 Conclusiones y Recomendaciones	16
2.7.1 Conclusiones	16
2.7.2 Recomendaciones	17

CAPÍTULO 3 . ESTUDIO DE MERCADO	18
3.1 Introducción	18
3.2 Objetivo del Estudio de Mercado	20
3.3 Reseña Histórica	20
3.4 Descripción y Análisis del Servicio de Hosteling	22
3.4.1 Selección de Familias Anfitrionas	22
3.4.2 Selección de Estudiantes	24
3.4.3 Cruce de Información	25
3.4.4 Comunicación Familia-Estudiante	26
3.4.5 Orientación del Estudiante	26
3.4.6 Recepción del Estudiante	29
3.4.7 Reunión de Orientación	29
3.4.8 Cursos de Español	30
3.4.9 Visitas Turísticas	32
3.4.10 Control Durante Estadía	34
3.4.11 Seguimiento al Finalizar	35
3.5 Comportamiento del Consumidor	36
3.6 Información Primaria	37
3.6.1 Demanda	37
3.6.2 Familias Anfitrionas	45
3.7 Oferta del Mercado	50
3.8 Demanda del Mercado	54
3.9 Demanda insatisfecha	54

3.10	Demanda del proyecto	55
3.11	Precios	58
CAPÍTULO 4 . ESTUDIO TÉCNICO		59
4.1	Introducción	59
4.2	Tamaño y Localización	59
4.2.1	Tamaño	59
4.2.1.1	Tamaño Óptimo del Proyecto	59
4.2.2	Localización	61
4.2.2.1	Factores de localización	61
4.2.2.2	Localización del Proyecto	63
4.3	Ingeniería Del Proyecto	69
4.3.1	Proceso del Servicio	69
4.3.2	Diseño de la Oficina Administrativa	70
CAPÍTULO 5 . ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL		71
5.1	Estructura administrativa	71
5.2	Análisis FODA	73
5.2.1	Fortalezas y Debilidades	75
5.2.2	Oportunidades y Amenazas	79
5.3	Aspectos Jurídicos	81
5.4	Impacto Ambiental	84

CAPÍTULO 6. ESTUDIO FINANCIERO	85
6.1 Parámetros	85
6.2 Anexos	88
6.3 Costo y Financiamiento del Proyecto	90
6.3.1 Costo del Proyecto	90
6.3.2 Costo sobre la inversión	90
6.3.3 Financiamiento del proyecto	90
6.4 Deuda	91
6.4.1 Tabla de Amortización	92
6.4.2 Valor Actual del Escudo Fiscal	93
6.4.3 Capacidad de Pago de la Deuda	93
6.5 Estado de Pérdidas y Ganancias	94
6.6 Valor Actual e índices de evaluación	95
6.6.1 Flujos de Caja	95
6.6.2 VAN Ajustado	95
6.7 Puntos de Equilibrio	96
6.8 Análisis de Riesgo	97
6.8.1 KE Promedio	98
6.8.2 Probabilidad Proyecto Rechazado	98
6.8.2.1 Desviación Estándar VAN	98
6.8.2.2 Área bajo la Curva	99

CAPÍTULO 7 . DECISIÓN DE INVERSIÓN, CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES	100
7.1 Decisión de Inversión	100
7.2 Conclusiones	101
7.3 Recomendaciones	102
BIBLIOGRAFÍA	103
ANEXOS	105
ENCUESTAS	106
OTROS	107

CAPÍTULO 1

CONCEPTOS BÁSICOS

1.1 PROYECTO DE INVERSIÓN: El desarrollo de proyectos de inversión es la base fundamental para el progreso y crecimiento de los países.

Un proyecto de inversión a largo plazo es un conjunto de datos técnicos, financieros, comerciales, sociales, económicos y ambientales mediante los cuales se puede determinar la forma óptima de asignar recursos humanos, materiales y financieros para la creación de una unidad nueva o para la ampliación, reestructuración o modernización de una unidad existente ¹.

Es necesario que exista una necesidad insatisfecha o un problema no resuelto para que se pueda llegar a su solución, mediante la ejecución de un proyecto de inversión.

A su vez, es necesario que la rentabilidad esperada del proyecto supere a la rentabilidad que se obtendría en una inversión de similar riesgo utilizando los mismos recursos. Es decir, los futuros inversionistas antes de destinar su dinero a una actividad específica, deben estar seguros de recibir un excedente en términos de Valor Actual respecto a sus recursos comprometidos después de determinado periodo ².

¹ Econ. Rodrigo Sáenz Flores. Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Quito. 2000. Pág. 5.

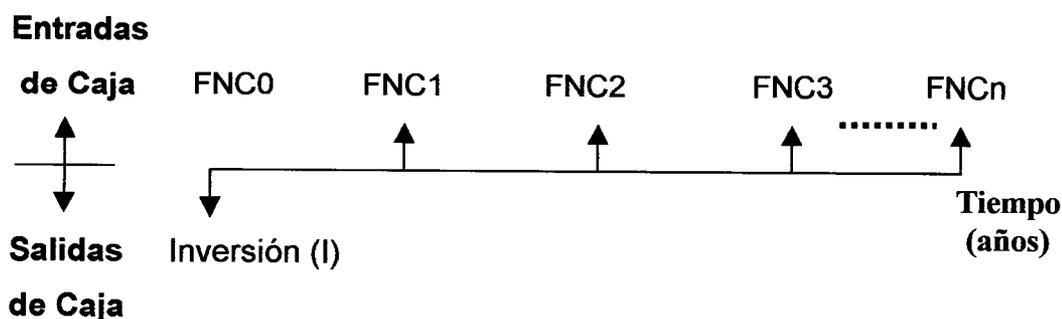
² Ibid., Pág. 5.

En conclusión, Inversión Total o Costo del Proyecto es el total de recursos que se utilizan para concretar un proyecto, los mismos que pueden ser financiados con deuda o con recursos propios. Valor Actual Neto es el excedente de dinero esperado por los inversionistas en un periodo de tiempo específico. Es un criterio importantes para la evaluación de proyectos y, así, decidir si el proyecto es rentable y ejecutarlo ³.

Un proyecto de inversión a largo plazo se puede representar mediante una línea de tiempo , dónde, se representa la Inversión Inicial como salida de caja y los Flujos Netos de Caja de cada periodo de la vida útil del proyecto como entradas de efectivo. Los Flujos Netos de Caja son excedentes de efectivo que representan la diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo de cada periodo ,durante el tiempo determinado como vida útil del proyecto ⁴.

FIGURA 1

GRÁFICO TEMPORAL DEL PROYECTO ⁵



³ Ibid. , Pág. 5.

⁴ Ibid. , Pág. 6.

⁵ Elaborado por Econ. Rodrigo Sáenz Flores. Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Quito. 2000. Pág. 5.

1.2 CICLO DE VIDA DEL PROYECTO: El ciclo de vida de un proyecto es un proceso formado por un conjunto de etapas de análisis con diferentes niveles de complejidad, que nos permiten tomar una decisión de inversión adecuada.

Las etapas del ciclo de vida de un proyecto son las siguientes:

Etapas de Preinversión , consiste en la investigación y realización de los estudios necesarios para determinar la viabilidad del proyecto. Es necesario desarrollar estudios técnicos, operativos, comerciales, administrativos y financieros, los mismos, que nos sirven de base para la toma de decisiones fundamentales sobre la puesta en marcha del proyecto. Es decir, mediante los resultados obtenidos se puede llevar a cabo el proyecto, aplazarlo, reestructurarlo o no hacerlo ⁶.

Dentro de ésta etapa se puede optar por la elaboración de un perfil del proyecto, un estudio de prefactibilidad o un estudio de factibilidad. La diferencia entre los estudios anteriores radica en su profundidad, detalle y alcance de la información recopilada y procesada, tanto como, del costo de su elaboración ⁷.

El estudio de Factibilidad es el más detallado y profundo, compuesto por el Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo y Legal y Estudio Financiero. Las distintas etapas dentro del estudio de factibilidad están interrelacionadas y son dependientes, así, el estudio de mercado es el punto de partida de los demás temas de factibilidad ⁸.

⁶ Ibid. , Pág. 8.

⁷ Ibid. , Pág. 8.

⁸ Ibid. , Pág. 9.

Etapa de Inversión es la etapa de construcción física del proyecto. Para su eficiente realización es necesario que se lleve a cabo según los parámetros de tiempo, costo y calidad concluidos en los estudios previos.

En ésta etapa las actividades son críticas y dependientes , por ello el retraso en una de ellas ocasionará que las demás también lo hagan y , por tanto, que todo el proyecto se retrase. En otras palabras, es necesario una correcta Administración de la Ejecución del Proyecto, ya que un retraso en la ejecución implica sobrecostos y pueden causar que la empresa no sea rentable, una vez en marcha, y tenga que salir del mercado⁹.

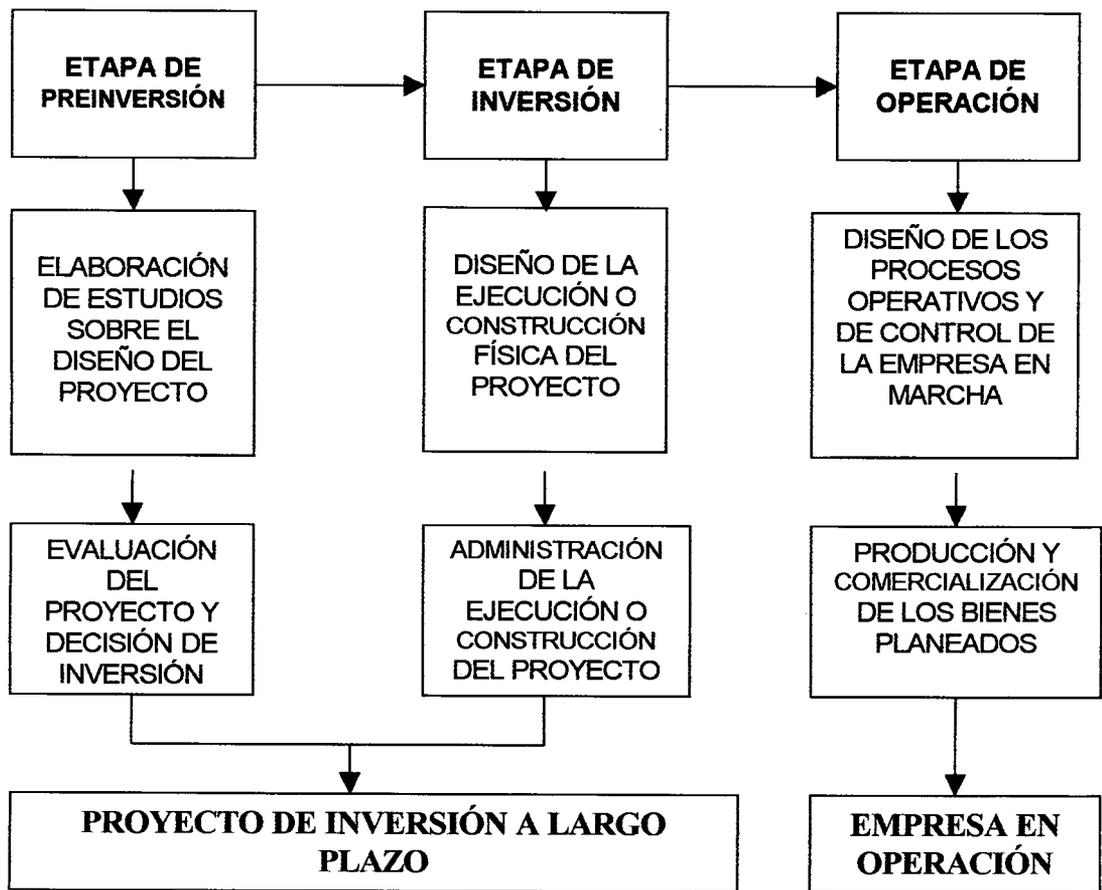
Etapa de Operación se refiere a la empresa en marcha, mas no, al proyecto de la misma. En este punto se aspira resolver los problemas que originaron el desarrollo del proyecto; como lo son la generación de bienes o servicios que satisfagan las necesidades de las personas en la manera más eficiente, así , como la maximización el valor de la empresa¹⁰.

A continuación se resume el ciclo de vida de un proyecto de inversión a largo plazo en forma general :

⁹ Ibid. , Pág. 9.

¹⁰ Ibid. , Pág. 9.

FIGURA 2

CICLO DE VIDA DEL PROYECTO¹¹

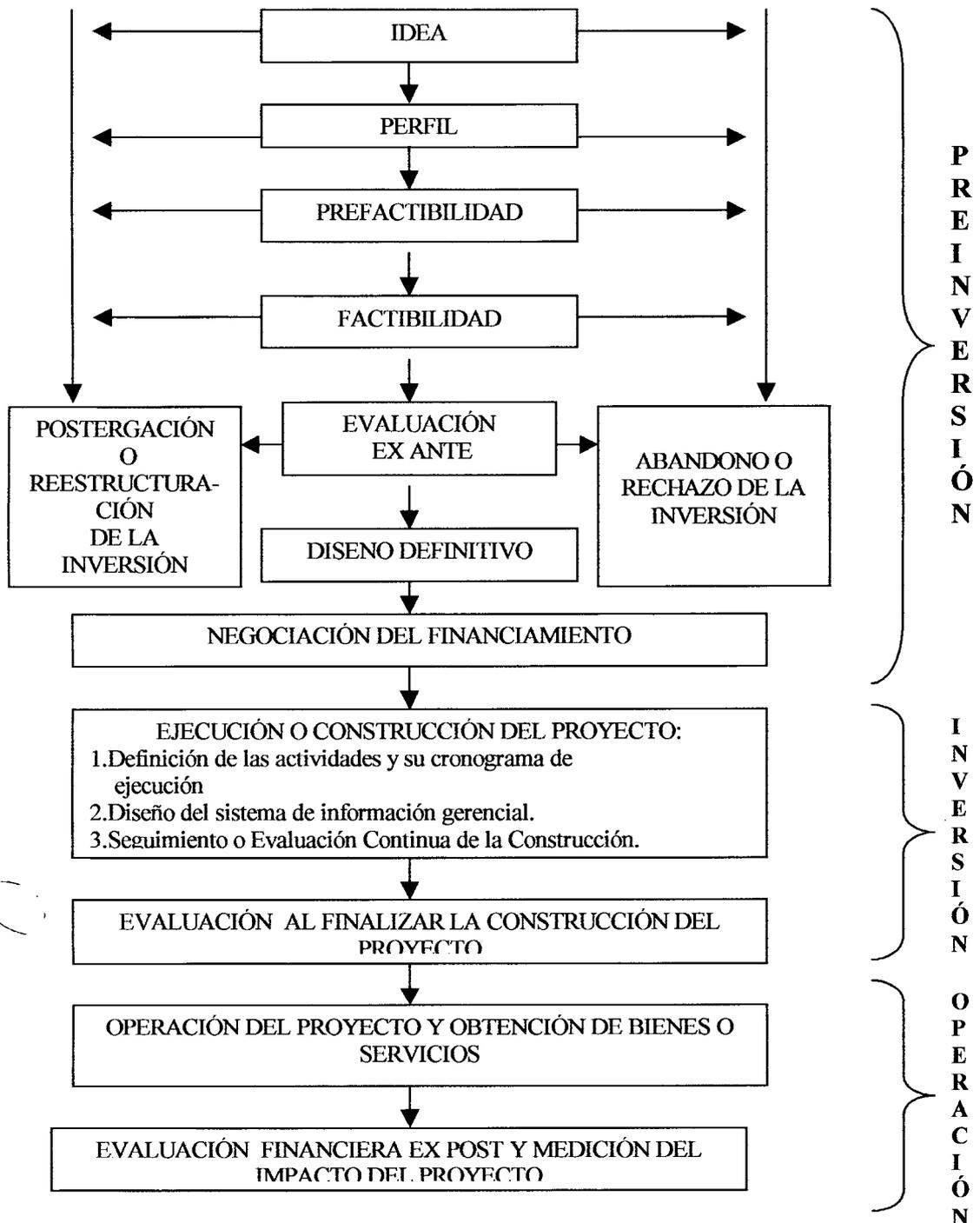
En conclusión, en las dos primeras etapas se identifica el proyecto de inversión a largo plazo en todas sus fases y la última etapa representa a la empresa en operación.

En el siguiente cuadro se detalla cada una de las etapas del ciclo de vida de un proyecto de inversión a largo plazo, empezando por la idea, hasta concluir con la evaluación financiera ex post y la medición del impacto del proyecto.

¹¹ Elaborado por Econ. Rodrigo Sáenz Flores. Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Quito. 2000. Pág. 6.

FIGURA 3

DETALLE DEL CICLO DE VIDA DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN A

LARGO PLAZO ¹²

¹² Elaborado por Econ. Rodrigo Sáenz Flores. Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Quito. 2000. Pág. 7.

1.3 NATURALEZA DEL PROYECTO: El aprendizaje de una lengua extranjera se ha convertido en una necesidad, más que en un lujo. Esto se debe a que el mundo globalizado presiona la competencia profesional con el conocimiento de diversos idiomas; mientras que, hace algunas décadas, el conocimiento de un idioma adicional era reflejo de estatus y roce social.

Hace 60 años, aproximadamente, varios centros educativos norteamericanos se vieron en la necesidad de diversificarse orientándose hacia otros países. Éstos líderes emprendedores se encontraron con una diversidad de conceptos basados en las culturas individuales de cada país.

Al verse en dicha situación , aquellos líderes, decidieron tratar de entender las diferentes culturas, adentrándose en ellas. Fue así como poco a poco , visionarios conocedores del tema, decidieron realizar intercambios estudiantiles y programas de Hosteling diluyendo las fronteras.

Hoy en día los intercambios estudiantiles han innovado conceptos y estrategias alrededor del mundo, haciéndolos cada vez más atractivos. Uno de los programas de intercambios más solicitados es el de “Hosteling Estudiantil”. Hosteling proviene de la palabra *host* que significa huésped y consiste básicamente en un programa de hospedaje para jóvenes dentro de una familia anfitriona , previa selección del idioma y país deseado.

El proyecto de “Hosteling Estudiantil” surge de la necesidad creciente de jóvenes alrededor del mundo por viajar, convivir con personas de diferentes culturas y sobre todo aprender un idioma nuevo.

En el Ecuador existen algunas instituciones que brindan éste servicio pero la mayoría de ellas no cumplen con los requerimientos de los jóvenes extranjeros, causándoles incomodidad e insatisfacción con el servicio.

Mediante el desarrollo de éste estudio se busca determinar la factibilidad de la implementación de un programa de Hosteling estudiantil en la ciudad de Quito con procesos totalmente innovados y nuevos.

El proyecto tiene como fin hospedar a jóvenes estadounidenses de 18 a 26 años en familias ecuatorianas durante un periodo de tres meses. Para ello, la empresa funciona de intermediaria , entre los jóvenes que desean venir al Ecuador, y las familias anfitrionas en la ciudad de Quito , que están dispuestas a recibirlos en sus casas.

La sierra ecuatoriana es una de los destinos más demandados por jóvenes extranjeros para el aprendizaje del español, debido a su acento de fácil comprensión y la calidez de la gente , en relación a otros lugares de Latinoamérica.

Las familias de la ciudad de Quito encuentran atractiva la posibilidad de hospedar a un joven en su familia durante un periodo de tiempo, adaptándolo con un miembro más de su familia, a cambio de una suma de dinero mensual y de el intercambio cultural que representa.

Para garantizar la satisfacción y seguridad de las dos partes , se cuenta con un proceso de selección riguroso tanto para los estudiantes como para las familias.

La empresa proporciona, adicionalmente, el servicio de enseñanza del idioma español y un servicio turístico durante el periodo de estadía de los chicos en el Ecuador.

El aprendizaje del español cuenta con un avanzado e innovador programa de estudios mediante el método "One to One". Dicho método representa la interactividad alumno-profesor en una clase dirigida por un maestro, con un máximo de 4 estudiantes. En las diferentes clases centrará la atención en la conversación; punto de partida del aprendizaje, de este punto se derivan la escritura y gramática del idioma. Los temas se desarrollarán escuchando una cinta pregrabada del tema para luego discutirla con el profesor, el mismo que les corregirá y asignará tareas. La ventaja de el programa es que al convertir la clase en una asesoría directa , el profesor tiene mayor oportunidad de trabajar en el desarrollo individual de cada joven. Además, el alumno no se limita a asistir a una clase en la que escucha al maestro y no puede intervenir debido a la cantidad de estudiantes, lo que a largo plazo da la ventaja de entender el idioma pero no le permite comunicarse en él.

El servicio turístico será de carácter opcional durante tres fines de semana o feriados durante el periodo de estadía de los jóvenes norteamericanos. Se les proporcionará un listado de lugares con distancias , características del lugar y mapa de los diferentes destinos turísticos dentro del país, para que los jóvenes armen los paseos según su preferencia. El costo de los paseos turísticos esta dentro del paquete completo por lo que no representa un desembolso extra para los ellos.

CAPÍTULO 2

RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

2.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO: Tres líderes visionarios de la ciudad de Quito, María Lorena Reyes, Ricardo Robledo y Santiago Saona, se reunieron con el fin de formar una empresa de "Hosteling Estudiantil" para jóvenes extranjeros de 18 a 26 años.

La idea nació de la experiencia de los jóvenes en programas de alojamiento para extranjeros. Los programas en los que habían participado pertenecían, en su mayoría, a instituciones sin fines de lucro, las mismas, que estaban financiadas por Organismos No Gubernamentales.

Durante el periodo en que participaron con los programas tuvieron la oportunidad de conocer las debilidades y defectos, así como las ventajas y conveniencias de los mismos.

La experiencia en el alojamiento de jóvenes extranjeros les abrió grandes puertas. Lograron entablar grandes amistades y muy buenos contactos con jóvenes de todo tipo, entre los cuales destacaron líderes y directivos universitarios.

De este gran paso se formó una Base de Contactos Internacionales, la cual es el punto clave para el éxito de su sociedad.

Las profesiones de los jóvenes les ayuda para innovar y crear servicios de calidad para su empresa. María Lorena Reyes estudió

Ingeniería Financiera, Ricardo Robledo Ecoturismo y Santiago Saona Marketing.

Una lluvia de ideas les ayudó a definir su Objeto Social para emprender éste gran sueño.

El nombre de la empresa es R & S Ecuador basado en los apellidos de los socios y en el nombre de nuestro país.

El servicio que ofrece la empresa es el de hospedaje de jóvenes extranjeros ,con edades comprendidas entre 18 y 26 años, en familias ecuatorianas. Además del servicio principal , la empresa cuenta con tours a nivel nacional y cursos intensivos del idioma.

2.2 OBJETIVO:

2.2.1 Objetivo General.

Determinar la factibilidad de la implementación de un programa de Hosteling Estudiantil en la ciudad de Quito.

2.2.2 Objetivos específicos.

- Determinar la Demanda esperada del proyecto.
- Identificar la Competencia del servicio.
- Definir el Precio óptimo que se debe cobrar por el programa de Hosteling estudiantil.
- Determinar la Ventaja competitiva del proyecto.

2.3 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO:

2.3.1 Inversión: Gracias al análisis financiero desarrollado en el Estudio Financiero pudimos determinar la inversión para el proyecto:

Cuadro 2.1

	VALOR	%
INVERSION FIJA	25,725	83.5%
COMPUTADORAS	3,060	9.9%
IMPRESORAS	230	0.7%
MUEBLES Y ENCERES	2,435	7.9%
VEHÍCULO	20,000	64.9%
ACTIVOS DIFERIDOS	1,400	4.5%
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	600	1.9%
CONSULTORIA LEGAL (CONSTITUCIÓN)	800	2.6%
CAPITAL DE TRABAJO	3,674	11.9%
INVERSION TOTAL	30,799.1	100.0%

La inversión para la empresa está compuesta en un 83.5% por Activos Fijos, 4.5% por Activos Diferidos, y un 11.9 % en Capital de Trabajo, para dar un total de 30 799 dólares.

2.3.2 Financiamiento: El financiamiento del proyecto en dólares se resume a continuación:

Cuadro 2.2

	VALOR	%
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	9,799.1	31.8%
CAPITAL SOCIAL	21,000.0	68.2%
FINANCIAMIENTO TOTAL	30,799.1	100.0%

El costo sobre la inversión es el siguiente:

Cuadro 2.3

COSTO SOBRE LA INVERSION	VALOR
TASA DE RENDIMIENTO NOMINAL T-BILL A 10 AÑOS	4.32%
(-) TASA DE INFLACIÓN ANUAL E.E.U.U	2.23%
(+) RIESGO PAIS ECUADOR	7.70%
(+) TASA DE INFLACIÓN ANUAL ECUADOR	11.75%
(=) COSTO DE LOS RECURSOS PROPIOS (KE)	21.54%
(=) COSTO DE LA DEUDA (KD)	12.00%

2.4 ASPECTOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS IMPORTANTES:

Para garantizar el éxito del proyecto, la empresa destacará su atención en los siguiente aspectos:

- Selección de las familias anfitrionas,
- Selección de los estudiantes para el programa,
- Seguridad del estudiante durante su estadía,
- Evaluación y control óptimo de cada componente del servicio.
- Aprendizaje de la lengua en el periodo de estudio,

El análisis financiero fue elaborado bajo el supuesto que los precios, costos, gastos y capital de trabajo crecen en función de la tasa de inflación del Ecuador (Julio 2002 –Julio 2003) y la cuota de depreciación anual es calculada mediante el Método de Línea Recta.

El periodo de estadía del estudiante es de tres meses. Dicho periodo es óptimo para el servicio y legalidades de la Dirección de Migración del Ecuador y SRI.

El servicio cuenta con elementos innovadores que buscan satisfacer al máximo las necesidades de los consumidores. Son componentes adicionales que no se encuentran en programas de la competencia.

La competencia del mercado es limitada, cada servicio tiene cualidades y precios diferentes, por lo que el precio para el proyecto está basado en el Método del costo unitario total más la utilidad unitaria.

Dentro del costo mensual están considerados los tours, clases, el hospedaje y el servicio celular.

2.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS RELEVANTES: La empresa está conformada por tres socios, los mismos, que se encargarán del servicio y la parte administrativa. Los tres socios estarán al frente de la parte Financiera, Marketing y Turismo.

La empresa operará en una oficina de 70m² ubicada en el barrio “ El Batán “, sector Norte de Quito.

El personal de la empresa se detalla a continuación:

Cuadro 2.4

PERSONAL ADMINISTRATIVO	NÚMERO
GERENTES	3.00
CONTADOR	1.00
SECRETARIA EJECUTIVA	1.00
CHOFER	1.00

2.6 EVALUACIÓN Y DECISIÓN DE INVERSIÓN: Por medio del análisis financiero realizado en el Capítulo 6 , se concluye que el proyecto es viable, por tanto, debe ser aceptado.

Criterios de Evaluación:

- El **Valor Actual Neto del Proyecto** calculado con el VAN Ajustado es de 47,570.89 dólares, lo que lo convierte en un inversión rentable. El VAN Ajustado es la suma del VAN Básico y el VAN de los Escudos Fiscales. El criterio de decisión es de aceptar el proyecto si éste valor es mayor a cero.
- La **Tasa Interna de Retorno (TIR)** es de 74.01%. El criterio de decisión es de aceptar el proyecto si la TIR es mayor al costo de los recursos propios. En éste caso el KE de 21.54%, por lo que el proyecto es viable.
- La **Relación BENEFICIO / COSTO** es de 2.51 , lo que representa que el VAN es positivo, por tanto se acepta el proyecto.

- El **Periodo Real de Recuperación** es de 1.5 años, lo que quiere decir, que el proyecto tardará ese tiempo en recuperar la inversión Total. Es un periodo de tiempo corto para recuperar lo invertido por lo cual el proyecto es viable y debe ser aceptado.

El análisis financiero busca analizar si el proyecto incrementa la riqueza de los socios. En este caso se comprueba el hecho. En conclusión la empresa arroja resultados excelentes, los mismos, que con un manejo adecuado podrían lograr que esta pequeña empresa crezca rápidamente.

2.7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

2.7.1 Conclusiones.

- Gracias al análisis financiero se determinó que el proyecto es **VIABLE**, por lo tanto, se **ACEPTA EL PROYECTO**.
- Mediante el Análisis del Riesgo podemos asegurar que existe un 0.181% de probabilidad (riesgo), que el VAN sea negativo, es decir, que se rechace el proyecto.
- La correcta recopilación , tabulación e interpretación de información en el estudio de mercado garantizan la veracidad de los demás capítulos del estudio de factibilidad.

- La Base de Contactos de la empresa es su ventaja competitiva y su garantía de éxito.
- El estricto proceso de selección de familias anfitrionas como de jóvenes estudiantes garantiza la seguridad y satisfacción de ambas parte.
- La empresa estará conformada legalmente como Compañía Limitada e integrada por tres socios con participaciones iguales.

2.7.2 Recomendaciones.

- Se recomienda ampliar sus contactos a otros países .
- Se debería crear una página web para lograr comunicación directa con los extranjeros interesados, adicionalmente a los logrados por Base de Contactos, reduciendo así, las comisiones a los contactos.
- Se recomienda realizar un seguimiento y control se satisfacción a las personas que adquieran el servicio.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN: Para poder determinar con éxito la factibilidad de un proyecto, es indispensable la correcta elaboración del estudio de mercado.

En el estudio de mercado se analiza el servicio que se va a prestar, así como la capacidad del mismo para satisfacer las necesidades de las personas¹³. Para ello se identifican los usuarios, sus preferencias, los servicios sustitutos y los complementarios. A su vez se analiza a la competencia, sus fortalezas, debilidades y sus ventajas competitivas.

Identificar adecuadamente el mercado para el servicio de hosteling es la base para la correcta recopilación de información primaria y secundaria, con el fin de lograr una exitosa toma de decisiones a lo largo del estudio de factibilidad. El mercado, para el proyecto, son jóvenes norteamericanos con edades comprendidas desde los 18 hasta los 26 años, que desean adquirir el servicio de Hosteling estudiantil, buscando satisfacer su necesidad específica de aprender español en Ecuador y hacer turismo. Contando, para ello, con la capacidad económica para adquirir el servicio. Por otro lado, se encuentran un grupo de instituciones que ofrecen el servicio con diferentes características.

¹³ Econ. Rodrigo Sáenz Flores. Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Quito. 2000. Pág. 9

El primer limitante del mercado, es la edad, ya que el servicio está diseñado para jóvenes de 18 a 26 años; periodo en el cual son mayores de edad, independientes, están formándose profesionalmente, se interesan por el conocimientos de nuevas lenguas, y representan menor responsabilidad legal tanto para las familias anfitriones como para el programa en si.

El nivel socioeconómico es el segundo limitante del mercado, tanto de los anfitriones como de los estudiantes ya que se considera un nivel económico alto y medio-medio debido a que el programa no es accesible para todos, siendo de un costo considerablemente alto que deriva de la calidad de los servicios. Por otro lado las familias deben brindar comodidad al estudiante, lo que implica privacidad, buena alimentación y comodidad durante su estadía, características que se encuentran en familias de éste nivel económico¹⁴.

Los datos de la demanda provienen de información primaria, es decir, información específica del proyecto obtenida mediante encuestas. Para el caso de los anfitriones se las realizó directamente, es decir, de persona a persona; mientras que para el caso de los estudiantes extranjeros se las realizó indirectamente, esto es, vía correo electrónico.

Para determinar la oferta se parte de información secundaria sobre instituciones y fundaciones que brindan el servicio.

La correcta recopilación, tabulación e interpretación de los datos obtenidos es de vital importancia para el estudio de mercado, debido a que de él se deriva una apreciación y análisis certeros de los demás

¹⁴ Ibid., pág. 320.

capítulos del estudio de factibilidad de la Empresa de Hosteling Estudiantil.

El estudio de mercado pretende definir la cantidad del servicio de hosteling que los jóvenes extranjeros estarán dispuestos a adquirir a un precio específico y en un periodo de tiempo determinado, es decir, la demanda.

A su vez, el análisis de mercado comprende cuantificar la oferta, que es representada por la cantidad de programas que vende la competencia en el periodo de un año especificando las características de cada uno.

3.2 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO: El objetivo de éste capítulo del estudio de factibilidad para una empresa de Hosteling Estudiantil, es estimar la demanda del servicio por parte de jóvenes norteamericanos con edades desde 18 hasta los 26 años, así como la oferta del servicio en la ciudad de Quito.

3.3 RESEÑA HISTÓRICA: En las últimas décadas la globalización se ha posesionado en la vida diaria de la mayoría de personas alrededor del mundo. Este fenómeno involucra actividades de gran magnitud , que no miden fronteras, por lo que la gente busca mayores conocimientos para permanecer en la competencia.

El conocimiento de una o varias lenguas extranjeras es uno de los requisitos más demandados por las empresas a nivel mundial, por esta razón el mercado de institutos de idiomas e intercambios estudiantiles va en aumento.

Aproximadamente hace 60 años varios centros educativos norteamericanos se vieron en la necesidad de diversificar su enseñanza de idiomas orientándose hacia otros países. Estos pioneros desarrollaron un concepto más atractivo, que involucraba aprender la lengua extranjera en un país donde se la hablara, conviviendo diariamente con la cultura dentro de un núcleo familiar típico.

Para lograr su objetivo los líderes de las organizaciones de enseñanza decidieron estudiar las diferentes culturas y las ventajas que cada país ofrecía. Fue así que desarrollaron un modelo con varias posibilidades culturales según las necesidades de los estudiantes, llamándolos intercambios estudiantiles y programas de Hosteling.

En la actualidad se encuentran intercambios estudiantiles en casi todos los países del mundo, con diferentes características y precios, para todo tipo de personas que deseen vivir esta experiencia¹⁵.

¹⁵ María Soledad Briganti, Coordinadora de relaciones internacionales . UFM.

3.4 DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL SERVICIO DE HOSTELING:

A continuación se expone el análisis y descripción del servicio de hosteling estudiantil e la ciudad de Quito.



3.4.1 Selección de las familias anfitrionas: La selección de las familias anfitrionas es un paso fundamental para el correcto desenvolvimiento del programa de hosteling estudiantil, debido a que la familia anfitriona es la imagen del servicio que proyectamos a los estudiantes extranjeros.

En primer lugar, se reciben las solicitudes de las familias interesadas, las cuales son analizadas verificando los datos correctamente, para luego proceder a una entrevista personal. En la entrevista personal se busca conocer las costumbres, actitudes y aspiraciones de la familia con respecto al programa de hosteling.

Una vez realizada la entrevista personal se procede a un reconocimiento físico de la casa, principalmente de la habitación con baño privado, que será de uso del estudiante.

Con la información obtenida tanto de la familia como de la casa se procede a la aceptación, o no, al programa y por consiguiente a informar los resultados a las familias aplicantes.

La familia podrá recibir un estudiantes máximo, en su casa, para garantizar la eficiencia del servicio.

Los pasos señalados para la aceptación como familia anfitriona se basan en el cumplimiento estricto ciertos estándares de calidad como se los resume a continuación:

Familia:



- Apertura familiar a desarrollar un intercambio cultural.
- Aceptación y trato del estudiante como un miembro de la familia.
- Ambiente familiar pacífico y acogedor.
- Incorporación del estudiante a actividades familiares.
- Permanencia regular, de los miembros de la familia, en el lugar de residencia.
- Disposición para ayudarlo en el momento necesario.
- Realizar las tres comidas básicas en familia.
- Estar dispuesto a adaptar el menú diario según costumbres del estudiante (ej. Vegetariano).

Casa:

- Ubicación de la casa en una zona residencial segura y de fácil acceso.
- Disponer de una habitación extra con la comodidades necesarias.
- Disponer de un baño privado con agua caliente para el huésped.
- Contar con todos los servicios básicos.
- Dotar de independencia y comodidad al estudiante extranjero.

Una vez que la familia es aceptada se procede a capacitarla, lo que consiste en proporcionar información sobre las costumbres norteamericanas , medidas de seguridad y prevención que se deben tomar.

3.4.2 Selección de los estudiantes que participen en el programa: La ventaja competitiva y el éxito del proyecto provienen de una "Base de Contactos" en los Estados Unidos de Norteamérica, la misma que es de carácter confidencial.

Por medio de los contactos de la Base de Contactos mencionada, se reciben solicitudes de los estudiantes que desean participar en el programa de hosteling en la ciudad de Quito. Se procede a verificar los datos de la solicitud e inmediatamente se comunican los resultados.

Los estudiantes candidatos a participar en el programa de hosteling deben tener entre 18 y 26 años de edad, vivir en Los Estados Unidos, estar de acuerdo con las condiciones del programa, llenar las formas necesarias y asistir a una entrevista con nuestros contactos en el extranjero.

Es de suma importancia la correcta selección de los estudiantes, debido a que la empresa garantiza la tranquilidad y estabilidad de las familias; así como la de los estudiantes al elegir de la mejor manera las familias anfitrionas.



3.4.3 Cruce de información Familia – Estudiante: Una vez obtenida la información de las familias anfitrionas como de los estudiantes, se procede a realizar un cruce de información entre las partes. Este procedimiento se lo realiza por personal capacitado de la empresa.

El cruce de información tiene el objetivo de determinar las combinaciones más eficientes para el bienestar y satisfacción de los interesados.

Se busca lograr la comodidad de las familias y de los estudiantes en lo referente a costumbres y hábitos; como fumar, aversión a los perros o gatos, si es vegetariano, si desea un joven de su edad en la casa, entre otros detalles importantes.

3.4.4 Comunicación familia – estudiante: Al haber determinado qué familia encaja mejor con qué estudiante, se procede a entregar a cada parte las direcciones, para que de esta manera, se pueda lograr una comunicación directa entre los interesados.

Este paso es fundamental para la relación familia- estudiante, debido que aquí, se inician los lazos de comunicación y afecto entre ellos.

Es probable que en este punto una de las partes no desee continuar, caso en el cual, se regresa al paso anterior para buscarla mejor combinación familia – estudiante.

3.4.5 Orientación del estudiante: En éste punto la orientación es de forma escrita. El estudiante debe ser orientado en aspectos importantes como :

- **Cultura ecuatoriana,** el estudiante extranjero debe estar informado sobre las costumbres de los ecuatorianos. Entre los hábitos más destacables encontramos, en la alimentación, un desayuno amplio, un almuerzo consistente y una cena igual a un

almuerzo, sin olvidarnos que el arroz es un componente de consumo diario . El hábito alimenticio difiere en éstas dos culturas debido a los ritmos de vida a los que están acostumbrados. Otro hábito importante es la convivencia familiar, ya que en el país es costumbre que los jóvenes vivan con sus padres hasta que se casen; lo que contrasta con las costumbres norteamericanas, que están acostumbrados a la libertad desde que acaban el colegio. Éstas, entre otras costumbres deben ser conocidas por los visitantes en el programa de hosteling, para que estén preparados a lo que van a vivir.



- **Familia anfitriona,** El estudiante debe conocer los hábitos y costumbres específicos de la familia en la que vivirá, como número de hijos, edades, mascotas, alimentación y sobre todo si fuman en la casa.
- **Convivencia,** los puntos señalados anteriormente deben ser correctamente aceptados y entendidos por los jóvenes extranjeros , para así lograr una convivencia agradable y recuerdos perdurables. Así como la convivencia con la familia anfitriona , el estudiante tendrá contacto con los estudiantes de

los institutos de idiomas, donde recibirán clases de español y con los jóvenes extranjeros que comparten el programa de hosteling.

- **Salud**, éste tema es fundamental para el correcto desenvolvimiento del joven en el país; para ello debe ser informado sobre las condiciones insalubres de los alimentos en las calles y precauciones que debe tomar cuando salga de excursión y en general, durante su estadía en el país. Los jóvenes en su mayoría cuentan con un seguro de vida y accidentes internacional proporcionado por la universidad en la que estudian en los Estados Unidos.
- **Clases**, el sistema de enseñanza elegido para el proyecto promueve la enseñanza 1 a 1 (profesor - estudiante), basado en el aprendizaje infantil; es decir cómo aprendemos nuestra lengua natal. El estudiante recibirá un programa completo con temas a seguir en el periodo de tres meses, los mismos que podrán modificar según sus preferencias. Los estudiantes deberán tomar un examen de ubicación para poder lograr una enseñanza eficaz y cumplir con el objetivo de alcanzar un 90 % de dominio del español.
- **Seguridad**, se informará a los estudiantes de los peligros de la ciudad de Quito; para lo que se les entregará un mapa de la ciudad indicando las zonas más peligrosas, información sobre como prevenir asaltos y accidentes y el teléfono de 2 Taxis que están a disposición de los estudiantes las 24 horas , los 7 días de la semana, para movilizarse por las noches. Como servicio

adicional se les entregará un teléfono celular para que tengan la libertad de comunicarse desde cualquier lugar y sin importar la hora , en caso de emergencia.

3.4.6 Recepción del estudiante en el Aeropuerto Mariscal Sucre:

Una vez cumplidos los pasos anteriores, el estudiante está listo para llegar al Ecuador, aprender la lengua y conocer los hermosos paisajes que tiene nuestro país.

Personal encargado se encargará de informar a las familias anfitrionas el número de vuelo , día y hora, en el que llegará su "hijo" para que lo esperen en el aeropuerto.

Representantes de la empresa estarán en el lugar, a la hora señalada para verificar el desenvolvimiento de la familia y del visitante; así como para poder ayudar al estudiante en cualquier problema en migración o con la aerolínea.

3.4.7 Reunión de orientación: Los vuelos procedentes de los Estados Unidos generalmente arriban en la noche, por lo que el estudiante llega muy cansado, después de varias horas de vuelo. Por ésta razón se recomienda una breve conversación y visita por la casa para que el estudiante pueda descansar. Al día siguiente el grupo de estudiantes estarán citados a una reunión de orientación en la que se seguirán los temas desarrollados en la orientación escrita (punto 3.4.5). La interacción entre los representantes del programa y los estudiantes es fundamental

debido a la importancia de las inquietudes y recomendaciones que puedan resultar de la reunión.

3.4.8 Cursos de español: El servicio de Hosteling estudiantil en la ciudad de Quito está complementado por un curso intensivo de español. El mismo que tendrá lugar de lunes a jueves en las instalaciones del Instituto de Idiomas de la licenciada Marjorie Tinoco.

El método mejorado de la empresa se basa en la enseñanza del idioma como lengua natal; es decir se observa, escucha, repite, conversa, y por último escribe.

El método involucra el concepto de 1 a 1, lo que representa la interactividad alumno - profesor, en una clase dirigida por un maestro con un máximo de 4 alumnos. La ventaja de éste método es que al convertir la clase en una asesoría directa, el profesor, tiene mayor oportunidad de trabajar en el desenvolvimiento individual del estudiante.

El programa de estudio involucra un sinnúmero de temas los cuales son divididos en tres clases.

En primer lugar se realiza un laboratorio, en el cual el estudiante escucha cintas pregrabadas sobre el tema escogido, las mismas que desarrollan en tres pasos. Primero, se procede a seguir la lectura con el texto, relacionando los objetos observados y la palabra, con la pronunciación y significados. Luego se repite en voz baja la lectura que se está siguiendo, lo que facilita la soltura en la comunicación con una lengua extranjera. Por último se responden las preguntas del tema, para verificar la correcta comprensión.

La segunda clase se la realiza directamente con el profesor. En ésta clase el estudiante deberá conversar sobre el tema estudiado en el laboratorio, siendo el profesor el guía para la correcta pronunciación y estructura del idioma.

La última clase se encarga de los temas gramaticales involucrados en el tema escogido, para de ésta manera reforzar lo aprendido implícitamente en las clases anteriores.

El método que utiliza la empresa enfatiza la repetición y la conversación en el idioma extranjero, dejando en segundo lugar a la gramática; es por esto que la tercera clase es opcional. Esto se debe a estudios comprobados que demuestran que con el método mencionado el estudiante aprende la lengua en menor tiempo que con el método tradicional. El estudiante al repetir y escuchar inconscientemente aprende las estructuras gramaticales, sin olvidar la buena pronunciación; garantizando el desenvolvimiento con el nuevo idioma a nivel de conversación y escritura. Aunque no hay que olvidar, que se debe reforzar la gramática cuando sea necesario. En su lugar el método tradicional enfatiza la gramática, dejando a un lado la conversación, por lo cual, los estudiantes que aprenden con éste método, conocen la lengua gramaticalmente, pero en el momento de entablar una conversación, no lo pueden hacer espontáneamente.

3.4.9 Visitas turísticas: La empresa cuenta con un servicio turístico adicional al servicio de hospedaje. El servicio consiste en 3 paseos turísticos a diferentes lugares culturales y ecológicos, dentro del periodo de los tres meses de estadía de los jóvenes extranjeros.



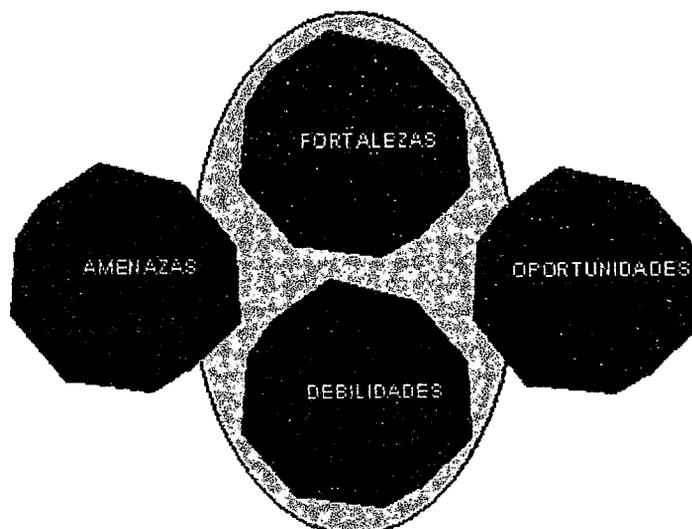
Se han contemplado visitas a las diferentes regiones del país (costa sierra y oriente), las mismas que podrán ser elegidas por el grupo según su preferencia, dentro de la extensa lista de opciones turísticas.



El objetivo de realizar dichas actividades es dar a conocer a los extranjeros las maravillas ecológicas y culturales con las que cuenta el Ecuador.

Los paseos se los realizarán durante el fin de semana, con salida los días viernes o sábados, según la distancia programada.

EL ANÁLISIS FODA



En conclusión, el análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa.

- 1) La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de la empresa, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control.
- 2) La parte externa se orienta a las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado. En éste parámetro se debe desarrollar toda la capacidad y habilidad para aprovechar las oportunidades y para minimizar o anular las amenazas, circunstancias sobre las cuales se tiene poco o ningún control directo.

Entre las distancias más importantes tenemos:

- Quito – Ambato : 136 Km.
- Quito – Azogues : 405 Km.
- Quito – Baños : 176 Km.
- Quito – Bahía : 340 Km.
- Quito – Cuenca: 442 Km.
- Quito – Esmeraldas : 318 Km.
- Quito – Guayaquil : 420 Km.
- Quito – Ibarra : 115 Km.
- Quito – Loja : 647 Km.
- Quito – Machala : 518 Km.
- Quito – Manta : 390 Km.
- Quito – Otavalo: 95 Km.
- Quito – Portoviejo : 355 Km.
- Quito – Riobamba : 188 Km.
- Quito – Santo Domingo : 133 Km.
- Quito – Tena : 186 Km.
- Quito – Lago Agrio : 259 Km¹⁶.

El desplazamiento se lo realizará en la compañía de transporte PANAMERICANA junto con representantes y el guía respectivo.

La planificación será realizada por el Departamento Turístico de la empresa tomando en cuenta la distancia desde la ciudad de Quito, hasta

¹⁶ MARKOP. Índice Estadístico MARKOP Ecuador. Quito. 2002. Pág.173.

5.2.1 FORTALEZAS Y DEBILIDADES: Se consideraron las siguientes áreas:

Análisis de Recursos: La inversión inicial de la empresa está dividida de la siguiente forma: el 31.8% será financiado mediante deuda y la cantidad restante será aportada por los socios de la empresa, 68.2%.

Análisis de Actividades: Se ofrece un servicio de hosteling estudiantil nuevo para el mercado, con innovaciones en los servicios existentes de la competencia, calidad y precios por debajo del mercado. El programa ofrece hospedaje en una familia anfitriona; lo que ayuda al estudiante a entablar lazos de afecto con los miembros, así como, aprendizaje de (idioma y la cultura. Además el servicio incluye tres tours por mes a diferentes lugares del país, que serán de libre elección de los jóvenes. El servicio se complementa con un curso intensivo de español, impartido por profesionales con un método nuevo de enseñanza de lenguas 'one to one'.

Análisis de Riesgos: La empresa necesita un mínimo de capital de trabajo, debido a que la contratación de los servicios adicionales es cancelada una vez recibido el pago de los jóvenes estudiantes. La empresa garantiza su bienestar con cláusulas muy claras en el contrato con el joven extranjero en lo referente a seguros de vida y accidentes. Es necesario que el estudiante cuente con un seguro de vida y accidentes internacional, que generalmente, es proporcionado por la Universidad en la que estudia.

el destino, precios, hospedaje y medidas preventivas . Para ello el Mapa vial del Ecuador es un elemento muy importante.



El precio de las salidas de campo están incluidos en el valor del programa, siendo las mismas de carácter opcional.

3.4.10 Control permanente y seguimiento del estudiante durante la estadia: Una vez que el estudiante se incorpora a sus actividades en el país, es de primordial importancia, realizar un seguimiento en las actividades del joven extranjero, así como su desenvolvimiento en el ambiente familiar y relaciones en la ciudad.

Análisis crítico: Aspectos con los que el proyecto supera a sus principales competidores.-

Precio por debajo del mercado. La empresa espera captar más utilidades por volumen de programas vendidos que por margen de utilidad elevado en cada uno.

Calidad en el servicio. La empresa proporciona un servicio de calidad, garantizado el bienestar, comodidad y expectativas, tanto a la familia anfitriona como al estudiante .El estudiante, además, contará con enseñanza del idioma mediante un nuevo método que garantiza el dominio de la lengua.

Seguridad. La principal preocupación de la empresa es el bienestar de los jóvenes extranjeros, por lo cual su seguridad es un aspecto primordial. Para la tranquilidad de los estudiantes la empresa ha contratará un plan corporativo de líneas celulares con sus respectivos teléfonos. Gracias a dicho plan cada estudiante contará con un teléfono celular disponible para emergencias y consumo personal. Los directivos estarán dispuesto a ayudar al estudiante en cualquier imprevisto durante las 24 horas del día todos los días del año.

Tours. El Ecuador es un país rico en recursos naturales y culturales, por lo que es centro turístico de interés mundial. Dentro de la ciudad de Quito encontramos el centro histórico que representa la cultura de nuestros antepasados. Alrededor de la ciudad, a pocas horas, encontramos montañas y hermosos paisajes. Alejándonos un poco más de Quito encontramos playas paradisíacas, lugares exóticos y la selva amazónica. La mayor ventaja del turismo en nuestro país, con respecto al resto del mundo, son las

El control durante el periodo del programa es indispensable para detectar fallas y corregirlas a tiempo, sin que esto afecte el bienestar del estudiante.

Si el estudiante se siente incómodo en su familia anfitriona, se deben analizar los factores que causan la incomodidad del joven. Una vez detectados, se procede a solucionarlos, pero si el estudiante no percibe resultados favorables es reasignado a otra familia anfitriona. Si esta medida no funciona, la familia es eliminada del programa de hosteling .

De igual manera para la familia anfitriona, si el joven que hospedan es de carácter problemático y presenta problemas para ellos, se toman medidas correctivas hacia él, si no resulta, se lo reasigna a otra familia, o en el pero de los casos, se lo regresa a su país.

3.4.11 Seguimiento del estudiante al finalizar el programa: Para cumplir con las políticas de calidad de la empresa se realiza un seguimiento de los estudiantes una vez finalizada su estadía en el país. El objetivo de éste proceso fundamental es confirmar la satisfacción de los estudiantes durante el programa de hosteling; así como, su referencia positiva del servicio hacia nuestros nuevos clientes.

El control oportuno es la base para la correcta determinación de las fallas del proceso; así como, el seguimiento de los estudiantes una vez finalizado el programa, para comprobar la satisfacción del sistema en todos sus aspectos.

En este punto se verifica el cumplimiento de los objetivos de la empresa, así como el de los jóvenes extranjeros.

distancias entre regiones. Desde la capital toma dos horas llegar a un nevado, 4 a la playa y 7 a la selva.

Experiencia. Los directivos de la empresa tienen años de experiencia en el negocio como oferentes del servicio; es decir, han hospedado estudiantes por medio de otros programas parecidos. Por medio de dicha experiencia se conocen las debilidades de la competencia y los puntos de vista de las dos partes principales que componen el servicio.

Base de contactos internacionales. La empresa posee, gracias a sus amistades y experiencia, una base amplia de contactos en diferentes Universidades de los estados Unidos. Dicha base de datos es la que permite entrar, a la empresa, en el mercado del hospedaje internacional.

Aspectos en que sus competidores superan a R & S Ecuador:

Experiencia. Las instituciones especializadas en brindar programas de hospedaje estudiantil tienen años de experiencia alrededor del mundo. Dichas empresas son fundaciones sin fines de lucro financiadas por ONG.

Contactos. Los contactos de las fundaciones que llevan operando por un largo periodo son amplios y seguros; convirtiéndose difícil desplazarlos del mercado.

Fundaciones sin fines de Lucro. Al constituirse de esa manera no tienen que declarar impuestos aunque tienen que reinvertir las utilidades. La mayoría de estas instituciones usan dicha característica para evadir impuestos y recibiendo sueldos demasiado elevados y reinvertiendo un porcentaje muy bajo.

Se analizará la satisfacción en los puntos anteriores tanto como la calidad en el desarrollo de los mismos.

3.5 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: El consumidor del servicio de Hosteling estudiantil son estudiantes norteamericanos con edades comprendidas entre 18 y 26 años.

La procedencia de los jóvenes es Estados Unidos de Norteamérica, que tiene las siguientes características:



Población:	260.650.000 (1994).
Superficie:	9.372.610 Km ²
Capital:	Washington.
Moneda:	dólar.
Idioma:	inglés ¹⁸ .

Gracias a las encuestas realizadas y experiencias directas con jóvenes de intercambio, podemos definir que los jóvenes que demandan el servicio de Hosteling buscan experiencias nuevas. Entre las experiencias que buscan están, el intercambio cultural, amistades en otro país, visitas turísticas, aprendizaje de la lengua extranjera y sobre todo apertura de sus horizontes.

¹⁸ <http://www.eurosur.org/guiadelmundo/paises/estados/>

Fortalezas:

Fortalezas Organizacionales Comunes: "Cuando una determinada fortaleza es poseída por un gran número de empresas competidoras. La paridad competitiva se da cuando un gran número de empresas competidoras están en capacidad de implementar la misma estrategia"³¹. En el caso del mercado de hosteling estudiantil, las fortalezas son diversas, debido a que la mayoría son instituciones sin fines de lucro (Fundaciones) , auspiciadas por varios ONG. Sin embargo el mercado es amplio y la inversión requerida es accesible, sin olvidar la ventaja de la base de contactos con la cuenta la empresa.

Fortalezas Distintivas: La empresa posee la fortaleza distintiva de la base de contactos en las universidades de los Estados Unidos de Norteamérica. La empresa busca explotar su fortaleza distintiva, de manera eficiente con el fin de lograr una ventaja competitiva y obtener utilidades económicas por encima del promedio del mercado. La fortaleza distintivas de la empresa no es imitable debido a:

- La base datos es confidencial y de carácter restringido para el acceso público. Por dicha razón la información es únicamente manejada por los directivos de la empresa.
- Los contactos de una base guardan fidelidad y amistad con los socios de la empresa, por lo que es casi imposible, que sean comprados por

³¹ <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm>

El joven norteamericano es de naturaleza visionario por la gran competencia en la que vive diariamente. Por ésta razón el estudiante universitario apuesta por la globalización de conocimientos, que es una herramienta fundamental en la carrera y vida de todo profesional.

3.6 INFORMACIÓN PRIMARIA: Para poder determinar la demanda total del mercado y para el proyecto en específico, así, como la oferta del servicio en el mercado de la ciudad de Quito, es de suma importancia una correcta recolección, análisis e interpretación de la información.

Para realizar éste estudio nos hemos basado en información primaria, la misma, que se obtuvo a través de encuestas.

3.6.1 Demanda: Para cuantificar la demanda partimos de información secundaria sobre la cantidad total de ciudadanos estadounidenses que ingresan a la ciudad de Quito al año, para luego realizar una depuración basada en el porcentaje de los mismos que vienen por motivos de estudio¹⁹.

Se escogió únicamente los extranjeros que ingresan a la ciudad por motivos de “estudio”, ya que mediante la encuesta determinaremos qué porcentaje de los mismos está interesado en programas de hosteling estudiantil. Las otras categorías no estaban de acuerdo a las necesidades de la investigación.

¹⁹ Dirección Nacional de Migración. Departamento de Informática DNM. Movimiento Migratorio Ciudadanos Estadounidenses Según Motivo Viaje.

otra empresa. Entablar contactos con altos directivos, les ha costado mucho tiempo y trabajo, por lo que es muy difícil que la competencia consiga contactos comprometidos y leales al servicio.

Fortalezas de Imitación de las Fortalezas Distintivas: La empresa se ha solidificado mediante la imitación de las fortalezas distintivas de otras empresas, como lo son:

Supervisión y Control

Seguimiento

Selección rigurosa

Orientación a familias y estudiantes

Capacitación a familias y estudiantes

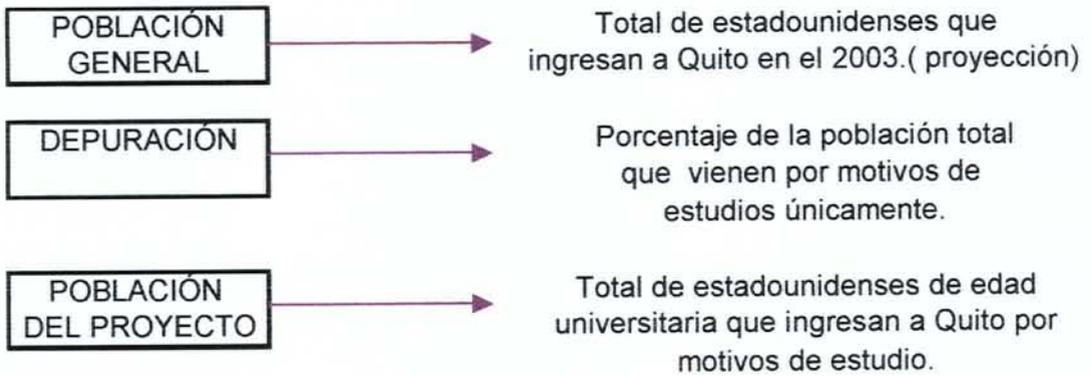
La empresa posee la ventaja competitiva mencionada anteriormente debido a que subsistirá después que cesen todos los intentos de imitación por parte de la competencia.

5.2.2 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS: Las oportunidades de la empresa se reflejan el servicio de calidad, programas nuevos y diferentes, la seguridad y la educación de punta que brinda el servicio. Esto se debe a que en aquellas áreas se podrían generar muy altos desempeños.

Las amenazas se encuentran en aquellas áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de desempeño, como lo son las oportunidades de nuevos contactos basados en la experiencia a nivel

Cuadro 3.1

DEPURACIÓN DE LA POBLACIÓN		
POBLACIÓN GENERAL	DEPURACIÓN	POBLACIÓN DEL PROYECTO
Personas	0.7943%	Personas
83,594	664	664



En el cuadro anterior se determinó la población total de jóvenes estadounidenses para el proyecto. Para ello se partió del total de norteamericanos que ingresaron a la ciudad de Quito para el año 2003, este dato es una proyección para finales de año, basado en datos reales del periodo de Enero a junio, obtenidos por dirección Nacional de Migración. La depuración fue realizada en base a parámetros obtenidos de la misma entidad.

La correcta determinación del tamaño de la muestra es muy importante para obtener una mayor certeza en los datos. El tamaño de la muestra influye directamente en la probabilidad de error y precisión de la estimación, asociada al trabajo de investigación. Para lograr un tamaño

muestral certero es necesario considerar un nivel de confianza adecuado y un error tolerable.

Para nuestro análisis utilizaremos un nivel de confianza del 95%, la población de 664 jóvenes, un error muestral del 3.314% y una proporción del 50% de datos que cumplen el atributo. Gracias a la siguiente fórmula, con los datos mencionados se obtuvo el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{4 \cdot p \cdot q \cdot M}{EM^2 \cdot (M-1) + 4 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

M = Tamaño de la Población.

p = Proporción de datos que cumplen con el atributo.

q = Proporción de datos que no cumplen con el atributo.

EM = Error Muestral²⁰.

Por lo tanto:

$$n = \frac{(4) \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (664)}{(0.03314)^2 \cdot (664-1) + (4 \cdot 0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 384 \text{ personas}$$

Una vez determinado el tamaño de la muestra, se realizaron las correspondientes encuestas electrónicas, es decir vía mail. Se elaboró un formato que fue correctamente traducido al idioma inglés por la Lic. en Lenguas Marjorie Tinoco de Moreno y enviado a estudiantes en diferentes

²⁰ Allen L. Webster. Estadística Aplicada a la Empresa y a la Economía. Segunda Edición. Mc Graw Hill, Madrid, 1999. Pág. 367.

Universidades en los Estados Unidos, y devueltos por el mismo sistema en un periodo de tres meses, para la correcta tabulación y cuantificación de ésta información de carácter primario.

De la muestra obtenida de **384** jóvenes estadounidenses con edades comprendidas entre 18 y 26 años, tan sólo tuvimos **136** respuestas. Valga aclarar que las encuestas fueron enviadas, por medio de un contacto en la Universidad de WISCONSIN – MADISON en Estados Unidos, a algunas de las universidades más importantes de los Estados Unidos:

1. University of California system
2. Stanford University
3. Columbia
4. University of Wisconsin,
5. University of Washington
6. Michigan State
7. Iowa State
8. Massachusetts Institute of Technology
9. University of
10. Harvard University ²¹.

Al ser las encuestas vía correo electrónico, no son muy manejables debido a que la gente las envía cuando puede. Este factor somete al encuestador a la disponibilidad de tiempo de los encuestados, sin tener un contacto personal, para manejar la situación de una manera más eficiente.

²¹ <http://www.sun.ac.za/kie/formula2.htm>. Royalty-Sharing Formula Of The Top 10 U.S. Universities.

La respuesta ha sido de un 35% aproximadamente, lo que es aceptable dentro de la realidad de la situación. Dentro de las respuestas obtenidas (nueva muestra), podemos observar la siguiente distribución:

Cuadro 3.2

PROPORCIÓN DE ATRIBUTO		
CUMPLE CON EL ATRIBUTO	NO CUMPLE CON EL ATRIBUTO	TOTAL
91%	9%	100%
124	12	136

%
Personas

Lo que representa que el 91% de las respuestas obtenidas representan jóvenes de 18 a 26 años que estarían dispuestos a estudiar español en Ecuador mediante nuestro programa. El Porcentaje restante representa los jóvenes que no cumplen con las características requeridas para el proyecto de hosteling estudiantil. Las preguntas más importantes, correctamente tabuladas y procesadas²², de acuerdo a la nueva muestra, se presentan en los siguientes cuadros gracias al programa “MARKETING Conceptos y Estrategias”:

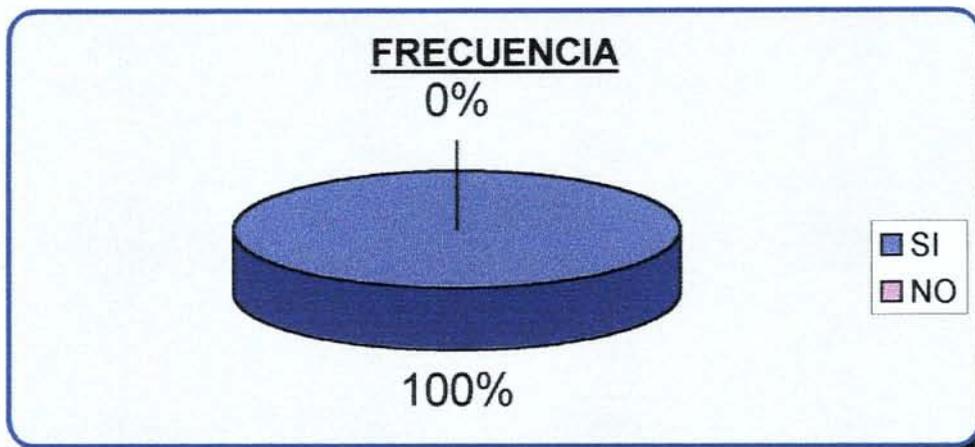
²² Encuesta . Anexos . Información Primaria

Cuadro 3.3

TABULACIÓN CRUZADA DE LA ENCUESTA

**VARIABLE FILA: Le gustaría aprender español en Ecuador?
VARIABLE COLUMNA: Tiene entre 18 y 26 años?**

FILA	COLUMNA					
	TOTAL		SI		NO	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	124	100%	124	100%	0	0%
NO	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	124	100%	124	100%	0	0%

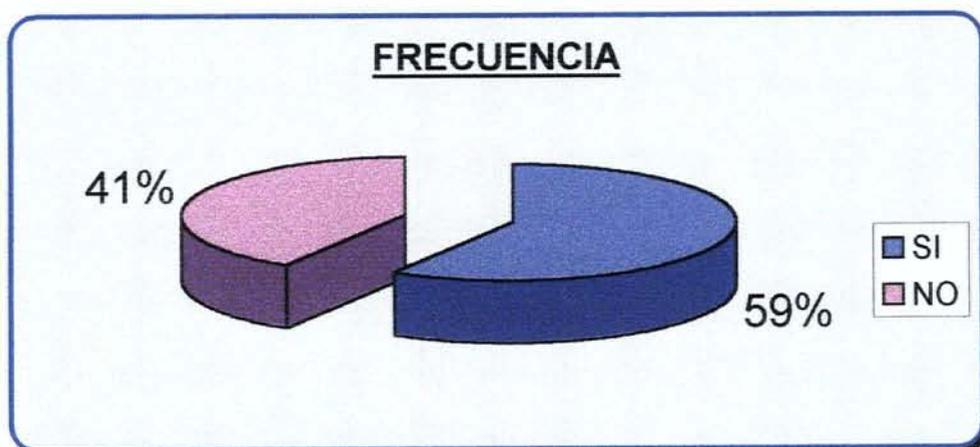


Mediante la tabulación cruzada de los datos obtenidos a través de la encuesta podemos conocer la relación entre las variables más importantes. En éste cuadro se relacionan dos variables que definen el atributo, es por esto, que el 100% de los datos de la muestra cumplen con dichas características. El mercado del Programa de hosteling se ve reflejado en el cuadro anterior, ya que comprende jóvenes estadounidenses con edades desde 18 hasta 26 años, que tienen la necesidad de aprender español en Ecuador.

Cuadro 3.4

VARIABLE FILA: Le gustaría convivir con jóvenes de su edad en la familia?
 VARIABLE COLUMNA: Tiene entre 18 y 26 años?

FILA	COLUMNA					
	TOTAL		SI		NO	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	73	59%	73	59%	0	0%
NO	51	41%	51	41%	0	0%
TOTAL	124	100%	124	100%	0	0%



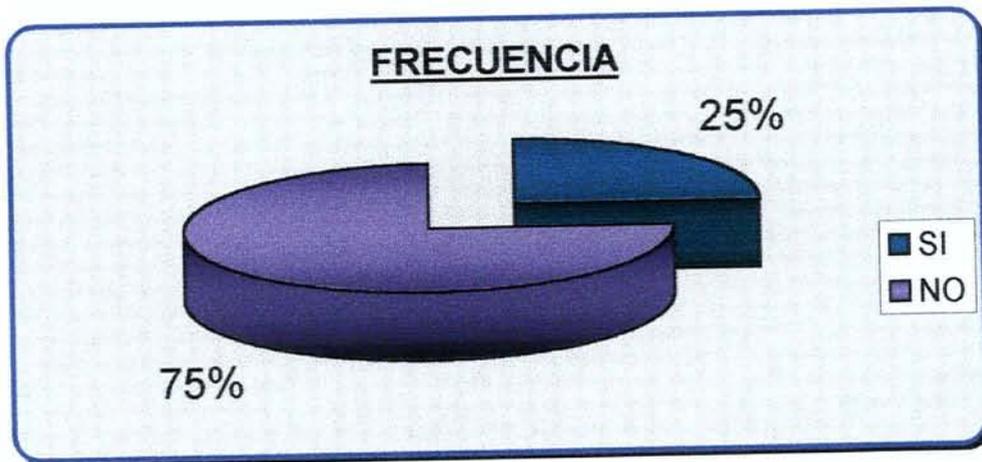
En este cuadro se analizan las preferencias de los estudiantes por convivir con jóvenes de su edad dentro del núcleo familiar. De la totalidad de jóvenes analizados que tienen entre 18 y 26 años, 73 jóvenes desean convivir con un contemporáneo, mientras que el resto, 51 jóvenes, no lo consideran una buena opción.

La información cruzada de estas dos preguntas nos dá parámetros para la selección de familias anfitrionas y la ubicación de los estudiantes dentro de ellas.

Cuadro 3.5

VARIABLE FILA: Ha estado alguna vez de intercambio en América del Sur?
 VARIABLE COLUMNA: Le gustaría aprender español en Ecuador?

FILA	COLUMNA					
	TOTAL		SI		NO	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	31	25%	31	25%	0	0%
NO	93	75%	93	75%	0	0%
TOTAL	124	100%	124	100%	0	0%

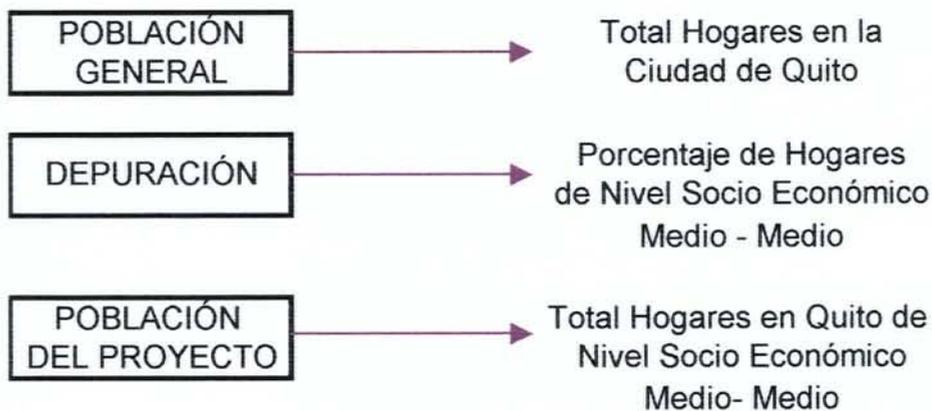


La información que nos proporciona este cuadro es que el 100% de los estudiantes que cumplen con el atributo desean aprender español en nuestro país. De este valor, el 25% ya ha estado de intercambio en un país de América del Sur y el restante 75%, no. Esta información es útil para determinar el nicho de mercado al que deseamos dirigirnos y que tipo de campañas publicitarias debemos manejar para poder satisfacer las necesidades de los jóvenes que aún no han venido Latinoamérica y persuadir a los que están deseosos de venir por segunda vez.

3.6.2 Familias Anfitrionas: Para el caso de las familias anfitrionas se operó de igual manera, de la cantidad total de hogares en la ciudad de Quito, se realizó una depuración, con el porcentaje de las mismas que representan un nivel socio económico Medio – Medio²³.

Cuadro 3.6

DEPURACIÓN DE LA POBLACIÓN		
POBLACIÓN GENERAL	PRIMERA DEPURACIÓN	POBLACIÓN DEL PROYECTO
Hogares	27%	Hogares
341,310	90,447	90,447



Con ésta población y utilizando la fórmula para calcular la muestra con proporciones iguales, utilizada para la demanda, se calculó la muestra bajo las siguientes condiciones:

Nivel de Confianza = 95%

Porcentaje de error deseado: 5.6%

Población: 90447

²³ MARKOP. Índice Estadístico MARKOP Ecuador. Quito. 2002. Pág.262.

$$n = \frac{4 \cdot p \cdot q \cdot M}{EM^2 \cdot (M-1) + 4p \cdot q}$$

$$n = \frac{(4) \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (90447)}{(0.056)^2 \cdot (90447-1) + (4 \cdot 0.5 \cdot 0.5)}$$

$$n = 318 \text{ Hogares.}$$

A Partir de dicha muestra se realizó una encuesta directa, es decir, personal, mediante un formato claro y cuidadosamente elaborado, el mismo que facilitó la recopilación de información de los hogares que estarían dispuestos a prestar el servicio de hosteling estudiantil ,bajo los requerimientos que solicita el proyecto.

Cuadro 3.7

PROPORCIÓN DE ATRIBUTO		
CUMPLE CON EL ATRIBUTO	NO CUMPLE CON EL ATRIBUTO	TOTAL
84%	16%	100%
268	50	318

%
Hogares

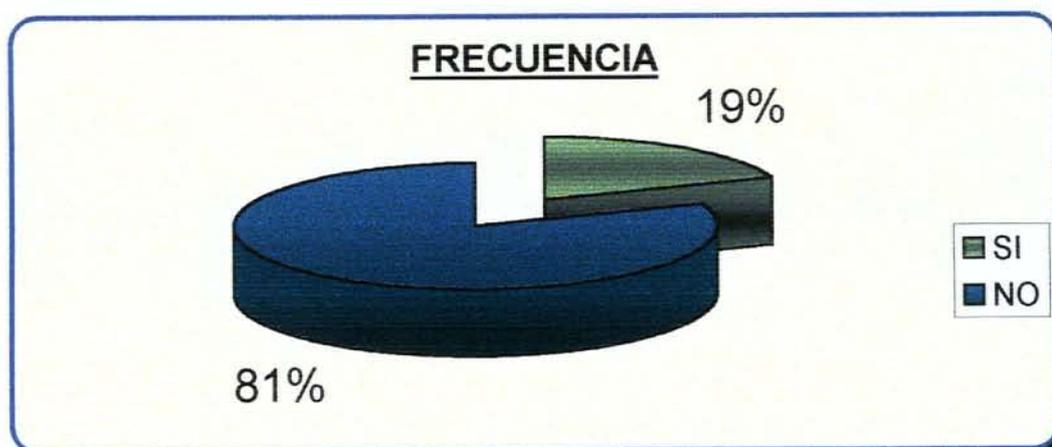
Las preguntas correctamente tabuladas y procesadas se presentan resumidas en los siguientes cuadros:

Cuadro 3.8

TABULACIÓN CRUZADA DE LA ENCUESTA

VARIABLE FILA: Ha recibido, alguna vez, estudiantes de intercambio?
VARIABLE COLUMNA: estaría dispuesto a hospedar un estudiante de intercambio?

FILA	COLUMNA					
	TOTAL		SI		NO	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	52	19%	52	19%	0	0%
NO	216	81%	216	81%	0	0%
TOTAL	268	100%	268	100%	0	0%

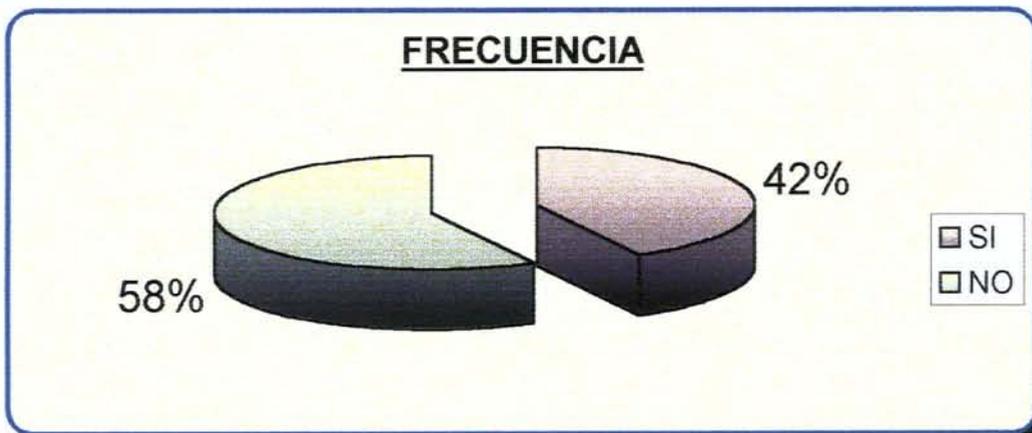


En éste cuadro se analiza la disposición de las familias a recibir un estudiante de intercambio y su experiencia previa en el servicio. Podemos observar que el 81 % de hogares que cumplen con el atributo, no tienen experiencia hospedando muchachos de intercambio, pero están interesados en hacerlo. Por otro lado el 19% de las familias tienen experiencia, y están dispuestos a recibir un joven norteamericano.

Cuadro 3.9

VARIABLE FILA: Hay jóvenes de 18 a 26 años en su casa?
 VARIABLE COLUMNA: de qué edad preferiría el estudiante que hospede?

FILA	COLUMNA					
	TOTAL		Menor de 18		Mayor de 18	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	113	42%	95	100%	18	10%
NO	155	58%	0	0%	155	90%
TOTAL	268	100%	95	100%	173	100%

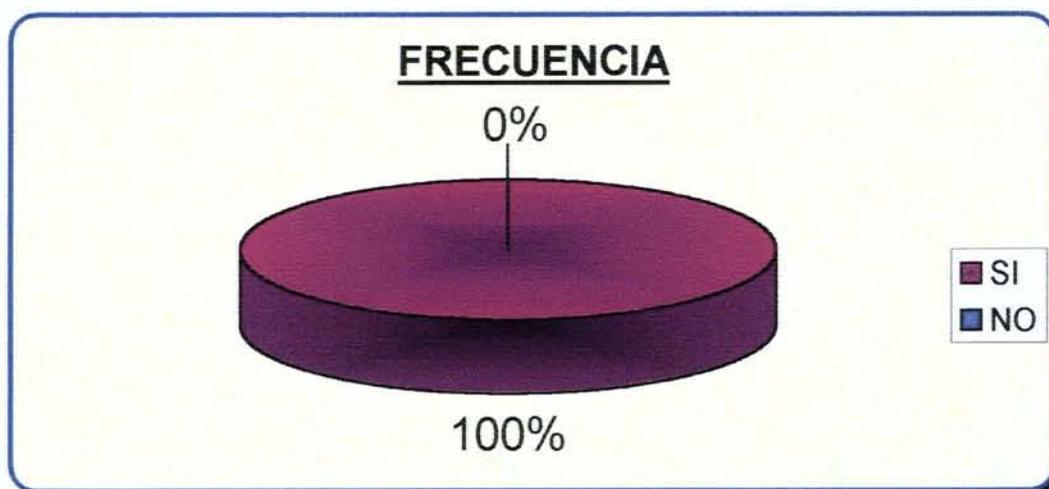


Gracias a la tabulación cruzada podemos concluir que el 42% ,113 hogares que cumplen con el atributo tienen jóvenes de 18 a 26 años; por otro lado, de ésta cifra 95 hogares preferirían hospedar un joven menor de 18 años , y 18 hogares preferirían a jóvenes mayores de 18 años. Esta información es muy importante para la asignación eficiente de estudiantes en familias anfitrionas.

Cuadro 3.10

VARIABLE FILA: Estaría dispuesto a darle atención y trato como a un miembro de su familia?
VARIABLE COLUMNA: estaría dispuesto a hospedar un estudiante de intercambio?

FILA	COLUMNA					
	TOTAL		SI		NO	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
SI	268	100%	268	100%	0	0%
NO	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	268	100%	268	100%	0	0%



De las familias que cumplen con el atributo, todas estarían dispuestas a brindarle atención y comodidad al estudiante extranjero, para que se sienta como un miembro más de la familia. Este es un parámetro muy importante para lograr la calidad del servicio que deseamos.

El análisis cruzado de las preguntas de la encuesta es una guía muy útil para la toma de decisiones futuras.

El número total de familias que estarían dispuestas a formar parte de la empresa se resume a continuación:

Cuadro 3.11

CAPACIDAD DE HOSPEDAJE		
Hogares por año		
% ATRIBUTO POSITIVO	POBLACIÓN	CASAS ANFITRIONAS
84%	90,447	75976

Se proyectaron los resultados de la encuesta a la población, con lo que tenemos 75976 hogares que están dispuestos a recibir un joven de intercambio por un precio mensual.

Hay que aclarar que existen muchas familias en lista de espera para ingresar a las otras instituciones y que el porcentaje de rechazos por selección es alto. Este porcentaje, para el proyecto, no se lo puede definir hasta que la empresa no esté en marcha, pero por información recaudada en las empresas concluimos que en la actividad, es alto.

3.7 OFERTA DEL MERCADO: Para Determinar la oferta de programas de hosteling estudiantil a jóvenes norteamericanos en la ciudad de Quito, partimos de información secundaria.

Se logró obtener información característica de diferentes institutos, fundaciones y academias que operan en la ciudad. A continuación se presentan:

- **FULBRIGHT:** Empresa reconocida en la ciudad que brinda el servicio de hosteling estudiantil por un periodo de seis meses. Cuenta con 3 paseos por semestre: Otavalo 2 días, Esmeraldas 3

días y al Centro Histórico. Cobra al estudiante 5000 dólares por el servicio y paga a la familia anfitriona 420 dólares mensuales.

- **UNIVERSIDAD CATÓLICA:** Brinda el servicio de hosteling estudiantil por un periodo de seis meses. Cuenta con 2 paseos por semestre: Playa Escondida, Esmeraldas finca de la universidad y a San Rafael para una fiesta de padres e hijos. Cobra al estudiante 6000 dólares por el servicio y paga a la familia anfitriona 350 dólares mensuales.
- **UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO:** Brinda el servicio de hosteling estudiantil por un periodo de seis meses. Cuenta con 2 paseos por semestre: Esmeraldas y Otavalo. Es obligación de la familia llevar al estudiante a conocer la ciudad. Cobra al estudiante 12000 dólares por el servicio y paga a la familia anfitriona 400 dólares mensuales.
- **ACADEMIA QUITO:** Brinda el servicio de hosteling estudiantil y cuenta con 3 paseos: Tena, Otavalo y Esmeraldas de tres días cada uno. Cobra al estudiante 4000 dólares por el servicio y paga a la familia anfitriona 180 dólares diarios. Esta institución no paga a la familia los días en que el estudiante está de paseo.
- **ACADEMIA EL QUIJOTE:** Brinda el servicio de hosteling estudiantil a personas de cualquier edad y de cualquier país que

deseen aprender español por un periodo de tres meses. No realizan paseos, estudian el idioma en la academia. Es obligación de la familia darles para el bus los primeros 8 días. Cobra al estudiante 5000 dólares por el servicio y paga a la familia anfitriona 200 dólares mensuales.

- **ACADEMIA AMERICANA:** Esta academia se encarga de poner en contacto a las familias y a los estudiante (de cualquier edad). La empresa cobra al estudiante 1500 por el enlace y paseos, no proporciona nada más. Además alecciona al extranjero que no pague más de 5 dólares por día.
- **SISTER:** Brinda el servicio de hosteling estudiantil por un periodo de seis meses. Cuenta con 4 paseos por semestre de 4 días cada uno incluyendo Galápagos. Cobra al estudiante 14000 dólares por el servicio y paga a la familia anfitriona 480 dólares mensuales.
- **EXPERIMENTO :** Brinda el servicio de hosteling estudiantil por un periodo de tres meses. Cuenta con 3 paseos fuera de Quito. Es el único que se preocupa por que el estudiante se porte bien con la familia. Cobra al estudiante 9000 dólares por el servicio y paga a la familia anfitriona 9 dólares diarios.

- **OREGON:** Este programa es solamente por el verano, no cuenta con paseos. Cobra al estudiante 8000 dólares por el servicio y paga a la familia anfitriona 300 dólares .
- **APEX:** Cobra al estudiante 8000 dólares por un programa de intercambio, busca que la familia no cobre nada y si va un joven ecuatoriano a cambio del extranjero cobra 7000 dólares²⁴ .

El servicio que se analiza cuenta con elementos únicos e innovadores por lo que no existe un programa igual en el Ecuador, pero existen programas muy parecidos como se presentó anteriormente. El éxito de la empresa radica en reconocer las necesidades de los jóvenes y de las casas anfitrionas para , así, crear un servicio que cumpla con todas sus expectativas.

En el siguiente cuadro se presenta la oferta del servicio desglosada en nombres de las empresas periodos de estadía

Cuadro 3.12

FUNDACIONES /INSTITUCIONES DE HOSTELING ESTUDIANTIL	PERIODO DEL PROGRAMA	ESTUDIANTES POR PERIODO	ESTUDIANTES POR AÑO	PRECIO PROGRAMA	PAGO FAMILIAS
FULBRIGHT	Semestre	18	36	5,000	420
UNIVERSIDAD CATÓLICA	Semestre	30	60	6,000	350
UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO	Semestre	30	60	12,000	400
ACADEMIA QUITO	Trimestre	10	40	4,000	180
ACADEMIA EL QUIJOTE	Trimestre	10	40	5,000	200
ACADEMIA AMERICANA	Semestre	30	60	1,500	150
SISTER	Semestre	18	36	14,000	480
EXPERIMENTO	Trimestre	20	80	9,000	270
OREGON	Trimestre	10	40	8,000	300
TOTAL			452		
PROMEDIO				7,166.67	305.56

²⁴ FUENTE RESTRINGIDA.

Podemos concluir que la competencia está en capacidad de satisfacer la demanda de 452 programas al año.

3.8 DEMANDA DEL MERCADO: Gracias al análisis e interpretación de la información primaria obtenida , podremos definir la demanda del mercado de programas de hosteling estudiantil.

Si proyectamos los datos obtenidos por medio de la encuesta a la población tenemos que:

Cuadro 3.13

DEMANDA DE MERCADO		
Jóvenes Norteamericanos por año		
% ATRIBUTO POSITIVO	POBLACIÓN	DEMANDA DEL SERVICIO
91%	664.00	604

3.9 DEMANDA INSATISFECHA: Para el caso de la empresa de hosteling estudiantil, existe una demanda insatisfecha que equivale al 31.8% de la demanda total.

Comparando los datos de demanda y oferta en el periodo de un año, del mercado tenemos:

Cuadro 3.14

DEMANDA INSATISFECHA		
Programas de Hosteling		
DEMANDA DE MERCADO	OFERTA DE MERCADO	DEMANDA INSATISFECHA
604	452	152



La demanda insatisfecha es de 152 programas de hosteling para la ciudad de Quito.

El proyecto pretende manejar la demanda actual en forma creciente hasta llegar a cubrir una mayor parte de la demanda insatisfecha y además aplicará estrategias para desplazar a sus competidores con elementos mejorados en el servicio.

3.10 DEMANDA PARA EL PROYECTO: El proyecto ofrece un servicio nuevo y diferente para el mercado que busca satisfacer al máximo las necesidades de sus clientes.

La Base de contactos de la empresa es una base sólida compuesta por personas serias, líderes y visionarias, que se han logrado en varios años de experiencia de los socios, participando como anfitriones.

La demanda del Proyecto se ha determinado como un porcentaje de la demanda insatisfecha.

Cuadro 3.15

DEMANDA DEL PROYECTO		
Programas de Hosteling al año		
DEMANDA INSATISFECHA	% DE PARTICIPACIÓN	DEMANDA DEL PROYECTO
152	40%	61

Una vez establecida la demanda para el proyecto se procede a proyectarla a un periodo de 5 años con la tasa de crecimiento respectiva.

Cuadro 3.16

TASA DE CRECIMIENTO		
AÑO	DATOS HISTÓRICOS DEPURADOS	TASA DE CRECIMIENTO
2001	653	1.68%
2002	205	
2003	664	

$$g = \frac{\text{Año 2} - \text{Año 1}}{\text{Año 1}}$$

Gracias al cálculo de la tasa de crecimiento basada en el ingreso de norteamericanos a Quito (depurado igual que la población del proyecto), procedemos a determinar la proyección de la demanda para el proyecto en un periodo de 5 años.

Cuadro 3.17

PROYECCION DE LA DEMANDA		
Norteamericanos		
AÑO	DEMANDA ANUAL	DEMANDA TRIMESTRAL
2003 / año 0	61	15
2004	62	16
2005	63	16
2006	64	16
2007	65	16
2008	66	17



El gráfico anterior no representa cantidad y precio; por lo que no tiene la tendencia de un gráfico de demanda económica con pendiente negativa. En el gráfico se representa el aumento de entrada de estadounidenses a la ciudad de Quito, en un periodo de 5 años, por lo que se puede observar una tendencia creciente y directamente proporcional.

En los cuadros anteriores se analizó la demanda del proyecto y su proyección, mediante una tasa de crecimiento del 1.68%, partiendo del año base 2003.

3.11 PRECIOS: Precio es la cantidad de dinero y/o de otros artículos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un bien o servicio. El precio es un componente del valor del producto, el mismo, que está siendo exigido, cada día más, por los compradores. Valor es la relación de los beneficios percibidos del servicio con el precio y costos incurridos. Entre algunos componentes del valor tenemos la calidad, imagen y comodidad de compra²⁵.

El precio del servicio es un determinante esencial de la demanda de mercado, afectando su posición competitiva y su participación en el mercado. De lo expuesto deriva su importancia e influencia en los ingresos y en las utilidades netas ya que a través del precio el dinero fluye en la organización²⁶.

La empresa analizada de hosteling estudiantil es un proyecto nuevo e innovador, que, aunque tiene la finalidad de programas afines, cuenta con elementos nuevos y diferenciales que lo hacen más atractivo, proporcionándole un mayor valor.

La empresa fijará sus precios basándose en el costo total unitario más la utilidad unitaria. Este método consiste en establecer el precio de una unidad del servicio, de tal manera, que sea igual al costo total unitario más la utilidad unitaria deseada. El costo considerado crecerá anualmente influenciado por la tasa de inflación.

El porcentaje de utilidad será del 14% adicional a los costos unitarios, así se obtiene un precio de 3500 dólares por programa.

²⁵ Stanton, Etzel, Walker. Fundamentos de Marketing. Undécima Edición. Mc Graw hill. México .2001. Pág.300 , 3002.

²⁶ Ibid., pág. 303.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 INTRODUCCIÓN: El estudio técnico es la parte del estudio de factibilidad, de un proyecto, en la que se ejecutan aspectos cruciales como la localización física, el tamaño, la tecnología adecuada, los procesos productivos, la construcción de instalaciones entre los más importantes²⁷.

Generalmente, en el estudio técnico la parte más importante es la ingeniería, pero en el caso de la empresa de Hosteling Estudiantil no es complejo ya que los procesos del servicio son sencillos a diferencia de proyectos industriales o de telecomunicaciones.

Para el éxito del proyecto es necesario una correcta selección del tamaño y la localización física del proyecto ya que estos afectan directamente en costos como el transporte o el arriendo.

4.2 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN:

4.2.1 TAMAÑO:

4.2.1.1 Tamaño Óptimo del Proyecto: El proyecto analizado es un servicio de hosteling estudiantil para jóvenes norteamericanos de 18 a 26 años, en la ciudad de Quito.

²⁷ Econ. Rodrigo Sáenz Flores. Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Quito. 2000. Pág. 349.

La empresa es un intermediario entre los estudiantes extranjeros y las familias ecuatorianas que desean prestar el servicio por un pago periódico .

Por lo tanto el tamaño del proyecto de hosteling estudiantil depende de la cantidad de la demanda, ya que como se explico anteriormente, cada familia anfitriona puede hospedar máximo un estudiante.

La demanda trimestral y anual analizada para el proyecto está en el cuadro 3.17.

Los datos del cuadro 3.17 representan el número de jóvenes estadounidenses que desean satisfacer su necesidad de aprender español en Quito adquiriendo el servicio de hosteling.

El tamaño óptimo para el proyecto está representado por la cantidad de demandantes del servicio, siempre y cuando no se exceda de un estudiante por casa, por lo que concluimos, que la capacidad máxima del proyecto está dada por la demanda trimestrales, ya que las mismas familias hospedarán a los diferentes jóvenes en cada trimestre del año. Es decir, en el 2004 la demanda del año es de 62 estudiantes, pero se necesitan solo 16 familias, ya que estas hospedarán a los 16 estudiantes por semestre.

En el futuro se espera cubrir una proporción más amplia de la demanda desplazando programas sustitutos parecidos y atrayendo a más jóvenes con elementos adicionales y atractivos.

Futuros programas de expansión no requieren de obras físicas adicionales a la oficina administrativa, requiere tan solo, de mayor calidad y ventajas extras en el servicio que se ofrece, siendo un camino óptimo,

establecer nuevos contactos vía internet directamente con los interesados.

El tamaño del proyecto en obras físicas cuenta con una oficina de 70 m² suficiente para las operaciones de la empresa.

4.2.2 LOCALIZACIÓN:

4.2.2.1 Factores para la Localización del Proyecto: Para el correcto desarrollo del proyecto de hosteling estudiantil es importante determinar la micro y macro localización.

Para lograr una localización eficiente del proyecto, se deben considerar los siguientes aspectos:

Existencia de un local adecuado: La empresa únicamente necesita una oficina administrativa para su correcto desempeño. La oficina debe contar con todos los servicios básicos, seguridad y estacionamiento.

Facilidad de transporte: El programa de hosteling, promueve el bienestar y seguridad de los jóvenes extranjeros. Por ésta razón , es de suma importancia que los estudiantes encuentren facilidad de transporte hacia las oficinas administrativas de la empresa.

Seguridad: La seguridad del estudiante es nuestra mayor tarea, por lo cual, el local donde opere el área administrativa debe estar localizado en un área segura y con transporte seguro. Para que los alumnos sean aceptados en el programa deben tener un seguro de salud y vida

internacional (la mayoría de universidades norteamericanas proporcionan este seguro a sus estudiantes). Para garantizar la seguridad del joven se debe realizar una correcta capacitación.

Arriendo conveniente: Al necesitar la empresa tan sólo una oficina, se espera el menor gasto posible. Por ésta razón se tomará muy en cuenta el valor del arriendo de los locales a elegir.

Sitio central; es indispensable que el sitio no se encuentre muy distanciado desde las casas de las familias anfitrionas y del instituto de idiomas, por lo que debe escogerse un lugar central.

Disponibilidad de servicios públicos: no hay una oficina que funcione eficientemente sin los servicios básicos. Por esta razón, es fundamental que el local que se elija cuente con agua, luz y teléfono.

Reglamentaciones fiscales y de otro tipo: Es necesario conocer y trabajar bajo los reglamentos fiscales que regulan la actividad de intercambios estudiantiles, así como, reglamentos de seguridad y migratorios.

4.2.2.2 Localización Óptima: A continuación se presenta el análisis cuantitativo de la localización del proyecto mediante la "Matriz de Factores para Establecer la Localización Óptima del Proyecto"²⁸:

Sitios Analizados

Palmeras: El primer local de arriendo analizado, se encuentra en la ciudad de Quito, barrio el Batán , en la Av. De las Palmeras N-45-57. El local cuenta con un área de 70 m² dividida en dos ambientes ,a su vez, cuenta con agua, luz, teléfono, baño, seguridad barrial y parqueadero. El valor mensual del arriendo es de 200 dólares.

Benalcázar 1000: La oficina de arriendo tiene un área de 82 m² ubicada en el edificio Benalcázar 100, en el primer piso. La Dirección de la oficina es Av. 10 de Agosto y Riofrío. El local cuenta con agua, luz, línea telefónica y un cómodo estacionamiento en el edificio. El arriendo mensual de la oficina es de 250 dólares mensuales.

Seis de Diciembre: La oficina de arriendo tiene un área de 120 m² y está ubicada frente al MEGAMAXI, en la Av. seis de Diciembre y pasaje Jardín. Cuenta con los servicios básicos y el costo del arriendo es de 2800 dólares mensuales.

²⁸ Ibid., Pág. 356.

Desarrollo:

Cuadro 4.2

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	
FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PESO O IMPORTANCIA RELATIVA %
Existencia de Local Adecuado	11%
Facilidad de transporte	33%
Seguridad	15%
Arriendo Conveniente	19%
Sitio Central	10%
Servicios Públicos	12%
TOTAL	100%

Cuadro 4.3

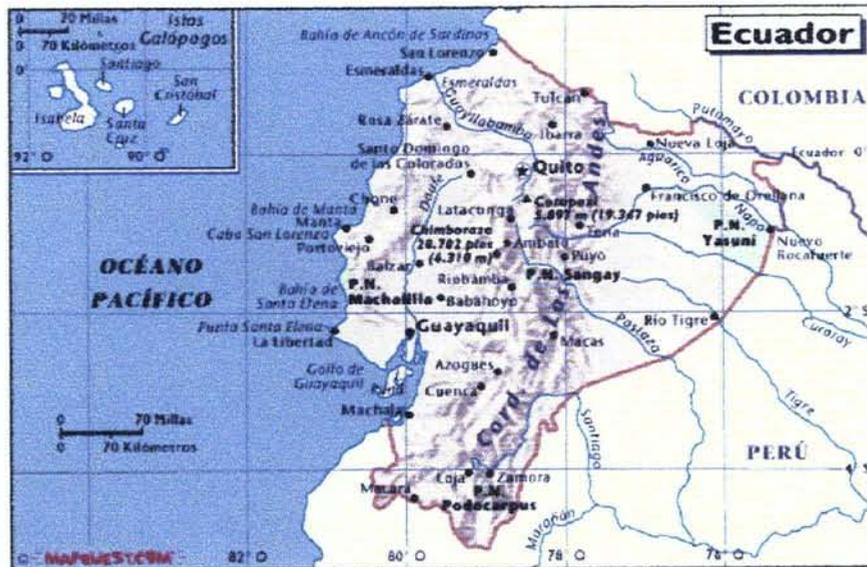
TABLA DE LA IMPORTANCIA RELATIVA DE LOS FACTORES PARA LA LOCALIZACIÓN DE LOS PROYECTOS			
FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PUNTAJE ASIGNADO A CADA SITIO SELECCIONADO		
	Palmeras	B. 1000	8 de Dic.
Existencia de Local Adecuado	80	70	90
Facilidad de transporte	95	80	90
Seguridad	90	50	70
Arriendo Conveniente	93	70	12
Sitio Central	89	60	80
Servicios Públicos	91	90	90
TOTAL	538	420	432

Cuadro 4.4

MATRIZ PONDERADA DE LOS FACTORES RELEVANTES PARA LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO							
Factores de Localización	Peso del Factor	POSIBLES LOCALIZACIONES					
		PALMERAS		Benalcázar 1000		6 de Diciembre	
		Puntaje	Puntaje Ponderado	Puntaje	Puntaje Ponderado	Puntaje	Puntaje Ponderado
Local Adecuado	11%	80	8.8	70	7.7	90	9.9
Facilidad Transporte	33%	95	31.35	80	26.4	90	29.7
Seguridad	15%	90	13.5	50	7.5	70	10.5
Arriendo Conveniente	19%	93	17.67	70	13.3	12	2.28
Sitio Central	10%	89	8.9	60	6	80	8
Servicios Públicos	12%	91	10.92	90	10.8	90	10.8
PUNTAJE TOTAL	100%	538	91.14	420	71.7	432	71.18

Se concluye que el sitio "PALMERAS" es el más conveniente debido a que representa el puntaje y puntaje ponderado más altos; 538 y 91.14 respectivamente. El local escogido tiene una superficie de 70 m² que cuenta con agua , luz , línea telefónica y amplio parqueadero.

Se encuentra en la Av. de las Palmeras N-45-57 y de los Tulipanes, barrio "El Batán"; con fácil accesibilidad y servicio de transporte. La estación norte de la ECOVÍA y la estación de buses parroquiales se encuentra a dos cuadras del sitio, lo que hace la llegada cómoda y segura para los estudiantes.



ECUADOR - PICHINCHA

PICHINCHA – QUITO

QUITO – BARRIO “EL BATÁN”

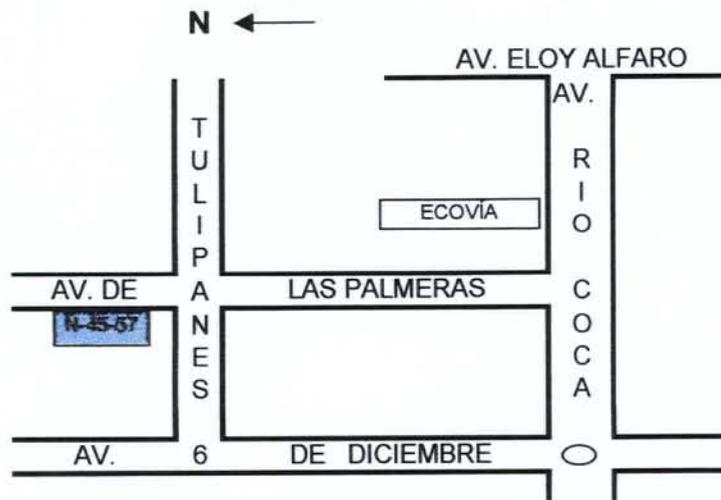
BARRIO “ EL BATÁN” – AV DE LAS PALMERAS N45 - 57 Y DE
LOS TULIPANES

Características generales del país:

País (nombre oficial)	República de Ecuador
Capital	Quito
Superficie	109.483 millas ² 283.560 km ²
Población	12.156.608 (est. julio 2000)
Población estimada	23.712.302 en el año 2050
Lenguas	Español (lengua oficial), lenguas indígenas (especialmente Quechua)
Alfabetismo	90,1% total; 92,0% hombres; 88,2% mujeres (est. 1995)
Religiones	Católicos 95%

Expectativa de vida	Hombres: 68,52 ; mujeres: 74.28 años .
Gobierno	República
Moneda	1 Dólar americano (U.S. \$)= 100 cents.
Industria	Petróleo/ industria de alimentos, telas y tejidos, siderurgia, productos de papel, productos de madera, productos químicos, plásticos, industria pesquera, madera para construcción
Agricultura	Bananas, café, cacao, arroz, patatas, mandioca, plátanos, caña de azúcar; ganado, ovejas, cerdos, carne de res, carne de res, carne de cerdo productos lácteos, balsa; pesca; camarones ²⁹ .

MAPA DE UBICACIÓN DE LA OFICINA:



²⁹ http://go.hrw.com/atlas/span_hm/ecuador.htm

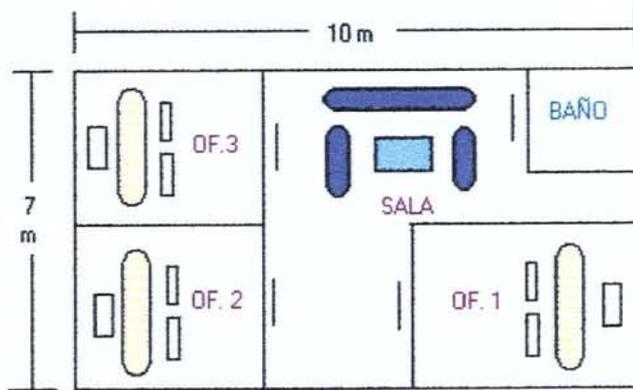
4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO:

4.3.1 Procesos del Servicio: El proceso para llevar a cabo el programa de hosteling estudiantil se detalló cronológicamente en el estudio de mercado, en la descripción y análisis del servicio.

A continuación se presenta un resumen de las actividades a desarrollar para llevar a cabo un proceso eficiente, de calidad y exitoso.

- 1) Selección de las familias anfitrionas.
- 2) Selección de los estudiantes que participen en el programa.
- 3) Cruce de información familia - estudiante.
- 4) Comunicación familia - estudiante.
- 5) Orientación del estudiante.
- 6) Recepción del estudiante en el Aeropuerto Mariscal Sucre.
- 7) Reunión de orientación .
- 8) Cursos de español.
- 9) Visitas turísticas.
- 10) Control permanente y seguimiento del estudiante durante la estadía.
- 11) Seguimiento del estudiante al finalizar el programa.

4.3.2 Diseño de la Oficina Administrativa: La oficina administrativa de la empresa cuenta con 70 m² de área , presentando la siguiente distribución interior:

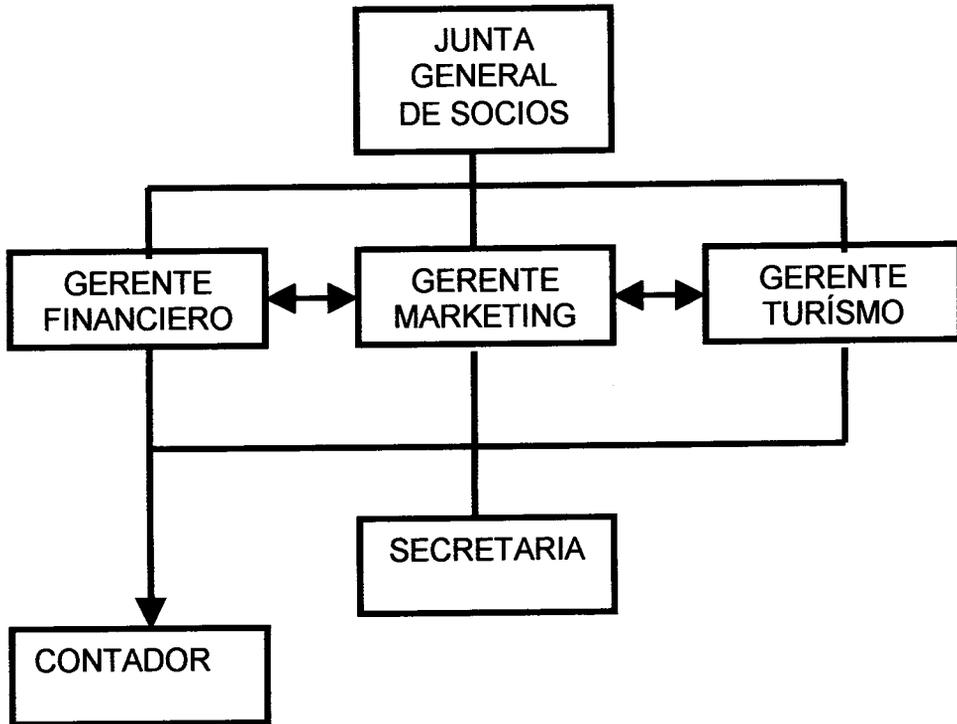


El espacio estará distribuido en tres oficinas amplias , una sala de espera y un baño. La oficina número uno será del Gerente Financiero, que cuenta con un escritorio principal y un alternativo para el contador. El Gerente de Marketing compartirá la oficina número dos con la secretaria y el Gerente de Turismo tendrá la oficina individual.

CAPÍTULO 5

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

5.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA:



Junta General de Socios: Nombra el representante legal de la compañía. Está formada por el presidente , gerente general y un socio sin cargo. Los integrantes de esta junta no perciben sueldos, perciben los beneficios en proporción a su aportación. El capital social está dividido en participaciones iguales de 7000, formando un capital de 21000 dólares

Gerente Financiero: El gerente Financiero, se encargará del aspecto contable y financiero de la empresa. Además de sus funciones básicas la

Gerente Financiera deberá, desempeñar el papel de asesora y consejera para los jóvenes extranjeros durante su estadía en el país y para el bienestar del programa y de la empresa. Al igual que sus colaboradores, deberá encargarse de la orientación, capacitación y selección de familias y estudiantes.

Gerente de Marketing: El Gerente de Marketing, tiene como función primordial la publicidad y mercadeo del servicio que proporciona la empresa. A su vez, estará encargado del servicio en aspectos, como lo es la orientación, capacitación y selección de familias y estudiantes.

Gerente de Turismo: El Gerente de Turismo, tiene como función primordial la elaboración de paquetes turísticos, así como, la función de guía turístico en los paseos que realicen los jóvenes. A su vez, estará encargado del servicio en aspectos como la orientación, capacitación y selección de familias y estudiantes.

Contador: Se encargará de llevar al día todos los movimientos que realice la empresa registrándolos en la contabilidad, elaborará presupuestos, junto al gerente financiero y se encargará de la correcta declaración de impuestos.

Secretarias: Su función es asistir a los gerentes en su trabajo. Así, se encargarán de realizar llamadas, elaborar oficios, organizar eventos, receptar quejas, atender a los estudiantes, etc..

5.2 ANÁLISIS FODA ³⁰: El análisis FODA es una herramienta que permite trabajar con toda la información sobre un negocio. Sus siglas significan: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT).

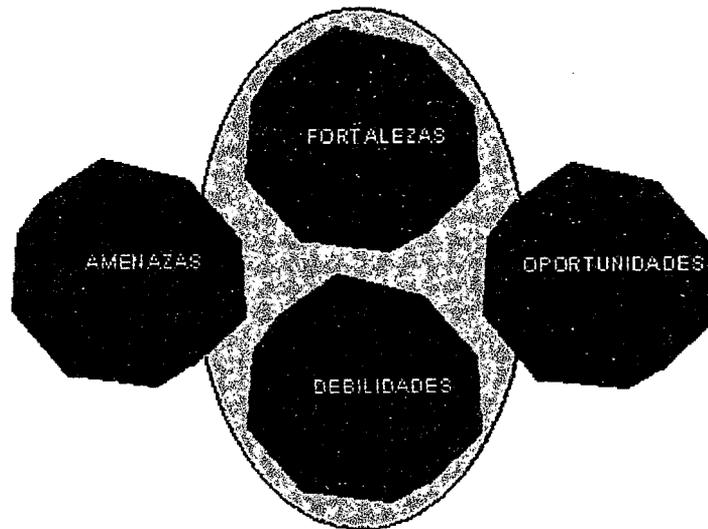
Mediante éste método analítico podemos examinar la interacción entre las características particulares de la empresa de hosteling estudiantil y el entorno en el cual compete.

Muchas de las conclusiones arrojadas por el análisis FODA, son de gran utilidad en el estudio de mercado y en las estrategias de mercadeo que diseñé la empresa y que califiquen para ser incorporadas en el plan de negocios.

El análisis FODA debe enfocarse hacia los factores claves para el éxito de la empresa. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

³⁰ <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm>

EL ANÁLISIS FODA



En conclusión, el análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa.

- 1) La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de la empresa, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control.
- 2) La parte externa se orienta a las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado. En éste parámetro se debe desarrollar toda la capacidad y habilidad para aprovechar las oportunidades y para minimizar o anular las amenazas, circunstancias sobre las cuales se tiene poco o ningún control directo.

5.2.1 FORTALEZAS Y DEBILIDADES: Se consideraron las siguientes áreas:

Análisis de Recursos: La inversión inicial de la empresa está dividida de la siguiente forma: el 31.8% será financiado mediante deuda y la cantidad restante será aportada por los socios de la empresa, 68.2%.

Análisis de Actividades: Se ofrece un servicio de hosteling estudiantil nuevo para el mercado, con innovaciones en los servicios existentes de la competencia, calidad y precios por debajo del mercado. El programa ofrece hospedaje en una familia anfitriona; lo que ayuda al estudiante a entablar lazos de afecto con los miembros, así como, aprendizaje de (idioma y la cultura. Además el servicio incluye tres tours por mes a diferentes lugares del país, que serán de libre elección de los jóvenes. El servicio se complementa con un curso intensivo de español, impartido por profesionales con un método nuevo de enseñanza de lenguas 'one to one'.

Análisis de Riesgos: La empresa necesita un mínimo de capital de trabajo, debido a que la contratación de los servicios adicionales es cancelada una vez recibido el pago de los jóvenes estudiantes. La empresa garantiza su bienestar con cláusulas muy claras en el contrato con el joven extranjero en lo referente a seguros de vida y accidentes. Es necesario que el estudiante cuente con un seguro de vida y accidentes internacional, que generalmente, es proporcionado por la Universidad en la que estudia.

Análisis crítico: Aspectos con los que el proyecto supera a sus principales competidores.-

Precio por debajo del mercado. La empresa espera captar más utilidades por volumen de programas vendidos que por margen de utilidad elevado en cada uno.

Calidad en el servicio. La empresa proporciona un servicio de calidad, garantizado el bienestar, comodidad y expectativas, tanto a la familia anfitriona como al estudiante .El estudiante, además, contará con enseñanza del idioma mediante un nuevo método que garantiza el dominio de la lengua.

Seguridad. La principal preocupación de la empresa es el bienestar de los jóvenes extranjeros, por lo cual su seguridad es un aspecto primordial. Para la tranquilidad de los estudiantes la empresa ha contratará un plan corporativo de líneas celulares con sus respectivos teléfonos. Gracias a dicho plan cada estudiante contará con un teléfono celular disponible para emergencias y consumo personal. Los directivos estarán dispuesto a ayudar al estudiante en cualquier imprevisto durante las 24 horas del día todos los días del año.

Tours. El Ecuador es un país rico en recursos naturales y culturales, por lo que es centro turístico de interés mundial. Dentro de la ciudad de Quito encontramos el centro histórico que representa la cultura de nuestros antepasados. Alrededor de la ciudad, a pocas horas, encontramos montañas y hermosos paisajes. Alejándonos un poco más de Quito encontramos playas paradisíacas, lugares exóticos y la selva amazónica. La mayor ventaja del turismo en nuestro país, con respecto al resto del mundo, son las

distancias entre regiones. Desde la capital toma dos horas llegar a un nevado, 4 a la playa y 7 a la selva.

Experiencia. Los directivos de la empresa tienen años de experiencia en el negocio como oferentes del servicio; es decir, han hospedado estudiantes por medio de otros programas parecidos. Por medio de dicha experiencia se conocen las debilidades de la competencia y los puntos de vista de las dos partes principales que componen el servicio.

Base de contactos internacionales. La empresa posee, gracias a sus amistades y experiencia, una base amplia de contactos en diferentes Universidades de los estados Unidos. Dicha base de datos es la que permite entrar, a la empresa, en el mercado del hospedaje internacional.

Aspectos en que sus competidores superan a R & S Ecuador:

Experiencia. Las instituciones especializadas en brindar programas de hospedaje estudiantil tienen años de experiencia alrededor del mundo. Dichas empresas son fundaciones sin fines de lucro financiadas por ONG.

Contactos. Los contactos de las fundaciones que llevan operando por un largo periodo son amplios y seguros; convirtiéndose difícil desplazarlos del mercado.

Fundaciones sin fines de Lucro. Al constituirse de esa manera no tienen que declarar impuestos aunque tienen que reinvertir las utilidades. La mayoría de estas instituciones usan dicha característica para evadir impuestos y recibiendo sueldos demasiado elevados y reinvertiendo un porcentaje muy bajo.

Fortalezas:

Fortalezas Organizacionales Comunes: "Cuando una determinada fortaleza es poseída por un gran número de empresas competidoras. La paridad competitiva se da cuando un gran número de empresas competidoras están en capacidad de implementar la misma estrategia"³¹. En el caso del mercado de hosteling estudiantil, las fortalezas son diversas, debido a que la mayoría son instituciones sin fines de lucro (Fundaciones) , auspiciadas por varios ONG. Sin embargo el mercado es amplio y la inversión requerida es accesible, sin olvidar la ventaja de la base de contactos con la cuenta la empresa.

Fortalezas Distintivas: La empresa posee la fortaleza distintiva de la base de contactos en las universidades de los Estados Unidos de Norteamérica. La empresa busca explotar su fortaleza distintiva, de manera eficiente con el fin de lograr una ventaja competitiva y obtener utilidades económicas por encima del promedio del mercado. La fortaleza distintivas de la empresa no es imitable debido a:

- La base datos es confidencial y de carácter restringido para el acceso público. Por dicha razón la información es únicamente manejada por los directivos de la empresa.
- Los contactos de una base guardan fidelidad y amistad con los socios de la empresa, por lo que es casi imposible, que sean comprados por

³¹ <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm>

otra empresa. Establecer contactos con altos directivos, les ha costado mucho tiempo y trabajo, por lo que es muy difícil que la competencia consiga contactos comprometidos y leales al servicio.

Fortalezas de Imitación de las Fortalezas Distintivas: La empresa se ha solidificado mediante la imitación de las fortalezas distintivas de otras empresas, como lo son:

Supervisión y Control

Seguimiento

Selección rigurosa

Orientación a familias y estudiantes

Capacitación a familias y estudiantes

La empresa posee la ventaja competitiva mencionada anteriormente debido a que subsistirá después que cesen todos los intentos de imitación por parte de la competencia.

5.2.2 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS: Las oportunidades de la empresa se reflejan en el servicio de calidad, programas nuevos y diferentes, la seguridad y la educación de punta que brinda el servicio. Esto se debe a que en aquellas áreas se podrían generar muy altos desempeños.

Las amenazas se encuentran en aquellas áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de desempeño, como lo son las oportunidades de nuevos contactos basados en la experiencia a nivel

mundial y en un periodo considerable de años, que manejan otras instituciones.

Se consideran las siguientes áreas:

Análisis del Entorno: El mercado del proyecto lo constituyen oferentes de servicios similares, mas no iguales . Este mercado está conformado por institutos internacionales y nacionales constituidos, en su mayoría como fundaciones, que se encargan de enviar un joven ecuatoriano al extranjero , recibiendo un joven extranjero en el hogar del chico ecuatoriano. El servicio cuenta con educación y vivienda.

Grupos de interés: Los grupos de interés del proyecto son familias de clase media - media que desean prestar sus hogares para hospedar estudiantes por un precio convenido. El ámbito turístico se ve beneficiado por los tours que realiza la empresa, así como la promoción del país, en el exterior.

El entorno visto en forma más amplia: La empresa operará en la ciudad de Quito, capital del Ecuador, con flexibilidad turística hacia todas las regiones del país. La empresa estará legalmente constituida por tres socios, los mismos que se encargarán de la parte administrativa de la empresa.

Análisis Crítico:

Amenazas que enfrenta la empresa en el entorno: Las mayores amenazas que enfrenta la empresa es no poder desplazar a los competidores del mercado, debido a la restricción de información y de fortalezas distintivas. Otro aspecto importante son los contactos nacionales que tienen las instituciones de la competencia. El aspecto tributario les permite tener una ventaja al disminuir sus precios por no pagar impuestos debido a ser instituciones sin fines de lucro.

Oportunidades que tiene la empresa: La empresa cuenta con la oportunidad de imitar las fortalezas distintivas de la competencia, como se mencionó anteriormente. Por otro lado la fortaleza distintiva de la empresa constituye la BASE DE CONTACTOS en el exterior, la misma que no es imitable y es de carácter restrictivo a secreto.

5.3 ASPECTOS JURÍDICOS : En lo referente a aspectos legales de la empresa, por medio de la Dra. Cinthya Núñez, se ha analizado el proceso de constitución de la empresa como Compañía Limitada.

Compañía Limitada: Una Compañía Limitada se basa en lazos de amistad o familia, que limitan la entrada o traspaso de participaciones por parte de alguno de los socios. Este tipo de constitución legal es para 3 o más socios que toman decisiones unánimes.

La Compañía Limitada se encuentra bajo la Ley de Compañías. Para poder conformarla se necesita seguir los siguientes pasos:

- Reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías; se entrega una lista de varias opciones para comprobar la autenticidad de no copia.
- Es necesario un capital mínimo de 400 dólares, los mismos que pueden representar un aporte numerario (dinero en efectivo depositado en una cuenta), o, en especie (un activo fijo por el valor antes mencionado).
- Definir los estatutos de la empresa basados en el objeto social (objetivo) y en la misión de la empresa.
- Se debe abrir una cuenta de Integración de Capitales en una institución bancaria con el 50% del capital social.
- Cerrar escritura en notaría.
- Revisión de constitución y resolución de la compañía limitada en Superintendencia de Compañías.
- Inscribir resolución en la misma notaría de la escritura.
- Publicar resolución en uno de los periódicos de mayor circulación del país por 3 días.
- Inscribir la compañía en Cámara de Comercio.
- Sacar Patente Municipal en el Municipio.
- Con todos los documentos inscribir la compañía en el Registro Mercantil.

- Habiendo cumplido con todos los trámites anteriores, ingresar la compañía en la Superintendencia de Compañías.
- Nombrar representante legal por la junta de accionistas
- Sacar RUC.

Costo de tramites y honorarios del abogado:

- Tramites en notaría : 100\$
- Publicaciones: 25\$
- Registro mercantil : 120\$
- Pago de la Patente Municipal : 1\$
- Cámara de Comercio: 215\$
- Honorarios profesionales: 339\$

TOTAL : 800 DÓLARES

El proceso total de constitución de la empresa dura aproximadamente 3 meses.

El nombre de la empresa será R & S ECUADOR, y su objeto social :
SERVICIO DE HOSPEDAJE ESTUDIANTIL DE JÓVENES EXTRANJEROS,
CURSOS INTENSIVOS DEL IDIOMA ESPAÑOL Y PASEOS TURÍSTICOS
DENTRO DEL PAÍS.

5.4 Impacto Ambiental: El proyecto de Hosteling Estudiantil no representa impacto ambiental.

El proceso del servicio incentiva al turismo que es una fuente de riqueza del país, mediante el cual, se promueve la conservación del medio ambiente.

El personal encargado del turismo se encargará de orientar a los estudiantes en el aspecto ecológico y su conservación.

Los estudiantes podrán realizar trabajos voluntarios para ayudar a la comunidad, lo que representa bienestar global de la sociedad.

Las oficinas no representan polución de ningún tipo, por lo que, sólo se recomienda su correcto mantenimiento y aseo.

El traslado turístico se lo realizara vía terrestre en una compañía de transporte segura y confiable, por lo que la empresa no se involucra en la polución por transporte.

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 PARÁMETROS: Sobre la base de toda la información derivada de los estudios anteriores, en este capítulo se determina el rendimiento económico para el proyecto.

Se han considerado los siguientes supuestos: Las depreciaciones de Activos Fijos se las realizará por el Método de Línea Recta³² y los requerimientos de capital de trabajo, los precios, costos y gastos, crecen en función de la tasa anual de inflación del Ecuador (julio 2002 – julio 2003).

CONCEPTO	VALORES
PROGRAMAS DE HOSTELING PARA EL AÑO 1	61
TASA ANUAL DE CRECIMIENTO	1.68%
PRECIO DEL PROGRAMA PARA EL AÑO 1	3,500
TASA DE COMISIÓN EN VENTAS	1.50%
TASA ANUAL DE INFLACIÓN A JULIO DEL 2003	7.70%
TASA DE APOORTE PATRONAL	11.15%
TASA DE PARTICIPACIÓN LABORAL	15.00%
TASA DE IMPUESTO A LA RENTA	25.00%
TASA EQUIVALENTE DE P. LABORAL E IMPUESTO A LA RENTA (t)	36.25%

CARACTERÍSTICAS PRÉSTAMO BANCARIO	VALOR
MONTO	9,799
AÑOS	5.00
TASA	12%
AMORTIZACIÓN (MESES)	3.00

³² REGISTRO OFICIAL N° 249, Lunes 22 de Enero del 2001

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 PARÁMETROS: Sobre la base de toda la información derivada de los estudios anteriores, en este capítulo se determina el rendimiento económico para el proyecto.

Se han considerado los siguientes supuestos: Las depreciaciones de Activos Fijos se las realizará por el Método de Línea Recta³² y los requerimientos de capital de trabajo, los precios, costos y gastos, crecen en función de la tasa anual de inflación del Ecuador (julio 2002 – julio 2003).

CONCEPTO	VALORES
PROGRAMAS DE HOSTELING PARA EL AÑO 1	61
TASA ANUAL DE CRECIMIENTO	1.68%
PRECIO DEL PROGRAMA PARA EL AÑO 1	3,500
TASA DE COMISIÓN EN VENTAS	1.50%
TASA ANUAL DE INFLACIÓN A JULIO DEL 2003	7.70%
TASA DE APOORTE PATRONAL	11.15%
TASA DE PARTICIPACIÓN LABORAL	15.00%
TASA DE IMPUESTO A LA RENTA	25.00%
TASA EQUIVALENTE DE P. LABORAL E IMPUESTO A LA RENTA (t)	36.25%

CARACTERÍSTICAS PRÉSTAMO BANCARIO	VALOR
MONTO	9,799
AÑOS	5.00
TASA	12%
AMORTIZACIÓN (MESES)	3.00

³² REGISTRO OFICIAL N° 249, Lunes 22 de Enero del 2001

ACTIVOS FIJOS¹	VALORES	CANTIDAD
VALORES DE LOS ACTIVOS		
COMPUTADORAS	765	4
IMPRESORAS	115	2
MUEBLES Y ENCERES	2,435	1
VEHÍCULO	20,000	1
VIDA ÚTIL DE LOS ACTIVOS FIJOS (AÑOS)		
COMPUTADORAS	5	
IMPRESORAS	5	
MUEBLES Y ENCERES	10	
VEHÍCULO	5	
VALORES RESIDUALES DE LOS ACTIVOS		
COMPUTADORAS	10.00%	
IMPRESORAS	10.00%	
MUEBLES Y ENCERES	10.00%	
VEHÍCULO	10.00%	

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	AÑOS AM.
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	600	5
CONSULTORIA LEGAL (CONSTITUCIÓN)	800	

CAPITAL DE TRABAJO	MES	VALOR
1 MES GASTOS	1	3,674

COSTOS POR PROGRAMA DE HOSTELING	VALOR
COSTO PAQUETE TURÍSTICO	240
COSTO CLASES DE ESPAÑOL	270
COSTO CELULARES - SEGURIDAD	60
COSTO HOSPEDAJE	1,350

GASTOS	VALORES	CANTIDAD
GASTO SUELDOS MENSUALES		
GERENTES	834	3
CONTADOR	193	1
SECRETARIA EJECUTIVA	194	1
CHOFER	174	1
GASTO ARRIENDO DE OFICINA MENSUAL	200	
GASTO SUMINISTROS DE OFICINA	169	
GASTOS VEHÍCULO	120	
TASA DE COMISIÓN EN VENTAS	1.50%	
GASTO ENERGÍA ELÉCTRICA MENSUAL	23.90	
KILOVATIOS HORA (Kwh.) PROMEDIO	232.00	
COSTO DEL KILOVATIO HORA	0.07	
VALORES ADICIONALES DE LA PLANILLA	7.21	
GASTO TELÉFONO	48.48	
MINUTOS CONSUMIDOS	3,612	
COSTO POR MINUTO	0.01	
PENSIÓN BÁSICA, IMPUESTOS Y OTROS	12.37	
GASTO INTERNET (ANDINANET)	22.00	
GASTO AGUA	28.00	
METROS CÚBICOS	80.00	
COSTO POR METRO CÚBICO	0.35	

CONCEPTO	VALORES
1. TASA DE RENDIMIENTO NOMINAL LETRAS TESORO USA A 10 AÑOS ²	4.32%
2. TASA DE INFLACIÓN DE LOS ESTADOS UNIDOS ³	2.23%
3. RENDIMIENTO REAL DE LETRAS DEL TESORO (1-2)	2.09%
4. INFLACIÓN DEL ECUADOR ⁴	7.70%
5. TASA DE RIESGO PAÍS DEL ECUADOR	11.75%
6. COSTO DE LOS RECURSOS PROPIOS (3+4+5)	21.54%

FUENTES:

¹ REGISTRO OFICIAL N° 249, Lunes 22 de Enero del 2001

² <http://www.federalreserve.gov/releases/h15/current/>

³ <http://intranet.cefp.gob.mx/e-stadisticas/esta07.xls>

⁴ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR , JUNIO 2003, www.bce.fin.ec

6.2 ANEXOS: A continuación se presentan los diferentes anexos que se utilizan para elaborar el Estado de Pérdidas y Ganancias, Flujos de Efectivo y, por ende, la decisión de inversión.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA DEL SERVICIO	61	62	63	64	65
PRECIO DEL PROGRAMA	3,500	3,770	4,060	4,372	4,709
VENTAS TOTALES	213,560	233,613	256,666	280,629	307,190

#	REF.	CONCEPTO	GERENTE	CONTADOR	SECRETARIA	CHOFER
11	1	Salario Básico Unificado	700.00	150.66	151.30	134.22
2	2	Componente Salarial	16.00	16.00	16.00	16.00
3	1x12	Salario Básico Unificado Anual	8,400.00	1,807.92	1,815.60	1,610.64
4	2x12	Componente Salarial Anual	192.00	192.00	192.00	192.00
5	5	13° y 14° Sueldos	1,416.00	317.32	318.60	284.44
6	6=3	Ingresos Aporte al IESS	8,400.00	1,807.92	1,815.60	1,610.64
7	4+5+6	Ingresos anuales	10,008.00	2,317.24	2,326.20	2,087.08
8	6+7	Aporte Patronal	936.60	201.58	202.44	179.59

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS SUELDOS					
Sueldo Gerentes anual	10,008	10,779	11,609	12,502	13,465
Numero de Gerentes	3	3	3	3	3
Total Gerente	30,024	32,336	34,826	37,507	40,395
Sueldo Contador	2,317	2,496	2,688	2,895	3,118
Numero de Contadores	1	1	1	1	1
Total Contador	2,317	2,496	2,688	2,895	3,118
Sueldo Secretaria Ejecutiva	2,326	2,505	2,698	2,906	3,130
Numero de Secretarias	1	1	1	1	1
Total Secretaria	2,326	2,505	2,698	2,906	3,130
Sueldo Chofer	2,087	2,248	2,421	2,607	2,808
Numero de choferes	1	1	1	1	1
Total Chofer	2,087	2,248	2,421	2,607	2,808
TOTAL GASTO SUELDOS	36,755	38,585	42,833	45,915	49,461
GASTO ARRIENDO DE OFICINA	2,400	2,585	2,784	2,998	3,229
GASTO SUMINISTROS DE OFICINA	2,028	2,184	2,352	2,533	2,729
GASTO VEHICULO	1,440	1,551	1,670	1,799	1,937
COMISIÓN POR VENTAS	3,203	3,507	3,841	4,206	4,607
GASTO ENERGIA ELÉCTRICA	287	309	333	358	386
GASTO TELÉFONO	582	627	675	727	783
GASTO INTERNET	264	284	306	330	355
GASTO AGUA	336	362	390	420	452
GASTO APORTE PATRONAL	18,243	19,647	21,160	22,789	24,544
TOTAL GASTOS	86,888	90,640	96,148	102,078	108,472

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PAQUETE TURISTICO	240	258	278	300	323
COSTO CLASES DE ESPAÑOL	270	291	313	337	363
COSTO CELULARES - SEGURIDAD	60	65	70	75	81
COSTO HOSPEDAJE	1,350	1,454	1,566	1,686	1,816
TOTAL COSTOS	1,920	2,068	2,227	2,398	2,583

EQUIPOS DE COMPUTACION		Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
VALOR DEL ACTIVO A DEPRECIAR	3,290					
(-)VALOR RESIDUAL DEL ACTIVO	329					
(/) AÑOS DE VIDA ÚTIL	5					
DEPRECIACION EQUIPOS DE COMP.		592	592	592	592	592

MUEBLES Y ENSERES		Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
VALOR DEL ACTIVO A DEPRECIAR	2,435					
(-)VALOR RESIDUAL DEL ACTIVO	244					
(/) AÑOS DE VIDA ÚTIL	10					
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		219	219	219	219	219

VEHICULO		Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
VALOR DEL ACTIVO A DEPRECIAR	20,000					
(-)VALOR RESIDUAL DEL ACTIVO	2,000					
(/) AÑOS DE VIDA ÚTIL	5					
DEPRECIACION VEHICULO		3,600	3,600	3,600	3,600	3,600

ACTIVOS DIFERIDOS		Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
VALOR DEL ACTIVO A AMORTIZAR	1,400					
AÑOS DE AMORTIZACIÓN	5					
CUOTA AMORTIZACIÓN (%)	20%					
AMORTIZACION ACTIVOS DIFERIDOS		280	280	280	280	280

VALOR DE SALVAMENTO	EQUIPO DE COMPUTACION	MUEBLES ENSERES	VEHICULO
Valor de salvamento	329	244	2,000
Valor en libros	329	1,339	2,000
Utilidad o Pérdida	0.00	-1,096	0.0
Impuestos	0.00	-274	0.00
Valor Neto de Salvamento	329	517	2,000

6.3 COSTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO:

6.3.1 Costo del Proyecto en Dólares.

	VALOR	%
INVERSION FIJA	25,725	83.5%
COMPUTADORAS	3,060	9.9%
IMPRESORAS	230	0.7%
MUEBLES Y ENCERES	2,435	7.9%
VEHÍCULO	20,000	64.9%
ACTIVOS DIFERIDOS	1,400	4.5%
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	600	1.9%
CONSULTORIA LEGAL (CONSTITUCIÓN)	800	2.6%
CAPITAL DE TRABAJO	3,674	11.9%
INVERSIÓN TOTAL	30,799.1	100.0%

6.3.2 Costo Sobre la Inversión.

COSTO SOBRE LA INVERSIÓN	VALOR
TASA DE RENDIMIENTO NOMINAL T-BILL A 10 AÑOS	4.32%
(-) TASA DE INFLACIÓN ANUAL E.E.U.U	2.23%
(+) RIESGO PAÍS ECUADOR	7.70%
(+) TASA DE INFLACIÓN ANUAL ECUADOR	11.75%
(=) COSTO DE LOS RECURSOS PROPIOS (KE)	21.54%
(=) COSTO DE LA DEUDA (KD)	12.00%

6.3.3 Financiamiento del proyecto en dólares.

	VALOR	%
PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	9,799.1	31.8%
CAPITAL SOCIAL	21,000.0	68.2%
FINANCIAMIENTO TOTAL	30,799.1	100.0%

6.4 DEUDA: La deuda tendrá un monto de 9799 dólares, la misma que será financiada por la Corporación financiera Nacional, a través de su línea de crédito CREDIMICRO.

CREDIMICRO son créditos de hasta 10 000 dólares destinados a Activos fijos o Capital de Trabajo. La tasa de interés es del 12% anual con pagos iguales de capital más intereses amortizables trimestralmente.

El crédito se lo hace a través de el Banco Solidario, Mutualista Pichincha, Mutualista Imbabura, entre otras. Para ello se requiere tener un saldo promedio del 10 % el préstamo y una garantía de bienes inmuebles del 200% del valor de la deuda.

Se debe presentar un estudio de factibilidad de la empresa, el mismo que es aprobado por la CFN, para luego proceder al préstamo bancario. Aunque el proyecto sea aceptado, no se tiene la certeza de que el banco le otorgue el crédito.

Una vez aprobado el crédito por el banco, la CFN realiza la transferencia de fondos.

6.4.1 Tabla de Amortización.

CONDICIONES	
Préstamo Bancario =	\$ 9,799.09
Plazo =	5 AÑOS
Cuotas =	TRIMESTRALES
Tasa de Interés trimestral =	3%

PERIÓDOS	CAPITAL	INTERÉS	PAGOS DE CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO CAPITAL
1	9,799.09	293.97	364.68	658.65	9,434.41
2	9,434.41	283.03	375.62	658.65	9,058.79
3	9,058.79	271.76	386.89	658.65	8,671.90
4	8,671.90	260.16	398.50	658.65	8,273.41
5	8,273.41	248.20	410.45	658.65	7,862.96
6	7,862.96	235.89	422.76	658.65	7,440.19
7	7,440.19	223.21	435.45	658.65	7,004.75
8	7,004.75	210.14	448.51	658.65	6,556.24
9	6,556.24	196.69	461.97	658.65	6,094.27
10	6,094.27	182.83	475.83	658.65	5,618.44
11	5,618.44	168.55	490.10	658.65	5,128.34
12	5,128.34	153.85	504.80	658.65	4,623.54
13	4,623.54	138.71	519.95	658.65	4,103.60
14	4,103.60	123.11	535.55	658.65	3,568.05
15	3,568.05	107.04	551.61	658.65	3,016.44
16	3,016.44	90.49	568.16	658.65	2,448.28
17	2,448.28	73.45	585.20	658.65	1,863.07
18	1,863.07	55.89	602.76	658.65	1,260.31
19	1,260.31	37.81	620.84	658.65	639.47
20	639.47	19.18	639.47	658.65	0.00

GASTO INTERESES	
GASTO INTERESES AÑO 1	1,108.93
GASTO INTERESES AÑO 2	917.44
GASTO INTERESES AÑO 3	701.92
GASTO INTERESES AÑO 4	459.35
GASTO INTERESES AÑO 5	186.33

6.4.2 Valor Actual del Escudo Fiscal.

PERIODO	PAGO DE INTERES	ESCUDO FISCAL
1	293.973	106.5651549
2	283.032	102.5992572
3	271.764	98.51438265
4	260.157	94.30696184
5	248.202	89.97331841
6	235.889	85.50966567
7	223.206	80.91210335
8	210.142	76.17661416
9	196.687	71.2990603
10	182.828	66.27517982
11	168.553	61.10058292
12	153.850	55.77074812
13	138.706	50.28101827
14	123.108	44.62659653
15	107.041	38.80254214
16	90.493	32.80376611
17	73.448	26.62502681
18	55.892	20.26092532
19	37.809	13.70590079
20	19.184	6.954225524
VALOR ACTUAL DEL ESCUDO FISCAL		\$985.248

6.4.3 Capacidad de Pago de la Deuda.

CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
FLUJO NETO DE CAJA	21,080.70	23,650.64	26,520.99	29,724.65	41,468.51
PAGO DE INTERESES	1,108.93	917.44	701.92	459.35	186.33
PAGO DE CAPITAL	1,525.69	1,717.17	1,932.69	2,175.26	2,448.28
TOTAL DEUDA	2,634.61	2,634.61	2,634.61	2,634.61	2,634.61
INDICE DE COBERTURA	8.00	8.98	10.07	11.25	18.74

6.5 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO (\$):

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA DEL SERVICIO		61	62	63	64	65
PRECIO DEL PROGRAMA		3,500	3,770	4,060	4,372	4,709
VENTAS NETAS		213,500	233,813	256,058	280,420	307,100
COSTO PAQUETE TURÍSTICO		14,640	16,033	17,558	19,229	21,058
COSTO CLASES DE ESPAÑOL		16,470	18,037	19,753	21,632	23,691
COSTO CELULARES - SEGURIDAD		3,660	4,008	4,390	4,807	5,265
COSTO HOSPEDAJE		82,350	90,185	98,765	108,162	118,453
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		96,380	105,550	115,592	126,590	138,634
GASTOS SUELDOS		36,755	39,585	42,633	45,915	49,451
GASTO ARRIENDO DE OFICINA		2,400	2,585	2,784	2,998	3,229
GASTO SUMINISTROS DE OFICINA		2,028	2,184	2,352	2,533	2,729
GASTO VEHÍCULO		1,440	1,551	1,670	1,799	1,937
COMISIÓN POR VENTAS		3,203	3,507	3,841	4,206	4,607
GASTO ENERGÍA ELÉCTRICA		287	309	333	358	386
GASTO TELÉFONO		582	627	675	727	783
GASTO INTERNET		264	284	306	330	355
GASTO AGUA		336	362	390	420	452
GASTO APORTE PATRONAL		18,243	19,647	21,160	22,789	24,544
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		592	592	592	592	592
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES		219	219	219	219	219
DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO		3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS		280	280	280	280	280
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS		26,153	30,218	34,757	39,822	45,470
GASTOS INTERESES		1,109	917	702	459	186
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABORAL		25,044	29,301	34,055	39,363	45,284
15 % DE PARTICIPACIÓN LABORAL		3,757	4,395	5,108	5,904	6,793
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA		21,287	24,906	28,947	33,459	38,491
25 % DE IMPUESTO A LA RENTA		5,322	6,226	7,237	8,365	9,623
UTILIDAD / PÉRDIDA NETA		15,965	18,679	21,710	25,094	28,868

6.6 VALOR ACTUAL E ÍNDICES DE EVALUACIÓN:

6.6.1 Flujos de Caja Libres de Financiamiento (\$)

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS		26,153	30,218	34,757	39,822	45,470
TASA EQUIVALENTE DE IMPUESTOS 36.25%		-9,480	-10,954	-12,600	-14,436	-16,483
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES		4,691	4,691	4,691	4,691	4,691
INVERSIÓN:						
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	-3,290					
MUEBLES Y ENSERES	-2,435					
VEHÍCULO	-20,000					
ACTIVOS DIFERIDOS	-1,400					
CAPITAL DE TRABAJO	-3,674	-283	-305	-328	-353	
VALOR DE SALVAMENTO						
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						329
MUEBLES Y ENSERES						517
VEHÍCULO						2,000
CAPITAL DE TRABAJO						4,943
FLUJO DE CAJA LIBRE DE FINANCIAMIENTO	\$ -30,799	\$ 21,081	\$ 22,091	\$ 26,621	\$ 28,725	\$ 41,489
COSTO DE LOS RECURSOS PROPIOS	21.54%					

ÍNDICES DE EVALUACIÓN SIN FINANCIAMIENTO		PROYECTO
VALOR ACTUAL NETO (VAN) (EN MILES DE \$.)	\$ 46,585.64	VIABLE
RELACIÓN BENEFICIO / COSTO (B/C)	2.51	VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) (%)	74.01%	VIABLE
PERIODO REAL DE RECUPERACIÓN (PRR) (AÑOS)	1.41	VIABLE

6.6.2 Valor Actual Neto Ajustado . VANA (\$)

VAN AJUSTADO = VAN BASICO + VAN DEL ESCUDO FISCAL
VAN AJUSTADO = 46,585.64 + 958.248
VAN DEL PROYECTO = \$47,570.89

6.7 PUNTOS DE EQUILIBRIO:

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO VARIABLE TOTAL (\$)	120,323	131,778	144,307	155,937	173,073
COSTO PAQUETE TURÍSTICO	14,640	16,033	17,558	19,229	21,058
COSTO CLASES DE ESPAÑOL	16,470	18,037	19,753	21,632	23,691
COSTO CELULARES - SEGURIDAD	3,660	4,008	4,390	4,807	5,265
COSTO HOSPEDAJE	82,350	90,185	98,765	108,162	118,453
COMISIÓN POR VENTAS	3,203	3,507	3,841	4,206	4,607
COSTO FIJO TOTAL (\$)	67,825	71,625	75,984	82,551	88,357
GASTOS SUELDOS	36,755	39,585	42,633	45,915	49,451
GASTO ARRIENDO DE OFICINA	2,400	2,585	2,784	2,998	3,229
GASTO SUMINISTROS DE OFICINA	2,028	2,184	2,352	2,533	2,729
GASTO VEHÍCULO	1,440	1,551	1,670	1,799	1,937
GASTO ENERGÍA ELÉCTRICA	287	309	333	358	386
GASTO TELÉFONO	582	627	675	727	783
GASTO INTERNET	264	284	306	330	355
GASTO AGUA	336	362	390	420	452
GASTO APORTE PATRONAL	18,243	19,647	21,160	22,789	24,544
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	592	592	592	592	592
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	219	219	219	219	219
DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	280	280	280	280	280
VENTAS TOTALES (\$)	213,508.00	233,612.91	259,691.43	290,428.45	307,106.33
PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE					
EN DÓLARES (\$)	153,575.8	164,573.5	176,417.9	189,174.4	202,913.1
PORCENTAJE VENTAS TOTALES	71.93%	70.39%	68.90%	67.46%	66.07%
MARGEN DE SEGURIDAD (%)	28.07%	29.61%	31.10%	32.54%	33.93%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN EFECTIVO					
EN DÓLARES (\$)	142,826.5	153,824.1	165,668.6	178,425.1	192,163.8
PORCENTAJE VENTAS TOTALES	66.90%	65.79%	64.70%	63.63%	62.57%
MARGEN DE SEGURIDAD (%)	33.10%	34.21%	35.30%	36.37%	37.43%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN EFECTIVO INCLUIDO EL SERVICIO DE LA DEBIDA					
EN DÓLARES (\$)	145,367	155,926	167,277	179,478	192,591
PORCENTAJE VENTAS TOTALES	68.09%	66.69%	65.33%	64.00%	62.71%
MARGEN DE SEGURIDAD (%)	31.91%	33.31%	34.67%	36.00%	37.29%

6.8 ANÁLISIS DE RIESGO: Para realizar éste análisis es necesario colocar a la empresa en tres escenarios diferentes, Escenario Optimista, Escenario Normal y Escenario pesimista.

Las áreas críticas de análisis, cuya variación representa riesgo, son las siguientes:

- Tasa de crecimiento de la demanda de programas de hosteling,
- Tasa de Inflación Anual del Ecuador,
- Riesgo País .

La probabilidad de ocurrencia se ha considerado en relación a las condiciones actuales del mercado.

ESCENARIOS:

ESCENARIO OPTIMISTA	
PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	15.00%
CRECIMIENTO ANUAL DE LA DEMANDA	3.00%
TASA COMISIÓN POR VENTAS	0.50%
TASA DE INFLACIÓN ANUAL DEL ECUADOR	6.00%
RIESGO PAÍS	9.00%

ESCENARIO NORMAL	
PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	50.00%
PARÁMETROS INICIALES	

ESCENARIO PESIMISTA	
PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	35.00%
CRECIMIENTO ANUAL DE LA DEMANDA	0.50%
TASA COMISIÓN POR VENTAS	5.00%
TASA DE INFLACIÓN ANUAL DEL ECUADOR	10.50%
RIESGO PAÍS	13.00%

6.8.1 Costo de los Recursos Propios (KE) Promedio.

ESCENARIO	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	KE	KE PONDERADO
OPTIMISTA	15.00%	17.09%	2.56%
NORMAL	50.00%	21.54%	10.77%
PESIMISTA	35.00%	25.59%	8.96%
		KE PROMEDIO	22.39%

6.8.2 Probabilidad de que el Proyecto sea Rechazado.

ESCENARIO	PROBABILIDAD	FLUJOS DE CAJA LIBRES DE FINANCIAMIENTO (\$)					VAN (\$)
		AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	
OPTIMISTA	15.00%	22,504.22	25,684.66	29,233.31	33,188.53	45,355.91	63,629.64
NORMAL	50.00%	21,080.70	23,650.64	26,520.99	29,724.65	41,468.51	46,585.64
PESIMISTA	35.00%	16,214.10	18,039.88	20,090.74	22,393.99	33,879.79	23,535.54
PROMEDIO		19,590.92	21,991.98	24,677.25	27,678.50	39,395.57	41,074.71

6.8.2.1 Desviación Estándar del VAN.

ESCENARIO	PROBABILIDAD	VAN (\$)	VAN - VANP (\$)	(VAN - VANP) ² (\$)	(VAN - VANP) ² * P (\$)
OPTIMISTA	15.00%	63,629.64	22,554.93	508,724,997.74	76,308,749.66
NORMAL	50.00%	46,585.64	5,510.94	30,370,407.32	15,185,203.66
PESIMISTA	35.00%	23,535.54	-17,539.16	307,622,289.67	107,667,801.38
VAN P			41,074.71	5 VAN	14,112.47

VARIABLE ESTANDARIZADA

$$Z = \frac{X - VAN_p}{SVAN} = -2.91$$

PROBABILIDAD DE VAN NEGATIVO

→ 0.181%

PROBABILIDAD DE VAN POSITIVO

→ 99.819%

6.8.2.2 Área Bajo la Distribución de Probabilidad Normal Estándar

Hacia la Derecha o Izquierda de la media.

Z	0.00	0.01	0.02	0.03	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09
0.0	0.50000	0.49601	0.49202	0.48803	0.48405	0.48006	0.47608	0.47210	0.46812	0.46414
0.1	0.46017	0.45620	0.45224	0.44828	0.44433	0.44038	0.43644	0.43251	0.42858	0.42465
0.2	0.42074	0.41683	0.41294	0.40905	0.40517	0.40129	0.39743	0.39358	0.38974	0.38591
0.3	0.38209	0.37828	0.37448	0.37070	0.36693	0.36317	0.35942	0.35569	0.35197	0.34827
0.4	0.34458	0.34090	0.33724	0.33360	0.32997	0.32636	0.32276	0.31918	0.31561	0.31207
0.5	0.30854	0.30503	0.30153	0.29806	0.29460	0.29116	0.28774	0.28434	0.28096	0.27760
0.6	0.27425	0.27093	0.26763	0.26435	0.26109	0.25785	0.25463	0.25143	0.24825	0.24510
0.7	0.24196	0.23885	0.23576	0.23270	0.22965	0.22663	0.22363	0.22065	0.21770	0.21476
0.8	0.21186	0.20897	0.20611	0.20327	0.20045	0.19766	0.19489	0.19215	0.18943	0.18673
0.9	0.18406	0.18141	0.17879	0.17619	0.17361	0.17106	0.16853	0.16602	0.16354	0.16109
1.0	0.15866	0.15625	0.15386	0.15151	0.14917	0.14686	0.14457	0.14231	0.14007	0.13786
1.1	0.13567	0.13350	0.13136	0.12924	0.12714	0.12507	0.12302	0.12100	0.11900	0.11702
1.2	0.11507	0.11314	0.11123	0.10935	0.10749	0.10565	0.10383	0.10204	0.10027	0.09853
1.3	0.09680	0.09510	0.09342	0.09176	0.09012	0.08851	0.08692	0.08534	0.08379	0.08226
1.4	0.08076	0.07927	0.07780	0.07636	0.07493	0.07353	0.07215	0.07078	0.06944	0.06811
1.5	0.06681	0.06552	0.06426	0.06301	0.06178	0.06057	0.05938	0.05821	0.05705	0.05592
1.6	0.05480	0.05370	0.05262	0.05155	0.05050	0.04947	0.04846	0.04746	0.04648	0.04551
1.7	0.04457	0.04363	0.04272	0.04182	0.04093	0.04006	0.03920	0.03836	0.03754	0.03673
1.8	0.03593	0.03515	0.03438	0.03362	0.03288	0.03216	0.03144	0.03074	0.03005	0.02938
1.9	0.02872	0.02807	0.02743	0.02680	0.02619	0.02559	0.02500	0.02442	0.02385	0.02330
2.0	0.02275	0.02222	0.02169	0.02118	0.02068	0.02018	0.01970	0.01923	0.01876	0.01831
2.1	0.01786	0.01743	0.01700	0.01659	0.01618	0.01578	0.01539	0.01500	0.01463	0.01426
2.2	0.01390	0.01355	0.01321	0.01287	0.01255	0.01222	0.01191	0.01160	0.01130	0.01101
2.3	0.01072	0.01044	0.01017	0.00990	0.00964	0.00939	0.00914	0.00889	0.00866	0.00842
2.4	0.00820	0.00798	0.00776	0.00755	0.00734	0.00714	0.00695	0.00676	0.00657	0.00639
2.5	0.00621	0.00604	0.00587	0.00570	0.00554	0.00539	0.00523	0.00508	0.00494	0.00480
2.6	0.00466	0.00453	0.00440	0.00427	0.00415	0.00402	0.00391	0.00379	0.00368	0.00357
2.7	0.00347	0.00336	0.00326	0.00317	0.00307	0.00298	0.00289	0.00280	0.00272	0.00264
2.8	0.00256	0.00248	0.00240	0.00233	0.00226	0.00219	0.00212	0.00205	0.00199	0.00193
2.9	0.00187	0.00181	0.00175	0.00169	0.00164	0.00159	0.00154	0.00149	0.00144	0.00139
3.0	0.00135	0.00131	0.00126	0.00122	0.00118	0.00114	0.00111	0.00107	0.00104	0.00100
3.1	0.00097	0.00094	0.00090	0.00087	0.00084	0.00082	0.00079	0.00076	0.00074	0.00071
3.2	0.00069	0.00066	0.00064	0.00062	0.00060	0.00058	0.00056	0.00054	0.00052	0.00050
3.3	0.00048	0.00047	0.00045	0.00043	0.00042	0.00040	0.00039	0.00038	0.00036	0.00035
3.4	0.00034	0.00032	0.00031	0.00030	0.00029	0.00028	0.00027	0.00026	0.00025	0.00024
3.5	0.00023	0.00022	0.00022	0.00021	0.00020	0.00019	0.00019	0.00018	0.00017	0.00017
3.6	0.00016	0.00015	0.00015	0.00014	0.00014	0.00013	0.00013	0.00012	0.00012	0.00011
3.7	0.00011	0.00010	0.00010	0.00010	0.00009	0.00009	0.00008	0.00008	0.00008	0.00008
3.8	0.00007	0.00007	0.00007	0.00006	0.00006	0.00006	0.00006	0.00005	0.00005	0.00005
3.9	0.00005	0.00005	0.00004	0.00004	0.00004	0.00004	0.00004	0.00004	0.00003	0.00003

CAPÍTULO 7

DECISIÓN DE INVERSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 DECISIÓN DE INVERSIÓN:

- El **Valor Actual Neto del Proyecto** calculado con el VAN Ajustado es de 47,570.89 dólares, lo que lo convierte en un inversión rentable. El VAN Ajustado es la suma del VAN Básico y el VAN de los Escudos Fiscales. El criterio de decisión es de aceptar el proyecto si éste valor es mayor a cero.
- La **Tasa Interna de Retorno (TIR)** es de 74.01%. El criterio de decisión es de aceptar el proyecto si la TIR es mayor al costo de los recursos propios. En éste caso el KE de 21.54%, por lo que el proyecto es viable.
- La **Relación BENEFICIO / COSTO** es de 2.51 , lo que representa que el VAN es positivo, por tanto se acepta el proyecto.
- El **Periodo Real de Recuperación** es de 1.5 años, lo que quiere decir, que el proyecto tardará ese tiempo en recuperar la inversión Total. Es un periodo de tiempo corto para recuperar lo invertido por lo cual el proyecto es viable y debe ser aceptado.

7.2 CONCLUSIONES:

- Gracias al análisis financiero se determinó que el proyecto es VIABLE, por lo tanto, se ACEPTA EL PROYECTO.
- Mediante el Análisis del Riesgo podemos asegurar que existe un 0.181% de probabilidad (riesgo), que el VAN sea negativo, es decir, que se rechace el proyecto.
- La correcta recopilación , tabulación e interpretación de información en el estudio de mercado garantizan la veracidad de los demás capítulos del estudio de factibilidad.
- La Base de Contactos de la empresa es su ventaja competitiva y su garantía de éxito.
- El estricto proceso de selección de familias anfitrionas como de jóvenes estudiantes garantiza la seguridad y satisfacción de ambas parte.
- La empresa estará conformada legalmente como Compañía Limitada e integrada por tres socios con participaciones iguales.

7.3 RECOMENDACIONES:

- Se recomienda ampliar sus contactos a otros países .
- Se debería crear una página web para lograr comunicación directa con los extranjeros interesados, adicionalmente a los logrados por Base de Contactos, reduciendo así, las comisiones a los contactos.
- Se recomienda realizar un seguimiento y control de satisfacción a las personas que adquieran el servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Econ. Rodrigo Sáenz Flores. Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Versión Resumida. Quito. 2000. Pág. 5, 6, 7, 8, 9, 320, 349, 356.
- MARKOP. Índice Estadístico MARKOP Ecuador. Quito. 2002. Pág.173, 262.
- www.autocosmos.com
- <http://www.eurosur.org/guiadelmundo/paises/estados/>
- Dirección Nacional de Migración. Departamento de Informática DNM. Movimiento Migratorio Ciudadanos Estadounidenses Según Motivo Viaje.
- Allen L. Webster. Estadística Aplicada a la Empresa y a la Economía. Segunda Edición. Mc Graw Hill. Madrid. 1999. Pág. 367.
- <http://www.sun.ac.za/kie/formula2.htm>. Royalty-Sharing Formula Of The Top 10 U.S. Universities.
- Lawrence J. Gitman. Principios de Administración Financiera. Octava Edición. Pearson Education. México DF 2000. Pág. 178.
- Stanton, Etzel, Walker. Fundamentos de Marketing. Undécima Edición. Mc Graw hill. México .2001. Pág.300 - 3003.
- http://go.hrw.com/atlas/span_h.htm/ecuador.htm
- <http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm>
- REGISTRO OFICIAL N° 249, Lunes 22 de Enero del 2001

- Banco Central Del Ecuador , Julio 2003, www.bce.fin.ec
- <http://www.federalreserve.gov/releases/h15/current/>
- <http://intranet.cefp.gob.mx/e-stadisticas/esta07.xls>
- Código Del Trabajo Y Reglamentos, Edi-GAB, Julio 2003
- Sánchez Carrión, Gilberto. La Tablita Dolarizada 2003. Ediciones EDYPE. Quito. 2003. N°22

ANEXOS

ENCUESTAS

SURVEY

1. Would you like to learn Spanish in Ecuador ?

YES
NO

2. Do you live in the United States?

YES
NO

3. Are you between 18 to 26 years old?

YES
NO

4. Are you studying in the University?

YES
NO

5. Have you been with an exchange program in South America?

YES
NO

6. Do you prefer to live with a host family?

YES
NO

7. Do you prefer somebody your age in your host family ?

YES
NO

8. How many trips do you prefer for each month?

1 3
2 4

9. What place do you prefer to visit?

BEACH JUNGLE MOUNTAINS

10. Could you pay a program like this?

YES
NO

ENCUESTA POR INTERNET
(FORMATO EN ESPAÑOL)

1. Le gustaría aprender español en Ecuador por tres meses?

SI
NO

2. Vive en los Estados Unidos?

SI
NO

3. Tiene entre 18 y 26 años?

SI
NO

4. Estudia en la Universidad?

SI
NO

5. Ha estado de intercambio en América del Sur?

SI
NO

6. Le gustaría hospedarse con una familia anfitriona durante su visita?

SI
NO

7. Le gustaría convivir con un joven de su edad, en la familia?

SI
NO

8. Cuántos paseos turísticos le gustaría por mes?

1 3
2 4

9. Dónde preferiría ir de paseo?

PLAYA SELVA MONTAÑAS

10. Estaría dispuesto a pagar por un programa como este?

SI
NO

ENCUESTA PARA PROYECTO DE HOSTELING

I. ZONIFICACIÓN.-

- I.I. Parroquia: _____
I.II. Barrio: _____
I.III. Calle: _____
I.IV. Número: _____
I.V. Transversal: _____

II. INFORMACIÓN CUANTITATIVA.-

- II.I. Estaría dispuesto a recibir un estudiante de intercambio en su casa?:
SI NO
- II.II. Tiene una habitación extra con baño?:
SI NO
- II.III. Ha recibido, alguna vez, un estudiante de intercambio?:
SI NO

III. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.-

- III.I. De que edad preferiría el estudiante que hospede?:
Menor de 18 años Mayor de 18 años
- III.II. Estaría dispuesto a darle atención y trato como un miembro de su familia?:
SI NO
- III.III. Estaría dispuesto a ayudar al estudiante en el aprendizaje de español?:
SI NO

IV. DATOS DEL ENCUESTADO.-

- IV.I. Cuántos miembros de su familia viven en su casa?:
1 2 3 más de 3
- IV.II. Hay jóvenes de 18 a 26 años que vivan en su casa?:
SI NO
- IV.III. Alguien de la familia habla inglés?:
SI NO
- IV.IV. Los habitantes de la casa pasan la mayor parte del tiempo en la ciudad?:
SI NO

V. DATOS SOCIOECONÓMICOS.-

- V.I. La vivienda es propia?:
SI NO
- V.II. El ingreso familiar aproximado es de?:
De 300 a 500 De 500 a 1000 De 1000 a 1500
- V.III. Cuánto preferiría recibir por hospedar un estudiante?
150\$ 250\$ 400\$

OTROS

Confort



PREGIO, tiene asientos anatómicos que harán su viaje y su trabajo más confortables.

Capacidad para:
12 pasajeros - 17 pasajeros



Estilo



Su diseño inteligente y aerodinámico, le asegura toda la comodidad, que ni el viento lo notará.



Rendimiento



PREGIO, económica, fácil de mantener y segura.
Motor Diesel.





KIA MOTORS

Asiauto S.A.

Av. Orellana E9-79 y Pinzón
TLFS: 2550125 • 263372 • 2568307 • 2550971
Quito - Ecuador

PROFORMA PREGIO 12P

Señores:
R y S DEL ECUADOR
Presente.-

Por medio de la presente le envié las características del vehículo solicitado por usted:

MARCA : KIA
AÑO : 2002
MODELO : Pregio 12p
TIPO : Furgoneta.
COLOR : por definir.
CHASIS : por definir.
MOTOR : 2700 c.c
PRECIO : 19.990 USD. (incluido IVA)

Entrada(40%): 7.996 USD
Plazo: 36 meses 514
Seguro: Sí (Por el tiempo de financiamiento)

Atentamente,



VIVIANA TERAN
EJECUTIVA DE VENTAS
ASIAUTO S.A.

SOLICITUD DE BAJOS

Cliente: R.I S Ecuador.
 Persona encargada: Sra María Lorena Reyes.
 Dirección: Av. Las Palmeras 607 y Tulipanes.
 Telefonos: 2248834.

CODIGO	DESCRIPCION	PRECIO	TOTAL
1	Escritorio cubit 180 x 180	\$ 738.	
3	Escritorios cubit 150 x 150.	\$ 651 ⁹⁰	
			\$ 1953.
1	Sillón gerente contorno	\$ 336.	
3	Sillón asistente contorno	\$ 261 ⁹⁰	
			\$ 783.
8	Sillas graffiti	\$ 118 ⁹⁰	\$ 944.
4	Basureros.	\$ 24 ⁹⁰	\$ 96.
4	Papeleras Adagio	\$ 34 ⁹⁰	\$ 136.
			\$ 4986.
			+ IVA.

Nota: Divisiones se cotizaran cuando ya tengan local.

Ma. del Carmen Romero.

Fecha: 22/08 3.



9 de Octubre (MATRIZ)
 14-229 y Pujilí (C.C. RECREO)
 41 (VENCEDORES)
 y Séptima Transversal (SAN RAFAEL)
 Mejía
 v. 6 de Diciembre (C. C. QUICENTRO)
 3 y Naula (PRENSA)
 s/n (CUMBAYA)
 Quito (LATACUNGA)
 e Av. 20 y 21 (MANTA)
 BS Panamericana Sur Km. 10.5
 10ra 3-71 y Fco. Moscoso (CUENCA)

Telf.: 2557-300
 Telf.: 2659-482
 Telf.: 2614-419
 Telf.: 2860-161
 Telfs.: 2957-850 • 2957-666
 Telf.: 2245-868
 Telfs.: 2247-205 • 2438-920
 Telf.: 2893-790
 Telf.: (03) 811-569
 Telfs.: (05) 626-082 • 626-065
 Telf.: 2691-193
 Telfs.: (07) 818-206 • 818-316

PROFORMA: 007-002-0003235
 RUC : 1790040275001
 Fecha : 3 DE JUNIO DEL 2002
 Fecha Entrega: DE MES: DEL
 Emision Sist.: 02/06/03 14:47:42
 Almacen : QUICENTRO-SUPERPACO
 No. Control : 19-PR-00003235
 Cliente : 9999 R&S ECUADOR
 Direccion : AV. DELAS PALMERAS N45-57
 Telefono : 2248834 Ciudad :
 RUC/Cedula : 1

Página: 1 de 1

9-PR-0000000) Vendedor: 119-ALMACEN QUICENTRO Usuario: laguilá Autoriza: bmosquera

CANTIDAD	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	UNIDAD	T. PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	DESER.
48.00	BOLIGRAFO BIC PUNTO MEDIO A/N/R/V	BIC	UN 2	.15000	7.20	
2,000.00	PAPEL BOND 75 GRS. COPIADORA Y LASER INEN A4	REPORT	HJ 2	.00630	12.60	IVA 0%
2.00	ENGRAPADORA MEDIANA S-27 BRAP. 26/6 24/6 SUPREME COLORE	RAPID	UN 2	9.12000	18.24	
2.00	PERFORADORA GRANDE N.978 N.5002	KW-TRIO	UN 2	6.72000	13.44	
100.00	FOLDERS CARTULINA MANILA S/V. 200 GR. OFICIO		UN 2	.07800	7.80	
20.00	ARCHIVADOR OFICIO COLORES	IDEAL	UN 2	2.16000	43.20	
10.00	GUIA INFORMATIVA DE QUITO EDUCATIVAS		UN 2	3.70000	37.00	IVA 0%
1.00	CLIPS STANDAR	ALEX	UN 2	.11000	.11	
1.00	BRAPAS 26-6 CJA. 5000 UN STANDAR	ALEX	UN 2	.58000	.58	
1.00	PORTACLIPS N.1302	SDI	UN 2	1.39000	1.39	
3.00	NOTAS QUITA Y PCN 3X3 PQT. 12 654	3M	UN 2	1.44000	4.32	
10.00	CUADERNO EPPIR. UNIVERS. 100 HJS. LLINEA ECONOMICO ANDALUZ	NORMA	UN 2	.93000	9.30	
	BETA CAMBIO DE PRECIO / STOCK DE MERCADERIA					

**NO RETENER CONTRIBUYENTES
ESPECIALES**

laguilá

SUBTOTAL : 155.66
 TARIFA 0% : 49.60
 TARIFA 12% : 105.06
 I V A 12% : 12.73
 T O T A L \$: 168.39



EMPRESA ELÉCTRICA QUITO S.A.
 10 de Agosto E1-24 y Av. Las Casas
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL
 RESOLUCION N° 5358-1195-06-02
 R.U.C. 1790053881001

RI.923004728 hasta 01/2004 FACTURA No. 001-003-2053798

SUMINISTRO 318298-4 F	NOMBRE DEL CLIENTE FERRER H HECTOR E	C.I./RUC 170170760-4
GEOCODIGO: 31-46-014-3445	No. CONTROL 1808821-18	0

DIRECCION
 LAS PALMERAS
 607 PB
 LOS TULIPANES
 EN ISIDRO
 EL BATAN
 DISTRITO METROPOLITANO
 QUITO

TIPO DE REPARTO
 DOMICILIO

INFORMACION DE CONSUMOS	
No. DE MEDIDOR: 743175 -CON-AT	FACTOR: 1.00
lectura actual (20/06/2003):	62693
lectura anterior (22/05/2003):	62461
consumo LEIDO en 29 dias:	232 KWH
CONSUMO	16.69
COMERCIALIZACION	1.39
I.V.A. (0%)	0.00
SUBTOTAL SERVICIO ELECTRICO:	18.08
ASA ALUMBRADO PUBLICO	1.86
IMPUESTO BOMBEROS	0.02
ASA PECAJE (CON BAS)	2.12
SEG. CONTRA INCENDIOS	0.01
SUBTOTAL VALORES DE TERCEROS:	4.01
CRUZADO	1.81
SUBTOTAL OTROS CONCEPTOS:	1.81

CANCELADO
 EMPRESA ELÉCTRICA QUITO S.A.
 17 JUL. 2003
 29

TARIFA Residencial	FECHA FACTURACION 23/06/2003	PAGAR HASTA 08/07/2003	A PAGAR	23.90
-----------------------	---------------------------------	---------------------------	----------------	--------------

SIN EL SELLO DE CANCELADO, ESTA FACTURA NO TIENE VALOR

FACTURA

Autorización SRI No : 923003515
 Autorización SRI No 923005113
 Válido hasta: octubre 2003
 VALIDO HASTA : FEBRERO 2004

Calle 1149 y Amazonas RUC.: 1791395352001
 TRIBUYENTE ESPECIAL: Resol. No. 00155 del 6 de marzo de 1998.

NOMBRE:
MARTINEZ RUILOVA ANA EULALIA BEATRIZ

DIRECCIÓN:
AV DE LAS PALMERAS 607 Y AV 6 DE DICIEMBRE

LECTURA ACTUAL	LECTURA ANTERIOR	CONSUMO MES	VALOR MINUTO LOCAL
588138	2666475	21663	0.0000

PERIODO DE CONSUMO:	
JULIO 2003	
C.I. / RUC	
1702245703	
TIPO DE SERVICIO	CICLO
TELEFONIA	01
CATEGORIA	SUBCATEGORIA
RESIDENCIAL	RESIDENCIAL

COMPROBANTE N°:	
001-002-001-002-4042663	
MESES IMPAGO:	FECHA EMISION:
0	19/07/2003
NUMERO:	
22248834	
VALOR RECLAMO:	
0.00	
VALOR TOTAL:	
37.99	

DETALLE DE RUBROS

Cupon generado (ATFMPN): 23849960

CONCEPTO	UNIDADES	VALOR	CONCEPTO	UNIDADES	VALOR
EXTENSION BASICA		6.20			
LAMADA NAC AUTOMATICA	25m16s	1.01			
SERVICIOS SUPLEMENTARIOS		1.20			
DESCUENTO MINUTOS LIBRES	150m00s	-1.50			
ANDINANET		22.00			
CONSUMO LOCAL	362m08s	3.62			
I.C.E (15%)		1.57			
IMPUESTO VALOR AGREGADO (12%)		3.89			
TOTAL FACTURA		37.99			

ULTIMO PAGO: 12-08-2003

EXPEDIDO EN: A. INIAQUITO

CAJA: CAJA 3 INIAQUITO DF

FECHA PAGO: 12-08-2003 14:42

ORIGINAL - USUARIO COPIA - EMISOR *** PAGUE SUS CUENTAS A TIEMPO Y EVITE SANCIONES

ORIGINAL - USUARIO COPIA - EMISOR *** PAGUE SUS CUENTAS A TIEMPO Y EVITE SANCIONES

Today Consultores

-CLIENTE-

EMAAP - QUITO

FONO 501225
R.U.C. 1760009370001

CUENTA 2471813071

ESTA FACTURA NO TENDRA VALIDEZ
SIN EL REGISTRO DE PAGO

MEDIDOR 92156707

CICLO	SECTOR	RUTA	MZ	SECUENC	PISO	DEPTO.
1.6	46	6	1	4620	1	

Lectura Anterior	Lectura Actual
1358	1438

NOMBRE Y DIRECCION
ENRRO H HECTOR LMERAS 607 N ISIDRO DEL INCA

Tarifa	Facturacion	Consumo
REAL		80 M ³

	CTA DE DEBITO
	FECHA EMISION
2002/02/25	PAGUE HASTA
	INMEDIAT
	MESES DEUDA

TOTAL A PAGAR

22,00

Corporación Financiera Nacional



Una puerta abierta a la
microempresa

CREDIMICRO

Beneficiario final (BF)

Persona natural o jurídica privada, legalmente establecida en el país con un máximo de 10 empleados permanentes, incluyendo al propietario, cuyos activos totales, excluidos terrenos y edificios no superen los US\$ 20,000. En caso de actividad agropecuaria, el BF deberá ser propietario o poseedor legal de no más de 10 hectáreas cultivables.

Monto

Hasta US\$ 10,000.00



seitur

AGENCIA DE VIAJES
Y TURISMO

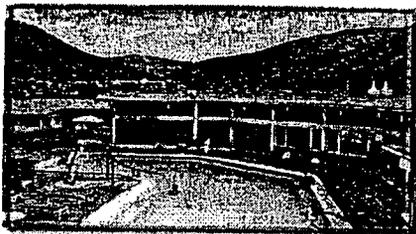


HOTEL SANGAY

BAÑOS - ECUADOR

03 DIAS * 2 NOCHES

A solo 160 km (2 horas y media) de Quito, esta el Hotel Sangay, en la acogedora ciudad de baños, con un clima cálido y agradable, rodeada de montañas y en la proximidad de hermosas cascadas.



TARIFA INCLUYE:

- 2 Noches de alojamiento en habitaciones sección ejecutiva
- 2 Desayunos americanos y 2 Cenas tipo menú
- Uso de las instalaciones
- Impuesto al Valor Agregado IVA
- Impuestos Hoteleros

PRECIOS POR PERSONA por paquete

HABITACIONES	PRECIO por persona	Noche adicional por persona
Sencilla	75,00	36,00
Doble	60,00	29,00
Triple	53,00	24,00
Suite	76,00	37,00

TARIFA NO INCLUYE:

- Transporte desde y hasta Baños
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
- Gastos personales y propinas

IMPORTANTE:

Niños mayores de 4 años tienen 10% de descuento y menores de 4 años no pagan

La tarifa de noche adicional incluye alojamiento 1cena y 1 desayuno continental

Tarifas sujetas a cambio y disponibilidad sin previo aviso

Tarifa válida hasta el 30 de Junio del 2002

TR-HS-011-03ABR-TC



A Maritz Corporate Travel Affiliate



seitur

AGENCIA DE VIAJES
Y TURISMO

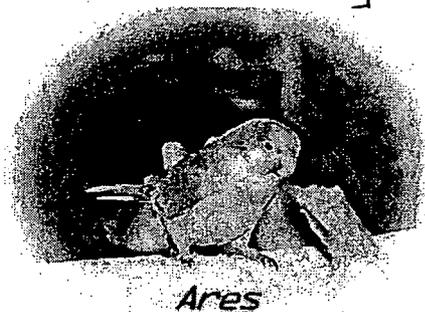
HOSTERIA " EL KIBUTZ "

3 DIAS / 2 NOCHES

Ubicado a dos horas y media de Quito y gozando de un clima cálido seco a 30 grados de temperatura se haya la HOSTERIA KIBUTZ un lugar donde usted puede descansar y aprovechar del clima y la naturaleza que este lugar le ofrece.

Visite Kibutz y sientasé relajado dentro de todas las comodidades que ofrece un ambiente privado, desestrécese de la rutina y se sentirá como en casa.

PRECIO POR PERSONA POR PAQUETE:



H. DOBLE	\$64,00
H. TRIPLE	\$61,00
H. CUADRUPLE	\$56,00
H. FAMILIAR	\$48,00

NOCHE ADICIONAL

H. DOBLE	\$32,00
H. TRIPLE	\$26,00
H. CUADRUPLE	\$27,00
H. FAMILIAR	\$24,00

TARIFA INCLUYE:

- 2 Noches de alojamiento en habitaciones según su elección
- 2 Desayunos Americanos, 2 Cenas tipo menú
- Uso de las instalaciones
- Impuesto al Valor Agregado IVA (12%)
- Impuestos Hoteleros (10%)

TARIFA NO INCLUYE:

- Transporte desde y hasta
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
- Gastos personales y propinas

INDICACIONES: Los niños de 4 a 12 años pagan el 50% solo alojamiento.

Las tarifas de noche adicional son por persona e incluyen alojamiento, 1cena tipo menú y 1 desayuno americano.

TR-HK-010-02ABR-TC

TQ³
TRAVEL
SOLUTIONS

A Maritz Corporate Travel Affiliate

- Por el conjunto de bienes, cuando la adquisición sea en una misma fecha y las partes o piezas de la compra conformen un todo.

2.2.6 DEPRECIACION DE BIENES DE LARGA DURACION

2.2.6.1 Alcance

Esta norma establece los criterios para determinar la pérdida de valor por el uso,

desgaste físico u obsolescencia de los bienes de larga duración.

2.2.6.2 Vida útil

Los bienes de larga duración destinados a las actividades administrativas, productivas o que se incorporen a proyectos o programas de inversión, se depreciarán empleando la siguiente tabla de vida útil:

TIPO DE BIEN	VIDA UTIL ESTIMADA (Años)	
	Administ.	Producción Proyectos
Edificaciones		
- Hormigón Armado y Ladrillo	50	40 50
- Ladrillo (o Bloque)	40	35 40
- Mixto (Ladrillo o Bloque y Adobe o Madera)	35	30 35
- Adobe	25	20 25
- Madera	20	15 20
- Maquinaria y Equipos	10	UPE* 10
- Muebles y Enseres	10	10 10
- Instalaciones	10	UPE 10
- Equipos de Computación	- 5	5 5
- Vehículos	5	UPE 5

- UPE. Unidades de Producción Estimadas.

La vida útil de maquinarias, equipos, vehículos e instalaciones especializadas, será la establecida en los catálogos o especificaciones técnicas del fabricante.

Las reparaciones, ampliaciones o adecuaciones que impliquen erogaciones capitalizables obligarán al recálculo del monto de la depreciación, en términos de la reestimación de la vida útil del bien.

2.2.6.3 Valor residual

Para los bienes de larga duración, se determinará un valor residual equivalente al 10% de su valor contable.

2.2.6.4 Método de cálculo

La cuota de depreciación proporcional de los bienes de larga duración, destinados a actividades administrativas o incorporados a proyectos o programas de

inversión, se determinará aplicando el método de línea recta, basado en la siguiente fórmula:

$$CDP = \left| \frac{\text{Valor contable (-) Valor residual}}{\text{Vida útil estimada (años)}} \right| / 12 \times n$$

n = Número de meses a depreciar el activo.

actividades productivas, se determinará aplicando el método de unidades de tiempo o unidades de producción, basado en la siguiente fórmula:

La cuota de depreciación proporcional de bienes de larga duración, destinados a

$$CDP = \frac{\text{Valor contable (-) Valor residual}}{\text{Total unidades de tiempo o producción estimadas}}$$

En los bienes de larga duración destinados a las actividades productivas, que por sus características sea imposible emplear el método de unidades de tiempo o producción, se aplicará el método de línea recta.

larga duración el valor contable y en cuentas complementarias la acumulación de la amortización respectiva.

El monto de la depreciación de los bienes destinados a las actividades administrativas se reflejará como gastos de gestión, en cambio la originada en procesos productivos o en proyectos o programas de inversión, incrementará el costo del producto esperado.

2.2.7 AMORTIZACION DE CARGOS DIFERIDOS

2.2.7.1 Alcance

Esta norma establece los criterios para amortizar los cargos diferidos.

2.2.7.2 Tiempo estimado

Los costos acumulados en investigación, desarrollo, derechos u otras inversiones diferidas de igual naturaleza se amortizarán en un tiempo estimado, el cual no podrá exceder de diez (10) años.

2.2.6.5 Contabilización

La depreciación se reflejará en la contabilidad mediante la amortización periódica, prorrateada en función del valor contable del bien, durante el tiempo establecido en la tabla de vida útil, desde la fecha que se encuentre en condiciones de operación y cumpla el objetivo para el cual fue adquirido.

Para contabilizar la depreciación, se empleará el método indirecto, manteniendo en las cuentas de bienes de

2.2.8.2 Identificación
No obstante se excluirán del cálculo de la amortización, siempre y cuando exista la certeza de que los costos acumulados de los cargos diferidos serán integrados en proyectos o programas por ejecutar.

Los costos acumulados de software de base o de aplicación y versiones de actualización, registrados como inversiones diferidas, se distribuirán como gastos de gestión proporcionalmente durante la vida útil estimada.

Los gastos prepagados se amortizarán a la fecha de expiración, uso o devengamiento.

2.2.7.3 Contabilización

En la contabilización de la amortización se empleará el método indirecto, manteniendo en las cuentas de cargos diferidos el valor contable y en cuentas complementarias la acumulación de aquella, de acuerdo con el tiempo transcurrido.

Al término del tiempo estimado de amortización de los cargos diferidos, se procederá a liquidar las cuentas que intervinieron en el proceso.

Los gastos prepagados estarán exentos del procedimiento antes indicado, su regularización se registrará directamente contra la cuenta de gasto respectiva, hasta su extinción.

2.2.8 INVERSIONES EN PROYECTOS Y PROGRAMAS

2.2.8.1 Alcançe

Esta norma establece los criterios para la identificación, valoración, acumulación de costos y liquidación de las inversiones en proyectos y programas.

Los proyectos y programas tendrán una identificación única de código y denominación, la que permanecerá invariable desde el momento de su generación, hasta la terminación o liquidación de los mismos.

2.2.8.3 Valoración

En los proyectos o programas se incluirán todos los costos atribuibles a su ejecución, hasta la puesta en funcionamiento, cumplimiento del objetivo o fecha de liquidación.

Los gastos de financiamiento de las inversiones en proyectos o programas formarán parte del costo del bien o producto final, en la medida que sean devengados durante el período de ejecución. Los incurridos con posterioridad al período antes indicado, serán reconocidos como gastos de gestión.

Las adquisiciones de bienes de larga duración destinados a la ejecución de proyectos o programas, que no se integren al producto final en forma total y cumplan con los requisitos establecidos para el reconocimiento como bienes de larga duración, se registrarán por las normas sobre la materia. El monto de la depreciación del período incrementará los costos de los proyectos o programas.

2.2.8.4 Reconocimiento de gastos de gestión

Los hechos económicos relacionados con los costos en proyectos o programas, destinados a la formación de bienes nacionales de uso público o productos intangibles, se contabilizarán en las cuentas pertinentes y simultáneamente se aplicarán a los gastos de gestión, reflejando el efecto en cuentas complementarias de las inversiones en Proyectos y Programas.

2.2.8.5 Acumulación de costos

Los saldos de las cuentas destinadas a registrar los costos imputables a los proyectos o programas, al término del ejercicio contable o al momento de su liquidación, deberán traspasarse a una cuenta de acumulación de inversiones.

2.2.8.6 Liquidación de proyectos o programas

Al finalizar la ejecución de los proyectos o programas, que hayan cumplido con las condiciones técnicas establecidas en los acuerdos o contratos, contablemente se procederá a registrar la liquidación.

En los proyectos destinados a la formación de bienes tangibles, que se integrarán a los recursos privativos del Estado, se deberá traspasar la acumulación de inversiones a las cuentas de inversiones en existencias o en bienes de larga duración, según corresponda.

Los bienes de larga duración cuyos costos no formen parte del producto final, se deberán traspasar a las cuentas respectivas, por el valor neto en libros.

En los proyectos o programas destinados a la formación de bienes tangibles o intangibles que no incrementen los recursos privativos del Estado, deberán ajustarse las cuentas de acumulación de inversiones y las cuentas complementarias respectivas.

Los proyectos o programas que no lleguen al término de la ejecución, como consecuencia de resoluciones de la autoridad competente y no se proyecte reiniciarlos, deberán liquidarse contablemente.

2.2.9 ADQUISICION DE SOFTWARE

2.2.9.1 Alcançe

Esta norma establece los criterios para el reconocimiento y valoración de los software adquiridos en el Estado.

2.2.9.2 Reconocimiento

Las adquisiciones de software de base o de aplicación y versiones de actualización, se reconocerán como inversiones diferidas, siempre y cuando concurren los siguientes requisitos:

- Disponga de licencia autorizada para el uso del producto.
- Constituyan propiedad privativa del Estado.
- Susceptible de separarse del medio de instalación.
- Vida útil mayor a un año.
- Costo de adquisición igual o superior a 100 dólares (U.S. \$ 100,00)

2.2.9.3 Valoración

Las adquisiciones de software de base o de aplicación y las versiones de actualización deberán ser valoradas al precio de compra, incluyendo los derechos de importación, seguros, instalación, impuestos no reembolsables, capacitación y cualquier valor directamente atribuible para ser puesto en condiciones de operación y cumplir el objetivo para el cual fue adquirido. Los descuentos o rebajas se deducirán del costo de adquisición.

2.2.10 DIFERENCIAL CAMBIARIO

2.2.10.1 Alcançe

Esta norma tiene por finalidad regular el diferencial cambiario generado en las cuentas de Activos Operacionales y Deuda Flotante, siempre que estén destinadas a controlar operaciones en moneda diferente a la de curso legal en el país.