

Dirección General de Educación Superior Tecnológica

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

ELABORACIÓN DE PLAN DE NEGOCIO.

Informe final de Residencia Profesional que presenta a los
C.

Juan Josué Durán Carrillo

Número de control:

09870115

Marveli Noemi Arbez Aguilar

09870102

Asesor Interno:

M en C. Mayne Jesús Guadalupe Aguayo León

Carrera:

Ingeniería en Gestión Empresarial

Juan Sarabia, Quintana Roo

Diciembre 2013



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

SEP

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

El Comité de revisión para Residencia Profesional del estudiante de la carrera de INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL, **Juan Josué Durán Carrillo**; aprobado por la Academia del Instituto Tecnológico de la Zona Maya integrado por; el asesor interno M en C. Mayne Jesús Guadalupe Aguayo León y el asesor externo el Ing. Juan Castro Loria, habiéndose reunido a fin de evaluar el trabajo titulado “**Elaboración de plan de negocios**” que presenta como requisito parcial para acreditar la asignatura de Residencia Profesional de acuerdo al Lineamiento vigente para este plan de estudios, dan fe de la acreditación satisfactoria del mismo y firman de conformidad.

ATENTAMENTE

Asesor Interno


M en C. **Mayne Jesús Guadalupe Aguayo León**

Asesor Externo


Ing. **Juan Castro Loria**

Juan Sarabia, Quintana Roo, Diciembre, 2013.

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

El Comité de revisión para Residencia Profesional de la estudiante de la carrera de INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL, **Marveli Noemí Arbez Aguilar** ; aprobado por la Academia del Instituto Tecnológico de la Zona Maya integrado por; el asesor interno M en C. Mayne Jesús Guadalupe Aguayo León y el asesor externo el Ing. Juan Castro Loria, habiéndose reunido a fin de evaluar el trabajo titulado “**Elaboración de plan de negocios**” que presenta como requisito parcial para acreditar la asignatura de Residencia Profesional de acuerdo al Lineamiento vigente para este plan de estudios, dan fe de la acreditación satisfactoria del mismo y firman de conformidad.

ATENTAMENTE

Asesor Interno


M en C. **Mayne Jesús Guadalupe Aguayo León**

Asesor Externo


Ing. **Juan Castro Loria**

Juan Sarabia, Quintana Roo, Diciembre, 2013.

RESUMEN EJECUTIVO	10
CAPÍTULO I	13
PLANEACIÓN ESTRATEGICA.....	13
1.1 Descripción de la necesidad y del servicio que la satisface.....	13
1.2 Análisis FODA.....	14
1.2.1 Fortalezas internas	14
1.2.2 Oportunidades internas.....	15
1.2.3 Debilidades externas	17
1.2.4 Amenazas externas	18
1.2.5 Matriz Foda	19
.....	19
1.3 Misión y visión de la empresa	20
1.3.1 Misión	20
1.3.2 Visión	20
1.4 objetivos a corto, mediano, largo plazo y las rutas estratégicas a tomar	20
1.4.1 Objetivos a corto plazo.	20
1.4.2 Mediado plazo	21
1.4.3 Objetivos a largo plazo	22
1.5 Metas	23
CAPÍTULO II	25
PLAN DE MERCADOTECNIA.....	25
2.1 Descripción del servicio o producto.....	25
2.2 Mercado potencial.....	29
2.3 Análisis de mercado.....	30
2.3.1 Estacionalidad de mercado turístico en Tulum por segmentos de mercado.....	31
2.4 Mercado meta	38
2.5 Competencia directa e indirecta.....	42
2.6 Matriz de competencia	46
2.7 Precios	48

2.7.1 Política de precio	49
2.7.2 Condiciones de reserva y pago	51
2.8 Plaza o distribución	52
2.9 Pronósticos de venta.....	52
2.10 Proyección de ventas.....	54
2.11 Publicidad y promoción	55
2.12 Imagen de la empresa	56
CAPITULO III	57
PLAN DE OPERACIONES.....	57
3.2 Diagrama de proceso.....	58
3.3 Ficha técnica.....	60
3.4 Característica de tecnología	61
3.5 Localización	62
3.6 Control de inventarios	62
3.7 Infraestructura.....	65
CAPITULO IV.....	66
PLAN DE RECURSOS HUMANOS	66
4.1 Organigrama	66
4.2 Perfiles y funciones.....	67
4.3 Esquema de contratación y remuneración.....	68
CAPITULO V.....	70
FINANZAS.....	70
5.1.- Activos	70
5.2 Requerimientos.....	72
5.3.- Estados financieros.....	76
5.3.1 Estado de resultados por ciclos (anual).....	77
5.4.- Tabla de amortización.....	79
5.5 Cuadro de depreciación	80
5.6.- Indicadores financieros	80
5.6.1.- Porciento integrales.....	80
5.6.2.- Razón circulante.....	83

5.6.3.- Margen bruto de utilidad	84
5.6.4.- Rendimiento sobre capital invertido.....	84
5.7.- Financiamiento requerido	85
5.8.- Punto de equilibrio	85
5.9.- Flujo neto de efectivo	86
5.10.- Tasa interna de retorno.....	86
5.11.- Relación beneficio costo	87
5.12.- Prueba de ácido y razón de endeudamiento	87
CAPITULO VI	89
ASPECTOS LEGALES	90
6.1.-Normatividad aplicable.....	90
6.2.- Impacto ambiental.....	92
6.3.- Fiscal	92
6.3.1 Impuesto hotelero	97
6.4.- Marcas y licencias.....	98
BIBLIOGRAFIA	102

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz FODA.....	
Tabla 2 Mercado potencial	29
Tabla 3 Segmentación de mercados.....	
Tabla 4 Turistas Recibidos en el 2012	41
Tabla 5 competencia directa	43
Tabla 6 Competencia Indirecta.....	44
Tabla 7 Matriz de competencia	46
Tabla 8 Tarifa de competencia directa	
Tabla 9 Capacidad máxima de hospedaje	
Tabla 10 Ingresos máximos	
Tabla 11 Proyección de ventas primer y segundo año.....	
Tabla 12 Proyección de ventas del tercer año	
Tabla 13 Ingresos brutos.....	
Tabla 14 Número de personas atendidas	
Tabla 15 Diagrama de Proceso.....	
Tabla 16 Ficha técnica	60
Tabla 17 Control de inventario	64
Tabla 18 Perfiles y funciones	68
Tabla 19 Activos.....	
Tabla 20 Requerimientos	75
Tabla 21 Estado de pérdidas y ganancias	76
Tabla 22 Estado de pérdidas y ganancias 2014.....	77
Tabla 23 Estado de pérdidas y ganancias 2015.....	78
Tabla 24 Tabla de amortización	79
Tabla 25 Depreciación	80
Tabla 26 Porcientos integrales 2014.....	80
Tabla 27 Porcientos integrales 2015	81
Tabla 28 Porcientos integrales 2016	81
Tabla 29 Porcientos integrales 2017	82
Tabla 30 Razón circulante.....	
Tabla 31 Margen bruto de utilidad.....	84
Tabla 32 Rendimiento sobre capital invertido.....	84
Tabla 33 Punto de equilibrio.....	85
Tabla 34 Flujo de efectivo	86
Tabla 35 Tasa interna de retorno	86
Tabla 36 Relación beneficio-costos	87
Tabla 37 Inventarios.....	88
Tabla 38 Prueba de ácida	88
Tabla 39 Capital de trabajo	89

Índice de gráficas

Gráfica 1 Afluencia Turística	30
Gráfica 2 Mercado Europeo	32
Gráfica 3 Mercado Norte Americano	33
Gráfica 4 Mercado Mexicano.....	34
Gráfica 5 Mercado Centro y Sur Americano.....	34
Gráfica 6 Diversas Nacionalidades	35
Gráfica 7 Análisis porcentual de ocupación.....	36
Gráfica 8 Estacionalidad Mercado Europeo	39
Gráfica 9 Principales mercados Europeos	
Gráfica 10 Comportamiento turístico europeo.....	40

Índice de imágenes

Imagen 1 Intercambio cultural	27
Imagen 2 Cocinas compartidas donde probar comidas de diferentes partes	28
Imagen 3 Mochileros	37
Imagen 4 Imagen de la empresa.....	56
Imagen 5 Ciber café	61
Imagen 6 Localización.....	62
Imagen 7 Edificio A	
Imagen 8 Edificio B	
Imagen 9 Ubicación del terreno y sello catastral	

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de construir el hostel comienza en el 2008, a razón de que Tulum se convierte en municipio y con la necesidad de poder utilizar un terreno de 600m², adquirido 10 años atrás con excelente ubicación, por encontrarse a una calle de la avenida principal (carretera federal Chetumal-Cancún), a 300 mts de la terminal de autobuses y 500 mts de la entrada a las ruinas arqueológicas de Tulum.

Después de analizar otras ideas de negocios, como fueron la construcción de cuartos para renta, restaurant, departamentos, etc., la idea se fortalece con la de un hostel, ya que en su relación costo-ingresos, representaba la de mayor rentabilidad.

En ese tiempo, se contaba con recursos producto de la venta de otros activos y permitía, iniciar de inmediato su construcción, previa elaboración de planos, cumplimiento de requisitos y el pago de los permisos correspondiente del municipio; teniendo la licencia de inicio en enero de 2010.

El Hostel cuenta con dos edificios de dos plantas:

El edificio A, se compone de un área de recepción, sala de estar y equipo de cómputo, enseguida un área con capacidad para 12 literas y al final los baños separados para hombres y mujeres, la planta alta mantiene las mismas dimensiones, solo que en la parte superior de la recepción se destinará para un consultorio dental.

El edificio B, cuenta con un área de cocina al frente, baño común, cubo de escaleras y al fondo tres habitaciones privadas, la parte superior, mantiene las tres

habitaciones privadas y al frente un departamento con sala de estar, baño y recamara privada.

Con la construcción del Hostal, se aspira a ser el principal hostel en la ciudad de Tulum debido a que en la actualidad los hostales establecidos en esta ciudad tienen poca capacidad, lo que brinda la oportunidad de captar un mayor mercado frente a la competencia, ya que el Hostal Quetzalli Inn pretende ofertar una capacidad para 60 personas repartidas en 24 literas en un espacio mixto y 6 camas matrimoniales las cuales estarán en habitaciones privadas.

Otra ventaja sobre la competencia a mediano plazo es la implementación de servicio de transporte y visita guiada en donde el cliente tendrá la opción de conocer atractivos turísticos aledaños sin tener la necesidad de acudir a otra instancia para poder disfrutar de este servicio.

Entre las metas a largo plazo están la integración de otras actividades relacionadas con el turismo que conformarían una figura denominada Grupo Zayzú, el cual pretende integrarse por el “Restaurant Zayzú” que opera actualmente en la ciudad de Chetumal y las instalaciones del “Rancho Agroecoturístico María Bonita” con una superficie de 20 hectáreas que integraría cabañas campestres y actividades relacionadas con el campo.

A partir de esta integración, el Hostal Quetzalli Inn permitirían trasladar a los turistas vía terrestre de Tulum a Bacalar y de Bacalar al Rancho María Bonita a través de la Laguna de los siete colores y el estero de chac, en lancha o en kayak. Este recorrido permitiría mostrar algo de las bellezas naturales de la zona sur del estado y se culminaría con una visita a la ciudad de Chetumal y al restaurant Zayzú.

Actualmente el Hostal Quetzalli Inn cuenta con un avance del 95% de la obra civil con un valor aproximado de 2.5 millones de pesos invertidos, un terreno de valor aproximado de 1.5 millones de pesos; estando pendiente para su operación:

En el edificio A, 3 puertas y 3 ventanas de las habitaciones privadas de la parte superior, una puerta y tres ventanas del departamento privado.

En el edificio B, dos puertas y una ventana del área de consultorio, cancelería de aluminio en el espacio destinado para 12 literas, puertas y ventanas de los baños, pintura en general, escaleras y barandales de madera dura de la región y la adquisición de 24 literas y sus respectivos colchones y juegos de sábanas, 6 camas matrimoniales y sus respectivos colchones y juegos de sábanas. Portón de acceso y jardinería.

CAPÍTULO I

PLANEACIÓN ESTRATEGICA

1.1 Descripción de la necesidad y del servicio que la satisface

Según datos de la Organización Mundial del Turismo, entre los años 2000 y 2010, el turismo joven creció desde los 136 millones de viajes internacionales hasta los 187 millones, representando ya el 20 % del turismo global. Hoy en día, los destinos preferidos por los jóvenes, llamados también mochileros se concentran mayormente en Asia, Europa y Latinoamérica.

En México, los jóvenes encuentran un variado mosaico de oportunidades para disfrutar de la diversión, la cultura, el deporte y la aventura.

En Quintana Roo, y particularmente en Tulum se ha incrementado, este tipo de negocios debido a la afluencia turística de jóvenes (mochileros) que buscan el deseo de conocer lugares y gente de un modo diferente para ahorrar dinero en sus viajes, por lo cual el Hostal Quetzalli Inn en Tulum, es el lugar ideal para este tipo de turistas ya que ofrecerá todos los servicios que requieren con un ambiente netamente hogareño el cual estará estipulado en sus políticas de atención al cliente de tal modo que todo el personal involucrado en funciones relacionadas con trato al cliente brindaran la confianza y el servicio del modo más casual y atento hacia sus visitantes, si bien uno de los objetivos del hostel es el trato especial al cliente , el concepto de Quetzalli Inn no termina ahí, en la actualidad se sabe que el éxito de una empresa o negocio se encuentra en las pequeñas pautas

que marcan la diferencia con la competencia directa o indirecta por lo cual se pretende incursionar en otros servicios que si bien no están del todo relacionado con el hostel si permiten hacerlo más atractivo ante el mercado meta lo que fortalece no solo al hostel en cuanto a niveles de preferencia si no también ante el inminente crecimiento de otros negocios que pretenden abarcar este mercado Quetzalli Inn significa una oportunidad para poder incursionar y seguir fortaleciendo la actividad turística en el recién constituido municipio de Tulum, lo cual atrae mayor cantidad de ingresos no solo para hostel sino también para toda la economía local ya que el turismo representa uno de los pilares más fuertes en la economía del estado de Quintana Roo.

1.2 Análisis FODA

1.2.1 Fortalezas internas

1.- Terreno propio: el terreno donde está ubicado el hostel Quetzal Inn cuenta con todos los papeles y permisos en regla lo cual no representa ningún riesgo a futuro.

2.- Se cuenta con un 95% de obra civil terminada: actualmente el hostel Quetzal Inn cuenta con la mayor parte de su construcción terminada conformada por dos edificios el edificio A se compone de un área de recepción, sala de estar y equipo de cómputo, enseguida un área con capacidad para 12 literas y al final los baños separados para hombres y mujeres, la planta alta mantiene las mismas dimensiones, solo que en la parte superior de la recepción se destinara para un

consultorio dental ; El edificio B, cuenta con un área de cocina al frente, baño común, cubo de escaleras y al fondo tres habitaciones privadas, la parte superior, mantiene las tres habitaciones privadas y al frente un departamento con sala de estar, baño y recamara privada

3.- personal con experiencia: se cuenta con un administrador con experiencia, el cual domina el idioma ingles y puede ofrecer capacitación para el personal que laborara en el hostel.

4.-Ubicación: el terreno del hostel se encuentra en una zona segura de la ciudad ubicada a menos de 100 metros de distancia de la carretera federal Tulum – Cancún, a 300 metros de la terminal de autobuses, y a 500 metros de la entrada a la zona arqueológica lo cual representa una gran oportunidad para ganar mercado ya que le facilita el acceso a estos servicios a todos los clientes que se hospeden en el hostel.

5.- La ubicación del hostel se encuentra en una zona seguro en donde no representa ningún riesgo para el cliente debido a su cercanía con la zona centro de la ciudad hay vigilancia policial las 24hrs. Del día.

1.2.2 Oportunidades internas

1.- Proveedores: debido a que las necesidades que presenta el hostel actualmente, son de equipamiento y acabados, se cuenta con muchas opciones para poder determinar, cuales son los proveedores que podrían ofrecer los servicios para concluir con la obra, esto trae en cierta forma una ventaja para la inversión que se requiere, dado a que existen muchas empresas que ofrecen

estos servicios, se pueden cotizar y elegir el, o los proveedores que mejor convengan para concluir con el negocio aprovechando los mejores costos.

2.- Capacitación: se cuenta con una persona con experiencia y especializado para capacitar al nuevo personal lo cual reducirá costos en la capacitación del personal del hostel.

3.- Página WEB: actualmente se está trabajando en una página web con fines publicitarios, la cual incluye todos los negocios que conformaran el grupo Zaysú, y además da a conocer los servicios con los que se contarán, al igual que con imágenes de los negocios, para brindar mayores y mejores expectativas a los clientes, en relación a las experiencias que se pueden vivir dentro del grupo “Zaysú”.

4.- Turismo joven: en la actualidad existe un creciente aumento en el turismo joven, lo cual brinda una oportunidad para abarcar mercado y satisfacer la demanda en cuanto a la experiencia que buscan estos; El hostel Quetzalli Inn cuenta con la ventaja de que fue diseñado desde sus inicios para funcionar como un hostel, por lo que se pensó en todas las comodidades y expectativas tanto en infraestructura como en servicio para atender a este tipo de turistas, por otra parte, cabe mencionar que aunque ya es bien conocido en el estado, las temporadas de afluencia turística no son siempre las mismas, debido a que existen temporadas altas y bajas, una ventaja para el negocio es que el tipo de clientes que lo frecuentaran serán jóvenes de entre 25 a 35 años denominados mochileros, y este tipo de turistas permanecen constante mente viajando, lo que brinda la oportunidad de mantener un porcentaje constante de ocupación en el hostel.

5.- Accesibilidad a todos los servicios públicos: debido a la ubicación del hostel no existe ningún inconveniente en cuanto a la contratación de servicios de internet, agua, luz, teléfono entre otros.

1.2.3 Debilidades externas

1.- El comportamiento del mercado es un factor importante a considerar en cualquier plan de negocios, debido a que el giro del hostel es en el ramo turístico en casi su totalidad los factores económicos tanto externos como internos pueden llegar a afectar el comportamiento del mercado, por ejemplo en el ámbito externo podría ser los cambios de moneda, inflación u otros factores relacionados con la economía extranjera, en el ámbito interno existen factores tanto económicos como sociales que pueden ser determinantes para el turismo como por ejemplo la delincuencia, oferta y demanda de servicios turísticos, temporadas ciclónicas entre otros.

2.- Competencia: existen hostales ya establecidos lo cual representa un reto a vencer, pero a la vez se tiene la ventaja por encima de ellos debido a la capacidad de hospedaje con la que contara el hostel Quetzal Inn.

3.-Terracería: el tramo que pasa frente al hostel no se encuentra pavimentado pero por ser un tramo transitado se espera se solucione en un mediano plazo.

1.2.4 Amenazas externas

1.- Climáticas: la temporada ciclónica representa una amenaza tanto para el hostal como para todo los negocios turísticos y la población en general más sin embargo el edificio no representa riesgo alguno para las personas hospedadas ahí debido a que se encuentra muy bien estructurado.

2.- competencia a futuro: la construcción de nuevos hostales puede representar una amenaza en la situación actual, pero también representa retos y oportunidades para mejorar constantemente y sobresalir ante la competencia.

1.2.5 Matriz Foda

M A T R I Z F O D A		
INTERNAS		
FORTALEZAS	1	terreno propio
	2	95% de la obra civil terminada
	3	disposicion del personal con experiencia
	4	ubicación
	5	Zona segura
OPORTUNIDADES	1	conocimiento de proveedores
	2	personal con experiencia para capacitación del personal
	3	pagina web
	4	turismo joven
	5	Accesibilidad a todos los servicios publicos
EXTERNAS		
DEBILIDADES	1	comportamiento del mercado
	2	competencia
	3	tramo frente al hostel no pavimentado
	4	
	5	
AMENAZAS	1	climaticas
	2	competencia a futuro
	3	
	4	
	5	

Tabla 1 Matriz FODA

1.3 Misión y visión de la empresa

1.3.1 Misión

Brindar un servicio de hospedaje a jóvenes mochileros de diversos países con sentido familiar, limpio y confortable, que los haga sentir como en su casa permitiendo vivir una experiencia socio - cultural única mediante la satisfacción de sus deseos y necesidades.

1.3.2 Visión

Ser en atención, servicio y calidad el mejor hostel de Tulum, hacer la diferencia mediante la oferta de diversas actividades extras que no ofrecen otros hostales y ser reconocidos ante nuestros clientes como un lugar no solo de alojamiento y comodidad sino también como una opción más para vivir nuevas experiencias en el caribe mexicano.

1.4 objetivos a corto, mediano, largo plazo y las rutas estratégicas a tomar

1.4.1 Objetivos a corto plazo.

-Ganar mercado a través de una estrategia de apertura con el precio más bajo en el mercado existente, durante el periodo de los primeros tres meses de operatividad, con el fin de poder captar mercado rápidamente y dar a conocer el hostel.

-Ser reconocido en el mercado perteneciente desarrollando una campaña publicitaria a través de redes sociales como Facebook, twitter y páginas web como www.hostelworld.com, www.hostelbookers.com y sumándose a la organización de hostelling International que permitirá atraer la atención de nuevos clientes al hostel, a través de la web.

- Alcanzar los niveles de competitividad, que permitan lograr las metas a corto plazo a través de la aplicación de una estrategia financiera que buscara lograr un 60% de ocupación en los primeros 6 meses posterior a la apertura, mediante el concepto que diferencia al Hostal Quetzalli Inn, de otros hostales, de tal manera que se pueda hacer competencia directa frente a los hostales ya establecidos en la ciudad.

Ofrecer, estar en búsqueda constante y/o mejorar servicios adicionales para el cliente, que marquen la diferencia entre el negocio propio con la competencia directa establecida y que logren mantener el concepto principal del servicio ofertado en el hostel, muestra de estos servicios adicionales que se pondrán en funcionamiento con la entrada en operaciones es el otorgamiento de un plano guía, el cual permita conocer los puntos de interés de la ciudad y los atractivos turísticos aledaños al igual que transporte exclusivo para los clientes del hostel.

1.4.2 Mediado plazo

Mantener un flujo de efectivo y utilidad constante, mediante la consolidación de una estrategia financiera y de mercado, que permita mantener un índice oscilante de entre un 50% y 70% posterior al primer año en funcionamiento, tomando en

cuenta que si bien nuestro objetivo de mercado es el turismo en general, el cual ha tenido variaciones importantes en el estado en los últimos años, nuestro nicho de mercado en este caso jóvenes mochileros, marcan una afluencia turística constante a lo largo del año lo que puede permitir lograr este objetivo.

Implementar el servicio de transporte y visita guiada, donde el cliente tendrá la opción de conocer atractivos turísticos aledaños, sin tener la necesidad de acudir a otra instancia para poder disfrutar de este servicio, esto podrá llevarse a cabo a través de la realización de convenios, reservaciones e intermediaciones entre los clientes del hostel con otros centros de atracción turística. Aunque este es un punto amplio, únicamente requiere de una buena gestión administrativa, con los lugares antes mencionados y actualmente se tiene una ventaja que aporta un 50% de esta idea, ya que se cuenta con una placa de taxi de Tulum la cual puede entrar en funcionamiento para servicio exclusivo del hostel, en el momento que así se requiera.

1.4.3 Objetivos a largo plazo

Integrar otras actividades relacionadas con el turismo que conformaran la figura denominada como Grupo Zaysú, el cual estará integrado por el “Restaurante Zaysú”, las instalaciones del rancho “María Bonita” y el “Hostal Quetzalli Inn” este punto aunque ambicioso representa la meta final a alcanzar y se tienen grandes ventajas en el mismo ya que el restaurante “Zaysú” se encuentra en funcionamiento actualmente y por otro lado el “Rancho María Bonita” cuenta con la infraestructura necesaria para poder recibir a algunos visitantes.

Integrar un paquete turístico una vez conformado el grupo “zaysú”, que incluya transporte y recorridos a través de zonas turísticas como Muyil, Noh bec, Mahaua y Bacalar, esto traerá beneficios para el negocio, debido a que se podrán ampliar la gama de servicios que se ofertaran a los clientes y el porcentaje de utilidades aumentara, ya que dichos servicios se ofertaran mediante los negocios que conformaran la agrupación “Zaysú”, esto por otra parte, abre la posibilidad de poder controlar aspectos financieros, reducir costos en temporadas bajas y/u ofertar promociones especiales de acuerdo con las políticas establecidas. Debido a que este grupo se maneja bajo una misma administración, facilitara la toma de decisiones y aplicación de estrategias que mejor le convenga al negocio.

1.5 Metas

- Lograr un 100% de ocupación en el hostel en un plazo no mayor a un año mediante la aplicación de estrategias financieras y mercadologías aprovechando las temporadas altas de turismo, con un buen manejo de las políticas de precio en base a la oferta y la demanda.
- Ser reconocidos, como uno de los hostales más importantes en el municipio de Tulum, gracias a los servicios de hospedaje y turísticos que se le ofrecen a los jóvenes extranjeros.
- Pertener y figurar como uno de los mejores hostales de Tulum en las principales páginas web gracias a los comentarios aportes y sugerencias de nuestros clientes en estos sitios, ya que es uno de los vínculos más importantes

que existen entre el hostel con sus clientes debido a que por ser extranjeros estos sitios web brindan toda la información que los viajeros requieren.

CAPÍTULO II

PLAN DE MERCADOTECNIA

2.1 Descripción del servicio o producto

El término hospedaje hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa. Bajo el mismo término también se puede designar al lugar específico de albergue, ya sea este una casa, un edificio, una cabaña o un departamento.

En la actualidad, la palabra hospedaje se relaciona principalmente con el brindar tal servicio a cambio de una tarifa o dinero de acuerdo a la calidad del lugar como también a otros servicios complementarios. Así, encontramos a la actividad de hospedar como uno de los pilares del turismo ya que permite que las personas se trasladen de un lado a otro con la posibilidad de acceder a algún tipo de albergue a cambio de cierta paga.

Normalmente, el hospedaje puede variar mucho de un caso a otro, incluso en la misma zona se pueden encontrar diversos tipos de hospedaje, desde muy exclusivos a muy baratos y accesibles. Cuando hablamos de hospedaje en este sentido se sobreentiende que el servicio incluye una habitación de variado tamaño con cama. Otros servicios adicionales pueden ser incluidos o no (tales como duchas y baños, agua caliente, elementos de entretenimiento, servicio de comida

etc.), pero todos ellos sumarán siempre un plus que hará que la tarifa final a pagar pueda ser mayor o menor dependiendo de cada caso.

Para fines del presente proyecto, se busca la implementación de un hostel en una zona potencialmente sustentable, consecuencia de la derrama económica turística por ser un destino de alta preferencia para los turistas extranjeros que visitan México.

Hostal, del latín hospitālis, es un término inglés que no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). Se trata de un albergue juvenil que suele caracterizarse por el bajo precio de las habitaciones, camas o literas y por promover el intercambio cultural y social entre los huéspedes. En castellano, suelen utilizarse como sinónimos términos como hostel u hostería.

(<http://definicion.de/hostel/>)

Los hostales suelen ofrecer diversas opciones de alojamiento. Alquilar una habitación privada es la alternativa más costosa y la que más se asemeja a un hotel tradicional. Otra posibilidad, un poco más económica, es optar por una habitación con baño compartido.

Los servicios de alojamiento más baratos y más populares de un hostel, de todas formas, consisten en ofrecer una cama o una litera para pasar la noche. En este caso, los huéspedes comparten una misma habitación o salón de grandes dimensiones y uno o más baños.

Quienes se alojan en un hostel suelen buscar una atmósfera informal que les permita conocer a jóvenes de otras nacionalidades. Por eso estos establecimientos suelen contar con espacios de ocio comunes y organizar encuentros entre las personas que se alojan en el lugar, ya que brindan

alojamiento barato para los viajeros, favoreciendo la integración entre ellos logrando un intercambio cultural.



Imagen 1 Intercambio cultural

Un hostel está diseñado para viajeros de todas las edades, según Hostel Bookers, el 41% de sus clientes son mayores de 30 años. Mucha gente piensa que no son para ellos debido a su edad, nada más lejos de la realidad, se puede encontrar con personas de todas las edades, inclusive familias con niños.

Por lo general, con la competencia que hay hoy en día y el fácil acceso a la información a través de internet, sobre opiniones, experiencias y referencias que los viajeros dejan en las redes sociales y blogs, los hostales tratan de cuidar su imagen y ofrecer servicios de calidad, a los mejores precios.

Otro contra que se le adjudica a los hostales, es que debes compartir habitación con otras personas. En parte es cierto, y fue así como nacieron los hostales, pero en la actualidad la mayoría de los hostales incluye habitaciones privadas con baño, y a mejores precios que un hotel, manteniendo todos los beneficios de la integración que ofrece un hostel a través de sus salas de juego, living con TV,

excursiones y actividades organizadas por el hostel, cocinas compartidas donde probar comidas de diferentes partes del planeta hechas en el momento por los viajeros, la barra donde probar diferentes tragos, o las fiestas que suelen hacerse en las noches.



Imagen 2 Cocinas compartidas donde probar comidas de diferentes partes

Muchos hostales no incluyen desayuno, y si lo hace, se valora mucho más, otros sí tienen desayuno pero se paga una tarifa extra, pero al tener cocina, te lo puedes preparar tú mismo y ahorrar dinero.

Existen muchos tipos de hostales en el mundo, no son todos iguales, por eso las tarifas varían considerablemente de uno a otro.

Hay hostales pequeños, grandes, rurales, urbanos, sencillos, con piscina, con wifi, en zonas céntricas o alejadas, edificios modernos o antiguos, etc.

Un hostel es un excelente lugar para los viajeros, no para los turistas, pero si para los viajeros que quieren aprender, conocer otras culturas, interactuar con otros viajeros y conocer gente.

2.2 Mercado potencial

La definición total del mercado potencial representa una gran oportunidad para determinar estrategias que sean a beneficio del negocio que se pretende llevar a cabo, mas sin embargo debido al giro de la empresa es necesario acudir a fuentes de información que puedan satisfacer las necesidades respecto a lo que se necesita saber en el ámbito en el que se pretende trabajar, en este caso la afluencia turística en el municipio de Tulum.

De acuerdo con datos proporcionados por el H. Ayuntamiento de Tulum en función con la dirección general de turismo presento el siguiente informe de afluencia turística en el periodo de Enero – Diciembre de 2012.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
AFRICA	0	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	3	9
ASIA	26	21	24	14	12	26	12	24	25	24	5	73	286
AUSTRALIA	20	4	0	7	4	9	16	23	4	11	2	29	129
CANADA	102	71	69	15	23	20	18	17	17	52	24	155	583
CENTRO Y SUDAMÉRICA	251	138	112	86	50	62	77	104	22	70	60	178	1210
E.U.	377	148	271	155	137	151	316	319	132	272	255	859	3392
PAISES ESCANDINAVOS	30	4	8	3	2	2	7	2	2	4	1	17	82
EUROPA	620	389	312	213	266	257	335	511	173	265	266	631	4238
MÉXICO	295	180	233	280	162	245	1009	749	181	226	165	707	4432
TOTAL	1721	955	1029	773	656	774	1792	1751	556	924	778	2652	14361

Elaboró:
C. Robinson Royce Roger Rubert Albrez
Auxiliar Administrativo

V.o B.o
MCM. Ana Laura Peña San Roman
Directora General de Turismo

Tabla 2 Mercado potencial

De acuerdo a la tabla # 2 se define el mercado potencial que pretende atender el Hostal Quetzalli Inn, con un número total de 14,361 turistas que llegaron al municipio de Tulum en el año de 2012.

2.3 Análisis de mercado.

La diversidad de atractivos turísticos con los que cuenta Tulum, lo hacen ver como un lugar interesante ante los extranjeros a la hora de tomar un tiempo de vacaciones, descanso y aprendizaje, convirtiéndolo en un paradero idóneo para realizar un turismo no convencional.

De esta manera, se halla una razón para entender por qué Tulum ha tenido un crecimiento importante en el turismo en los últimos cuatro años, captando diferentes índices de afluencia turística en relación a sus temporadas de mayor afluencia, evidenciándose así, en el número de extranjeros que visitaron el municipio y pasan a través de puntos de control de la secretaria de turismo de acuerdo a la información que se presenta a continuación:

Afluencia turística 2012



Gráfica 1 Afluencia Turística

En la información presentada en la gráfica #1 se puede observar la afluencia turística de mayor importancia se presenta en tres temporadas la primera comprendida del mes de Enero en donde se mantuvo una ocupación de 57% la segunda está comprendida de los meses de Julio – Agosto en manteniendo un promedio de ocupación del 60% y la segunda temporada comprendida del mes de Diciembre en donde se obtuvo la mayor ocupación fue de un 70%, de acuerdo a la información recabada por estas instancias.

2.3.1 Estacionalidad de mercado turístico en Tulum por segmentos de mercado

Para mejor comprensión del análisis de mercado se dividirá el mercado potencial Tabla #3, en 5 segmentos de modo que se pueda comprender mejor la información recabada, que dando de la siguiente manera:

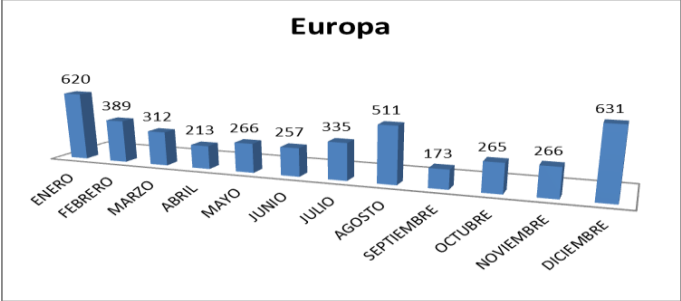
DIVISIÓN DEL MERCADO POTENCIAL	
Segmento 1	Europa
Segmento 2	USA - CANADA
Segmento 3	MEXÍCO
Segmento 4	SUD Y CENTRO AMERICA
Segmento 5	OTROS

Tabla 3 Segmentación de mercados

A continuación se analizará la estacionalidad de los turistas en relación a las secciones antes mencionadas para poder determinar cuál es el mercado meta del Hostal Quetzalli Inn y cuáles son los clientes potenciales:

2.3.1.1 Segmento 1

La siguiente gráfica representa la estacionalidad del mercado Europeo el cual está constituido por los países de Alemania, Francia, España, Inglaterra e Italia.

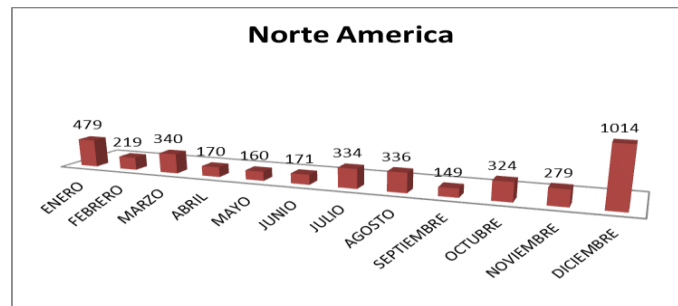


Gráfica 2 Mercado Europeo

En cuanto al mercado Europeo se atendieron a 4,238 turistas de estas nacionalidades en el año 2012, el número máximo de visitantes fue de 631 en el mes de Diciembre y el mínimo de 173 en el mes de septiembre, como se puede apreciar en la gráfica # 2. El promedio de ocupación de este segmento de mercado en el municipio de Tulum fue de 375 turistas por mes.

2.3.1.2 Segmento 2

La siguiente gráfica representa la estacionalidad del mercado Norte Americano el cual está constituido por los países de Estados Unidos y Canadá.

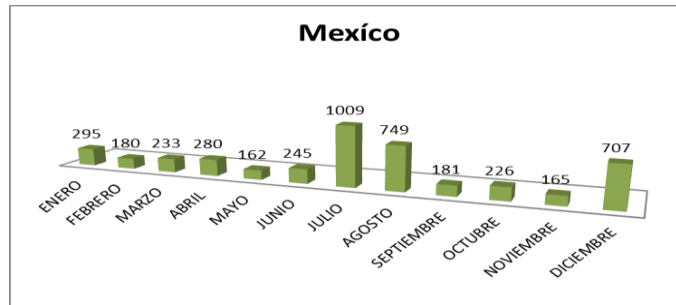


Gráfica 3 Mercado Norte Americano

En cuanto al mercado Norte Americano se atendieron a 3,975 turistas de estas nacionalidades en el año, el número máximo de visitantes fue de 1,014 en el mes de Diciembre y el mínimo de 149 en el mes de septiembre, como se puede apreciar en la gráfica #3. El promedio de ocupación de este segmento de mercado en el municipio de Tulum fue de 331 turistas por mes.

2.3.1.3 Segmento 3

La siguiente gráfica #4 representa la afluencia del mercado Mexicano en el municipio de Tulum.

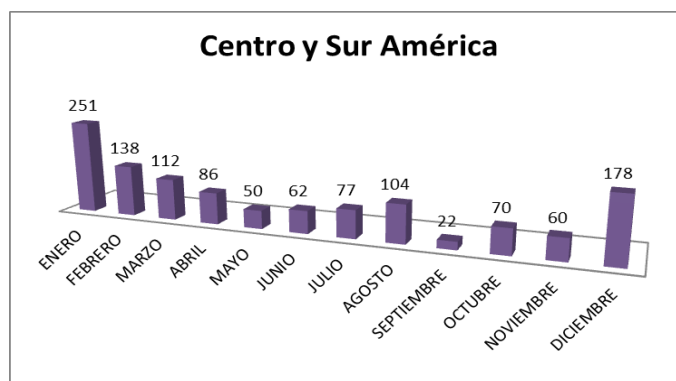


Gráfica 4 Mercado Mexicano

En cuanto al mercado Mexicano se atendieron a 4,432 turistas nacionales en el año, el número máximo de visitantes fue de 1,009 en el mes de Julio y el mínimo de 165 en el mes de Noviembre, como se puede apreciar en la gráfica .El promedio de ocupación de este segmento de mercado en el municipio de Tulum fue de 369 turistas por mes.

2.3.1.4 Segmento 4

La siguiente gráfica representa la estacionalidad del mercado Sud y Centro Americano el cual está constituido por los turistas provenientes de los países de centro y sur América en general.

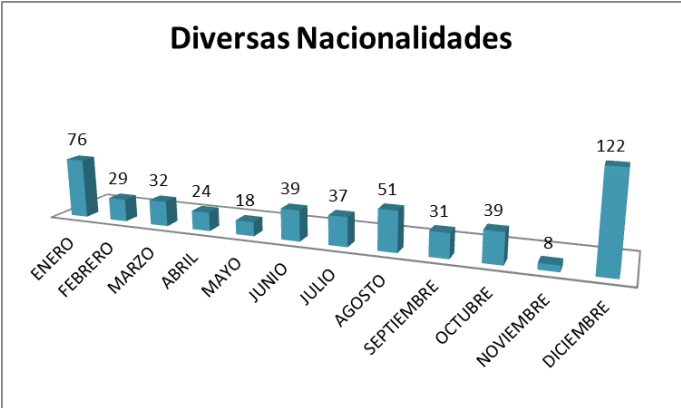


Gráfica 5 Mercado Centro y Sur Americano

En cuanto al mercado Centro y Sur Americano se atendieron a 1,210 turistas de estas nacionalidades en el año, el número máximo de visitantes fue de 251 en el mes de Enero y el mínimo de 22 en el mes de septiembre, como se puede apreciar en la gráfica #5. El promedio de ocupación de este segmento de mercado en el municipio de Tulum fue de 100 turistas por mes.

2.3.1.5 Segmento 5

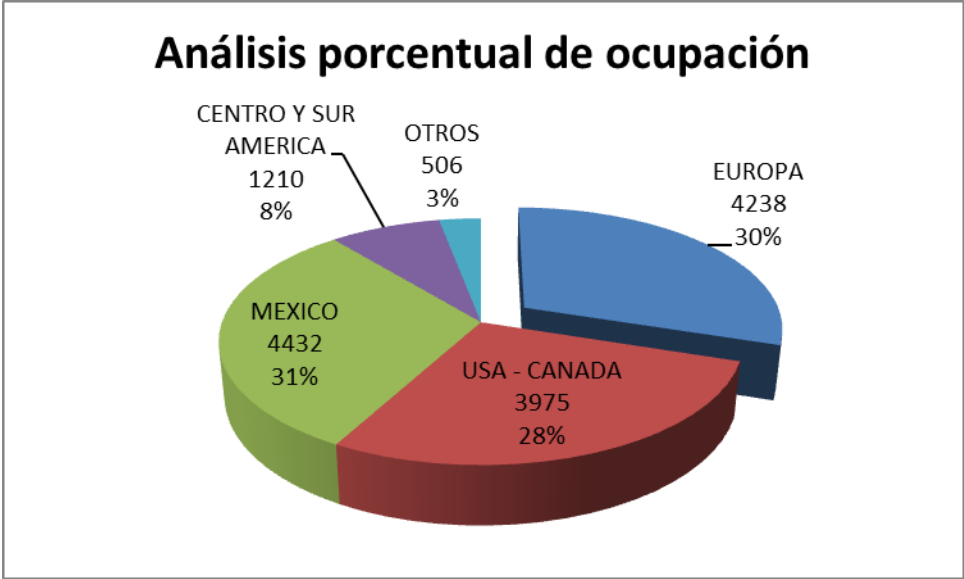
La siguiente gráfica representa la estacionalidad del mercado de otros turistas provenientes de otras partes del mundo, los cuales en su conjunto tienen una significancia relevante para el presente análisis de mercado.



Gráfica 6 Diversas Nacionalidades

En cuanto a la estacionalidad de mercado referente a los turistas provenientes de diversas partes del mundo, se atendieron a 506 turistas en el año, el número máximo de visitantes de diferentes orígenes fue de 122 en el mes de Diciembre y el mínimo de 8 en el mes de septiembre, como se puede apreciar en la gráfica #6. El promedio de ocupación de este segmento de mercado en el municipio de Tulum fue de 42 turistas por mes.

De acuerdo al análisis de la información referente a la estacionalidad de mercados en el municipio de Tulum se presenta los siguientes resultados:



Gráfica 7 Análisis porcentual de ocupación

Como bien se puede apreciar en la gráfica # 7 el segmento de mercado que tiene mayor influencia en el comportamiento turístico en el municipio de Tulum es el mercado Nacional con un 31% pero se hace la siguiente aclaración:

Debido a que el turismo Nacional no está relacionado directamente con la actividad que realizan los clientes potenciales del hostel (Mochileros), no se tomara en cuenta a gran escala la información referente a su participación turística en la zona, ya que si bien es muy importante para otros negocios de servicios de hospedaje turístico, como Hoteles, Posadas, sitios de camping, etc. Para el hostel Quetzalli Inn no representa un mercado meta, mas sin embargo también cabe mencionar que no se descarta la atención para los mismos en ninguna

circunstancia, ya que como cualquier otro negocio, son clientes y en su momento pueden representar utilidades sobre todo para las temporadas bajas.

En segundo término tenemos al mercado Europeo el cual representa un 30% del total de turistas que visitaron el municipio en 2012, lo que significa el mercado principal a considerar para poder lograr los objetivos de ocupación del hostel, cabe mencionar que este mercado Europeo está constituido por 5 países diferentes por lo que vale la pena analizar cuál es la participación de cada uno de ellos ya que es el mercado meta para el hostel.



Imagen 3 Mochileros

En tercer término en porcentaje de ocupación turística a nivel municipio se encuentra el mercado Norte Americano, el cual ocupa un porcentaje del 28%, y el cual siempre ha tenido una significancia muy importante a nivel nacional, debido a la colindancia de fronteras con estados unidos y a la cercanía con Canadá, este mercado significa mucho para el país en términos generales y turísticos, ya que representa una derrama económica importante para los inversionistas nacionales que participan en el rubro turístico y comercial principalmente.

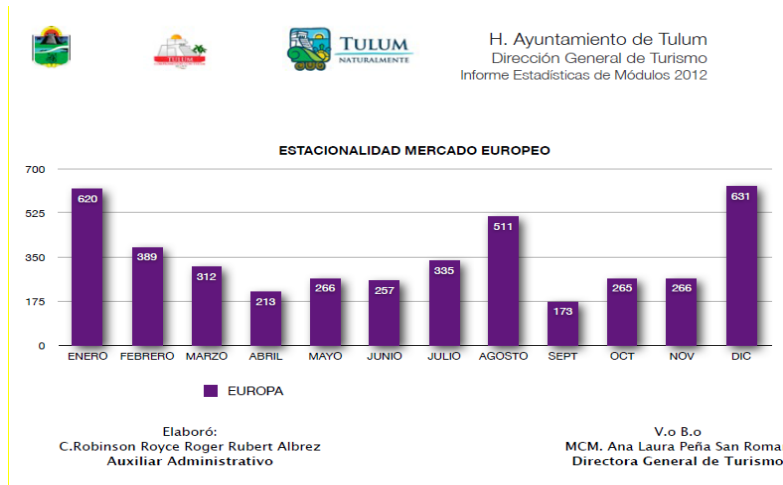
En cuanto al mercado Centro y Sur Americano representa el cuarto segmento en importancia de afluencia turística en el municipio con una participación del 8% en la ocupación total de turismo en el 2012, y aunque representa un porcentaje menor es parte del mercado Latino Americano que representa una parte representativa del intercambio cultural que en su momento buscan los turistas asiduos a los Hostales, cabe mencionar de igual forma que la actividad del hostelling ha ido aumentando en mayor índice a comparación del mercado nacional, en estos países, por lo que no se descarta un crecimiento importante en este rubro en los próximos años.

Finalmente el quinto segmento de mercado, representa el 3% del total de turistas atendidos en el 2012, que tiene una influencia en la estacionalidad de mercado en Tulum y pertenece a los turistas de países varios, es decir son visitantes de nacionales diferentes, a los turistas pertenecientes a los segmentos de mercado anteriores, entre estos podemos encontrar a los turistas asiáticos, australianos, africanos entre otros.

2.4 Mercado meta

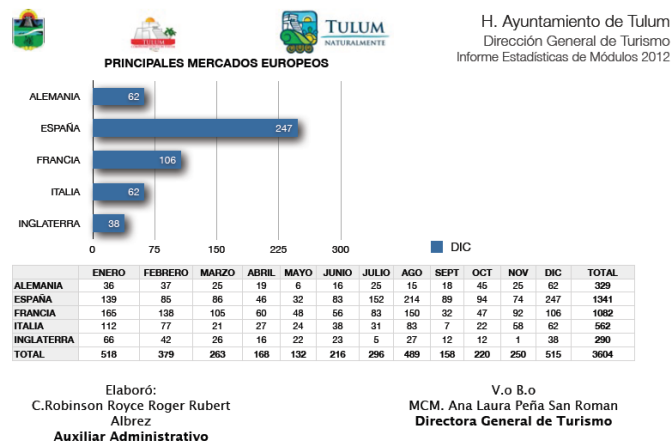
Como se pudo apreciar en la gráfica #7 ,el segmento mercado de mayor afectación en la estacionalidad turística de Tulum, y haciendo a un lado el mercado nacional, es el Europeo, debido a que representa un 30% del total del turismo atendido en el municipio en el 2012, lo cual representa la oportunidad primordial para el Hostal Quetzalli inn ya que es su mercado meta, a continuación se analizará este segmento con mayor detención de acuerdo a la información

proporcionada por la secretaria de turismo en función con el H. Municipio de Tulum.



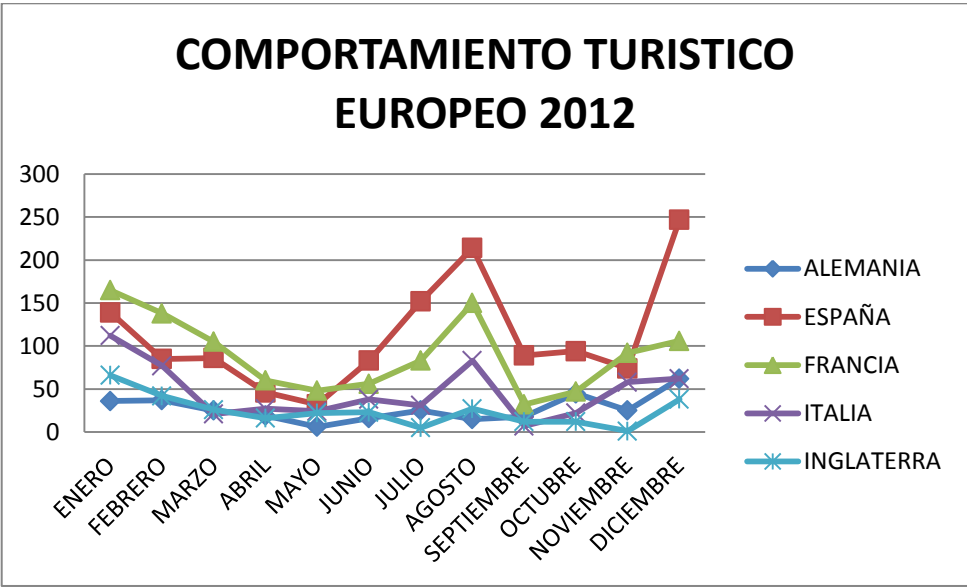
Gráfica 8 Estacionalidad Mercado Europeo

La afluencia turística europea de mayor importancia en el año se registró en el mes de diciembre como se puede apreciar en la gráfica # 8, este mercado está conformado por 5 países y su comportamiento de afluencia turística en el año de 2012 es el siguiente:



Gráfica 9 Principales mercados Europeos

En la gráfica # 9 se puede apreciar el comportamiento turístico de los países que conforman el mercado europeo de tal modo que se pueda analizar mejor cuales son las preferencias de viaje para cada uno de los turistas que conforman este segmento.



Gráfica 10 Comportamiento turístico europeo

2.4.1 Nicho de mercado.

Los turistas Españoles representan el nicho de mercado para el hostel Quetzalli Inn debido a que su afluencia turística es clara en el segundo semestre del año comprendido de los meses de Junio a Diciembre respecto a los turistas europeos de otras nacionalidades; aunque de acuerdo a la tabla #4 los turistas provenientes de Francia tuvieron un margen de ventaja mayor aunque poco significativo en el primer semestre del 2012.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	PORCENTAJE
ALEMANIA	36	37	25	19	6	16	25	15	18	45	25	62	329	9.13%
ESPAÑA	139	85	86	46	32	83	152	214	89	94	74	247	1341	37.21%
FRANCIA	165	138	105	60	48	56	83	150	32	47	92	106	1082	30.02%
ITALIA	112	77	21	27	24	38	31	83	7	22	58	62	562	15.59%
INGLATERRA	66	42	26	16	22	23	5	27	12	12	1	38	290	8.05%
TOTAL	518	379	263	168	132	216	296	489	158	220	250	515	3604	100%

Tabla 4 Turistas Recibidos en el 2012

Véase la gráfica # 7 se presentan los totales de turistas Europeos recibidos en el 2012 clasificados por país de origen y la participación porcentual que ocupan en el total registrado por la Secretaria de Turismo.

Resultados

El mercado potencial para el hostel Quetzalli Inn está representado por cinco segmentos de mercado que a su vez están constituido por las nacionalidades de los principales turistas que visitan la entidad municipal turística de Tulum de acuerdo al análisis realizado en base a la información proporcionada por el H. Municipio de Tulum en colaboración con la Secretaria de turismo se determinaron que los principales turistas que visitan la entidad provienen principalmente de Europa, USA – Canadá, Centro y Sur América, México y el último segmento el cual está integrado por los turistas provenientes de otros diversos países y el cual representa únicamente un 3% del total de la afluencia turística recibida en el 2012. En cuanto al mercado Europeo se menciona lo siguiente: Debido a la cantidad de afluencia turística Europea represento un 30% del total del número de visitantes

que recibió el municipio de Tulum en el 2012 representa el mercado meta para el hostel ya que aparte de representar un número importante de turistas que llegan al municipio cada año también son los que más practican la actividad del hostelling y por lo tanto son los principales clientes para lo cual está diseñado el hostel Quetzalli Inn, por otra parte realizando el análisis más detallado de este segmento de mercado también se pudo apreciar que los turistas españoles son los que más viajan hacia el municipio de Tulum ya que representan un 37.21% del total de turistas que componen al segmento Europeo, dicha información es sumamente representativa para el negocio ya que facilita la toma de decisiones en cuanto a promoción y aplicación de estrategias para poder tener mayor influencia sobre todo en este segmento que representa las mejores oportunidades para hacer del Hostel Quetzalli Inn un negocio redituable y funcional en el cumplimiento y superación de sus metas y objetivos planteados.

2.5 Competencia directa e indirecta

De acuerdo a la información proporcionada por la secretaria de turismo y mediante la investigación en las principales y más prestigiosas páginas de interacción turística como lo es hostelworld.com, tripadvisor.com, booking.com entre otras se logró identificar la competencia tanto directa como indirecta para el hostel Quetzalli Inn por lo que se presentan a continuación las siguientes tablas:

COMPETENCIA DIRECTA					
No.	HOTEL	TARIFA Individual / privado	TARIFA MEDIA	DIRECCION	HABS.
1	Casa del Sol	135.00 - 150.00	142.50	Polar Pte 815 / Saturno y Luna Nte.	21
2	Chalupa Hostal	200.00 - 250.00	225.00	Av. Tulum Esq. Av. Cobá	5
3	Chilam Balam	160.00 - 350.00	255.00	Av. Tulum entre calle Beta y Orión	24
4	El Jardín de Frida	175.00 - 275.00	225.00	Av. Tulum / Kukulcan y Chemuyil	7
5	La Cigana Hostal	178.39 - 219.55	198.97	Calle Centauro Sur 18 esq. Sol Ote.	12
6	La Flaca	185.00 - 292.00	238.50	Av. Tulum /calle Alfán y calle Osiris	8
7	Las Tres Palmas	200.00 - 458.00	329.00	Venus Oriente # 88	9
8	Lobo Inn Hostel	150.00 - 225.00	187.50	Km. 269.5 carret.fed. Chetumal Tulum	15
9	Mama's Home Hostael	150.00 - 200.00	175.00	Calle Orión s/n / Venus y Sol Ote	12
10	Mundo Maya Hotel	200.00 - 400.00	300.00	Av. Yaxchilán # 82	9
11	Posada El Hostelito	131.00 - 262.00	196.50	Sol Ote y Géminis Sur	4
12	Sheck Hostel	155.00	155.00	Av. Satelite Norte s/n	20
13	The Weary Traveler Hostel	150.00 - 350.00	250.00	Av. Tulum # 36	10
14	Tulum Hostel	160.00 - 187.00	173.50	Andador Palmeras # 30	15
15	El Punto	148.00 - 278.00	213.00	Av Cobá Esq. Mercurio	24
16	Hostal Tulu Nah	130.00	130.00	Av. Satelite # 1 Col. Centro	10
17	Mango Tulum	175.00 - 275.00	225.00	Calle polar Ote / Av. Cobá y Escorpion Nte	18
18	Cenote Encantado	190.00	190.00	Km 8 Carretera a Cobá	10
19	Calm Cabins Tulum	150.00 - 190.00	170.00	Retorno Polar 64, Tulum	12
20	Namaste Inn Tulum	165.00 - 385.00	275.00	Calle Aries Sur / Luna Pte y Saturno Pte	8
21	Libellula Calakmul	150.00 - 350.00	250.00	Calle 18 Col. Veleta a 1.2. k del centro	2

Tabla 5 competencia directa

De acuerdo a la investigación realizada y como se puede apreciar en la tabla #5 se identificaron 21 competidores directos en el municipio de Tulum entre los cuales se encuentran albergues, posadas, pensiones y hostales, que por su giro y precio representan la competencia directa para el hostel Quetzalli Inn, ya que se desenvuelven en el mismo ámbito económico y buscan su rentabilidad en los mismos segmentos de mercado que le competen al hostel Quetzalli Inn.

2.5.1 Competencia indirecta

COMPETENCIA INDIRECTA				
No.	HOTEL	TARIFA Individual / privado	DIRECCION	HABS.
1	Acuario Tulum	225.00 - 445.00	Crucero zona arqueológica Km 131	34
2	Addy Hotel	355.00 - 450.00	Polar mz. 15, lote 6 / Centauro y Satélite Nte.,	32
3	Andrea's	320.00 - 500.00	Crucero zona arqueológica Km 131	30
4	Casa Rosa Hotel	6545.00 x noche	Tankah tres	30
5	Don Diego de la Selva	687.50	Av Tulum, mz. 24 lote 3	13
6	*** Green Tulum	705.00	Av. Cobá L.4 Mz.37, esq. Puerto Morelos	26
7	Hotel Posada 06	1010.78	Andrómeda Ote. Mz 10 I.17 / Géminis Sur y Satelite Sur	12
8	Iker Hotel	400.00 - 800.00	Col. Tumben Ka	18
9	*** iTour México	360.00 - 720.00	Av. Cobá, esq. Av. Tulum (frente super san fco de asis)	6
10	Kukulcan Hotel	225.00 - 450.00	Av. Tulum / Beta y Orión Sur	15
11	L'Hotelito	295.00 - 589.00	Av. Tulum / Beta y Orión	10
12	La Mariposa	350.00 - 700.00	Calle Mercurio Pte. Mz. 6 lote 21	11
13	Las Tres Palmas	200.00 - 458.00	Venus Oriente # 88	9
14	Latino Hotel	287.50 - 575.00	Calle Andrómeda Ote.	8
15	Lo Nuestro Hotel	302.00 - 604.00	Osiris Sur Mz. 42 , lote 2	11
16	Los Mapaches Posada	300.00	Carretera Federal Cancún Chetumal (frente a la entrada de las minas)	5
17	*** Luna Llena Hotel	771.00	Av /Alfa Nte., y Osiris	6
18	Maison Tulum	345.00 - 690.00	Calle Alfa Nte., esq. Sagitario Pte	8
19	*** Marités Hotel	643.00	Av. Zamná Mz 32 L 4 A / Kukulcan y	12
20	Mundo Maya Hotel	200.00 - 400.00	Av. Yaxchilán # 82	9
21	*** Nadet suiotes	820.00 - 1,000.00	Calle Orión Nte por Polar Ote y Av. Tulum s/n	11
22	Oso's Garden		Tulum Centro	16
23	Pachamama Tulum Bed & Breakfast	620.00 - 1200.00	Av. Cobá Nte., y Av. Tulum	6
24	Palms tulum Luxury Hotel	2107.00	Escorpión Sur Esq., con Andrómeda Ote.	9
25	Posada 2 Amigos	411.00	Chanchen Mz. 9, Lte. 01-02	10
26	Posada Luna del Sur	720.00 - 1571.00	Calle Luna Sur # 5	12
27	Posada Malix Pek	250.00 - 500.00	Calle Acuario Norte 5, / Av. Tulum y Polar Pte	6
28	Posada Yum Kin	450.00 - 900.00	Kukulcan Nte.,	12
29	Rancho Tranquilo	412.00	Av. Tulum # 86, Lt. 2 Mz. 8 / Saturno y Luna Nte.	14
30	Secret Garden Hotel	362.50	Sagitario Pte 54	8
31	Tres Palmas	250.00 - 500.00	Calle Venus Ote # 88 /Satelite Sur y Centauro Sur	10
32	Tulum Hostel	60.00 - 87.00	Andador Palmeras # 30	15
33	** Uolis Nah	300.00 - 600.00	Carretera Tulum Cobá Km 2	6
34	*** Villa Tulum	900.00	Av. Cobá Sur s/n / Asteroide y me	19
35	***** Villas Géminis	1,178.00 - 2,526.00	Géminis sur Esq., Andrómeda Ote.	6
36	Xibalba Dive Center	560.00 1200.00	Calle Andrómeda Ote.	7
37	Mango Tulum	175.00 - 275.00	Calle polar Ote / Av. Cobá y Escorpion Nte.	23
38	Zama Village	343.05	Aldea Zama, Tulum	18
39	Hotel Kin ha pueblo	407.00 - 1,275.00	Orión Sur S/n / Sol y Venus	25
40	Charlie's House apartamento	400.00 - 792.00	Av. Tulum/ Alfa Y Jupiter	1
41	Ku Tulum	400.00 - 1,025.00	Calle Andrómeda Ote /Orión Sur y Centauro	6
42	Blueberry Luxury Condo Tulum	235.00 - 450.00	Calle Chan Caah, Lote 2 Mz. 17, Col Ejidal	8
43	Theky Tulum apartamentos	300.00 - 600.00	Calle Asunción Lt. 2 Mz. 38	8
44	Posada tulipanes	5873.00	Calle Mercurio # 97	12

Tabla 6 Competencia Indirecta

De acuerdo a la tabla # 6 se registró un número de 44 competidores indirectos para el hostel los cuales si bien se dedican al servicio de hospedaje no representan competencia directa para el hostel debido a que su giro es diferente y su rango de precios es mucho mayor a los de la competencia directa, cabe mencionar que si bien hay hostales registrados en la tabla antes mencionada no ejercen la función como tal de las mismas debido a que como antes se mencionó sus rangos son mayores y están orientados a otro tipo de clientes como por ejemplo familias o viajeros que buscan más comodidad que aventura, en relación a los clientes del hostel que buscan la interacción social y el ambiente familiar como lo ofrece el hostel Quetzalli Inn.

2.6 Matriz de competencia

M A T R I Z D E C O M P E T E N C I A										
COMPETENCIA DIRECTA		PRECIO		CAPACIDAD		SERVICIO		UBICACIÓN		TOTAL
No.	HOTEL	VALORACION PONDERADO		VALORACION PONDERADO		VALORACION PONDERADO		VALORACION PONDERADO		SUMA DE LAS
		10	0.4	10	0.3	5	0.2	5	0.1	VAL. Y POND.
	HOSTALL QUETZALLI INN	10	0.4	10	0.3	1	0.04	4	0.08	0.82
1	Casa del Sol	10	0.4	4	0.12	3.5	0.14	4	0.08	0.74
2	Chalupa Hostel	6	0.24	1	0.03	4.5	0.18	2	0.04	0.49
3	Chilam Balam	4	0.16	4	0.12	3.5	0.14	1	0.02	0.44
4	El Jardín de Frida	6	0.24	2	0.06	4.5	0.18	1	0.02	0.5
5	La Cigana Hostel	7	0.28	2	0.06	4	0.16	1	0.02	0.52
6	La Flaca	5	0.2	2	0.06	4.5	0.18	5	0.1	0.54
7	Las Tres Palmas	1	0.04	2	0.06	4.5	0.18	3	0.06	0.34
8	Lobo Inn Hostel	8	0.32	3	0.09	3	0.12	4	0.08	0.61
9	Mama's Home Hostael	8	0.32	2	0.06	4	0.16	3	0.06	0.6
10	Mundo Maya Hotel	2	0.08	2	0.06	4.5	0.18	5	0.1	0.42
11	Posada El Hostelito	7	0.28	1	0.03	1	0.04	2	0.04	0.39
12	Sheck Hostel	9	0.36	4	0.12	5	0.2	2	0.04	0.72
13	The Weary Traveler Hostel	5	0.2	2	0.06	3.5	0.14	1	0.02	0.42
14	Tulum Hostel	8	0.32	3	0.09	3.5	0.14	3	0.06	0.61
15	El Punto	6	0.24	4	0.12	3.5	0.14	3	0.06	0.56
16	Hostal Tulu Nah	10	0.4	2	0.06	3.5	0.14	1	0.02	0.62
17	Mango Tulum	6	0.24	3	0.09	5	0.2	2	0.04	0.57
18	Cenote Encantado	8	0.32	2	0.06	3	0.12	5	0.1	0.6
19	Calm Cabins Tulum	9	0.36	2	0.06	4.5	0.18	4	0.08	0.68
20	Namaste Inn Tulum	3	0.12	2	0.06	2	0.08	3	0.06	0.32
21	Libellula Calakmul	5	0.2	1	0.03	3	0.12	2	0.04	0.39

Tabla 7 Matriz de competencia

En tabla # 7 se llevó acabo el análisis de 4 variables fundamentales para el buen funcionamiento y éxito de un hostel, como se puede apreciar en la tabla se determinaron escalas de valores y valores ponderados para cada una de las variables que se midieron y de acuerdo a la información recabada acerca de la competencia directa se determinó un valor para cada concepto de tal manera que al final se pudiera obtener un valor total de acuerdo al puntaje obtenido en la matriz de competencia.

En cuanto a la variable de precio se puede mencionar que el hostel Quetzalli Inn se encuentra dentro de los tres primeros competidores con la tarifa más baja del mercado.

En la variable de capacidad claramente se observa que el hostel logra el mayor puntaje debido a que una de las fortalezas del negocio es que se construyó pensando desde un principio en el objetivo primordial que era la comodidad y la buena distribución de la mayor cantidad de clientes posible de modo que se pudiera optimizar el espacio de la mejor manera, y el resultado se puede observar en esta variable ya que la capacidad que tiene el hostel en relación a sus competidores directos es mucho mayor obteniendo el mejor puntaje en el valor de ponderación.

En cuanto a la variable del servicio se le otorgo la calificación mínima al hostel Quetzalli Inn debido a que aún no se encuentra en funcionamiento, para lo competidores se les otorgo la calificación de estrellas que proporciona una de las páginas más reconocidas en este ámbito tripadvisor.com en la que los clientes evalúan el servicio y ponen sus comentarios y recomendaciones al igual que un puntaje en estrellas que van de 1 a 5 según el servicio recibido.

Para la variable de ubicación se otorgó un valor de ponderación de apenas 1 debido a que la ciudad es muy pequeña y prácticamente todo queda cercano, se tomó la zona centro como primer lugar de importancia dándole un valor de 5, la zona de playas como segundo con valor de 4, los alrededores del centro como tercer lugar en importancia con un valor de 3, la salida de la ciudad hacia playa del Carmen 2 y finalmente la entrada de la ciudad viniendo de Felipe carrillo puerto en quinto lugar con un valor de 1 obteniendo el hostel Quetzalli Inn un valor de 4 en relación a su ubicación.

De acuerdo al análisis de los totales y la suma de los ponderados el hostel Quetzalli Inn logro un puntaje ponderado de 0.82 de un total de 1 colocándolo en

el primer lugar de acuerdo a las variables medidas y cabe mencionar que en el futuro podría mejorar ya que en el rubro del servicio obtuvo la calificación más baja de todos.

2.7 Precios

A continuación se presenta la tabla # 8 en la cual se puede apreciar la tarifa por persona y por habitación privada que maneja la competencia directa de acuerdo a la investigación realizada.

TARIFA POR DIA COMPETENCIA DIRECTA			
No.	HOTEL	TARIFA Individual / privado	TARIFA MEDIA
1	Casa del Sol	135.00 - 150.00	142.50
2	Chalupa Hostel	200.00 - 250.00	225.00
3	Chilam Balam	160.00 - 350.00	255.00
4	El Jardín de Frida	175.00 - 275.00	225.00
5	La Cigana Hostel	178.39 - 219.55	198.97
6	La Flaca	185.00 - 292.00	238.50
7	Las Tres Palmas	200.00 - 458.00	329.00
8	Lobo Inn Hostel	150.00 - 225.00	187.50
9	Mama's Home Hostael	150.00 - 200.00	175.00
10	Mundo Maya Hotel	200.00 - 400.00	300.00
11	Posada El Hostelito	131.00 - 262.00	196.50
12	Sheck Hostel	155 - NA	155.00
13	The Weary Traveler Hostel	150.00 - 350.00	250.00
14	Tulum Hostel	160.00 - 187.00	173.50
15	El Punto	148.00 - 278.00	213.00
16	Hostal Tulu Nah	130 - NA	130.00
17	Mango Tulum	175.00 - 275.00	225.00
18	Cenote Encantado	190 - NA	190.00
19	Calm Cabins Tulum	150.00 - 190.00	170.00
20	Namaste Inn Tulum	165.00 - 385.00	275.00
21	Libellula Calakmul	150.00 - 350.00	250.00

Tabla 8 Tarifa de competencia directa

De acuerdo a la tabla anterior (#8) se calcularon los promedios de las tarifas que existen tanto para las habitaciones privadas como para el hospedaje por persona quedando de la siguiente manera:

La tarifa promedio de hospedaje de por noche por persona fue de \$163.68

La tarifa promedio de hospedaje por noche en habitación privada por persona fue de \$265.31, y debido a que la habitaciones privadas están diseñadas para dos huéspedes, el precio por habitación privada sería de \$530.62 pesos M/N en promedio por noche.

2.7.1 Política de precio

Un aspecto fundamental que inquieta profundamente a los consumidores a la hora de tomar la decisión en cuanto a dónde hospedarse, es el precio del servicio. Quetzalli Inn, percibe la economía como un punto prioritario dentro de un grupo de amigos o particulares, es por eso, que se preocupa por ofrecer un servicio de alta calidad en conjunto con precios realmente competitivos y accesibles al bolsillo de sus clientes mediante el uso eficaz de los recursos.

Teniendo en cuenta los resultados que se obtuvieron al calcular la media en los precios que se presentaron en la tabla #9, se fijaron las tarifas de hospedaje que maneja el Hostall Quetzalli Inn quedando de la siguiente manera:

- Tarifa de hospedaje por noche por persona \$130.00 M/N
- Tarifa de hospedaje en habitación privada por persona \$260.00 M/N por noche

Actualmente el Hostall Quetzalli Inn, cuenta con cuatro (6) habitaciones privadas cada una con baño propio, donde se podrán alojar máximo dos (2) personas, a \$300.00 pesos, es decir, cada una (1) a \$150.00 pesos (incluido el 11% de IVA y el 3% de impuesto hotelero y dos (2) galerones compartidos cada uno con su baño separado para hombres y mujeres, con capacidad máxima para veinticuatro (24) personas cada galerón a un costo de \$130.00 pesos por persona (incluido el 11% de IVA y el 3% de impuesto hotelero) en total el hostel cuenta con una capacidad para hospedar a 60 personas.

Estos precios se mantendrán durante todo el año, sin tener en cuenta la diferencia en precios ofrecidos en la temporada alta y media, contando así, con una ventaja competitiva en cuanto a precios, ya que la competencia si tiene en cuenta las diferentes temporadas para definir el precio del servicio.

Es así, como la estrategia de precios a utilizar para incursionar con el Hostal Quetzalli Inn, es por diferenciación, al ser una empresa sostenible, al contar con responsabilidad social, ambiental y rentabilidad, es decir al no solo buscar el beneficio individual sino colectivo, al involucrar a la sociedad y al medio turístico dentro de su desarrollo económico sostenible y al poseer un concepto de negocio diferente al de la competencia.

2.7.2 Condiciones de reserva y pago

Hostall Quetzalli Inn y su página, se regirán por las condiciones de reserva estipuladas por la red de HostelWorld: 80

- Al realizar la reserva con tarjeta débito o crédito, se pagará un depósito no reembolsable (un porcentaje fijo, normalmente 10% o 15% del valor total de la reserva). Además de una cuota fija en concepto de gastos de reserva (2 USD por reserva online), cancelando el saldo correspondiente al proveedor del servicio.
- Si el cliente no cancela la reserva con 24 horas de antelación, automáticamente se entenderá que la reserva está vigente hasta el día y hora que el cliente tenía prevista su llegada, debitando de su tarjeta (débito o crédito) el 10% o 15% del monto total.
- Si el cliente no cancela su reserva ni se presenta el día y hora que tenía prevista su llegada, se debita de su tarjeta (débito o crédito), el valor de una noche, quedando la habitación disponible.

Así Hostal Quetzalli Inn, recibirá la cancelación del saldo según la moneda de la cual disponga el turista en el momento, de acuerdo a la tasa de cambio actual (del día que realiza el trámite).

2.8 Plaza o distribución

El hostel Quetzalli Inn, utilizará como estrategia de distribución la venta directa, con el fin de complacer los requerimientos de cada cliente, cuando este no cuente con una reservación anticipada.

Como también la venta indirecta a través de la página web del mismo Quetzalli Inn, la cual será promovida por la red de Hostel World (<http://www.spanish.hostelworld.com>) y a través de asociaciones con agencias turísticas con las que se pretende realizar convenios más adelante.

Los turistas podrán contactarse y realizar reservas de forma directa por medio de dicha página web, y/o por medio de intermediarios como lo son la red de HostelWorld y las agencias de viajes anteriormente mencionadas, a estos intermediarios se les cancelara 10% de comisión por reserva confirmada.

2.9 Pronósticos de venta

Según los resultados obtenidos a través de la secretaria de turismo en conjunto con el H. ayuntamiento del municipio de Tulum, se evidencia que los turistas viajan en diferentes épocas del año véase gráfica #1, (afluencia turística) por lo cual se realizó la proyección de ventas bajo el supuesto de ingresos por ventas, tomando como base la estrategia de precio de introducción con la tasa más baja del mercado y manteniendo una ocupación únicamente del 60% durante todo el año, por lo que es necesario determinar antes, la capacidad máxima de ocupación y de

ingresos del hostel Quetzalli Inn por lo que se presentan a continuación las siguientes tablas:

Capacidad máxima de hospedaje

CAPACIDAD TOTAL POR DIA	
TIPO DE HOSPEDAJE	PERSONAS
HABITACIONES PRIVADA PB	6
HABITACIONES PRIVADAS PA	6
GALERON 1	24
GALERON 2	24
CAPACIDAD POR DIA	60

Ingresos máximos

INGRESOS TOTALES POR DIA	
TIPO DE HOSPEDAJE	INGRESOS
HABITACIONES PRIVADA PB	\$900.00
HABITACIONES PRIVADAS PA	\$900.00
GALERON 1	\$3,120.00
GALERON 2	\$3,120.00
CAPACIDAD POR DIA	\$8,040.00

CAPACIDAD TOTAL POR AÑO (365 DIAS)	
TIPO DE HOSPEDAJE	PERSONAS
HABITACIONES PRIVADA PB	2,190
HABITACIONES PRIVADAS PA	2,190
GALERON 1	8,760
GALERON 2	8,760
CAPACIDAD POR DIA	21,900

INGRESOS TOTALES POR AÑO (365 DIAS)	
TIPO DE HOSPEDAJE	INGRESOS
HABITACIONES PRIVADA PB	\$328,500.00
HABITACIONES PRIVADAS PA	\$328,500.00
GALERON 1	\$1,138,800.00
GALERON 2	\$1,138,800.00
CAPACIDAD POR DIA	\$2,934,600.00

Tabla 9 Capacidad máxima de hospedaje

Tabla 10 Ingresos máximos

2.10 Proyección de ventas

De acuerdo a la información anterior se presenta la proyección de ventas a tres años, tomando como base una ocupación del 60% durante los primeros 2 años y una ocupación del 80% para el tercer año sin modificar la política de precios

PROYECCIÓN DE VENTAS PRIMER Y SEGUNDO AÑO AL 60% DE LA CAPACIDAD TOTAL													
TIPO DE HOSPEDAJE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ACUMULADO
HABITACIONES PRIVADAS PB	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$197,100.00
HABITACIONES PRIVADAS PA	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$16,425.00	\$197,100.00
GALERON 1	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$683,280.00
GALERON 2	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$56,940.00	\$683,280.00
TOTAL	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$146,730.00	\$1,760,760.00

Tabla 11 Proyección de ventas primer y segundo año

PROYECCIÓN DE VENTAS TERCER AÑO AL 80% DE LA CAPACIDAD TOTAL													
TIPO DE HOSPEDAJE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ACUMULADO
HABITACIONES PRIVADAS PB	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$262,800.00
HABITACIONES PRIVADAS PA	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$21,900.00	\$262,800.00
GALERON 1	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$911,040.00
GALERON 2	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$75,920.00	\$911,040.00
TOTAL	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$195,640.00	\$2,347,680.00

Tabla 12 Proyección de ventas del tercer año

INGRESOS BRUTOS EN RELACION AL		
PORCENTAJE DE LA CAPACIDAD TOTAL		
100%	60%	80%
\$2,934,600.00	\$1,760,760.00	\$2,347,680.00

Tabla 13 Ingresos brutos

NUMERO DE PERSONAS ATENDIDAS EN RELACIÓN		
AL PORCENTAJE DE LA CAPACIDAD TOTAL		
100%	60%	80%
21,900	13,140	17,520

Tabla 14 Número de personas atendidas

2.11 Publicidad y promoción

El día del lanzamiento del Hostall Quetzalli Inn, se impulsara repartiendo tarjetas a los extranjeros turistas, en puntos estratégicos de la ciudad de Tulum, como lo son: El centro de la ciudad, Las playas, centros comerciales y la terminal de transportes, también se repartirán estas tarjetas en la ciudad de Playa del Carmen y Cancún; de estas tarjetas 20 estarán premiadas con 25% de descuento en hospedaje, indistintamente de la fecha, la hora y del tipo de habitación en la que deseen hospedarse.

De igual manera para el día del lanzamiento, se ofrecerá el servicio de hospedaje por medio de hostelworld, definiendo como descuento sobre el precio por habitación compartida, 20%, pudiendo así acceder el público a este servicio a un precio de \$240.00 pesos por noche, indistintamente de la fecha y la hora en la que deseen hospedarse.

Se incluirá un desayuno continental para todos los huéspedes que se hospeden en el hostel Quetzalli Inn sin cargo adicional al costo de hospedaje por persona.

Se tiene planeado realizar convenios con los centros turísticos cercanos de tal modo que los huéspedes que se hospeden en el hostel tengan un trato preferencial o puedan tomar tours en las atracciones turísticas cercanas sin necesidad.

2.12 Imagen de la empresa

El logo del hostel está representado por un Quetzal el cual es un ave exótica reconocida a nivel mundial y la cual es endémica principalmente de las regiones tropicales de América, la palabra quetzal proviene del náhuatl quetzalli, que puede traducirse como “cola larga de plumas brillantes” (American Heritage Dictionary) o bien “cola cubierta del quetzal” (Merriam-Webster Collegiate Dictionary). Debido a que esta ave es reconocida mundialmente representa una oportunidad muy importante para poder llamar la atención de los clientes potenciales del hostel, los colores del logo como se pueden apreciar son en color verde rojo y azul que son los colores del quetzal que sin duda alguna llamará la atención de todos los turistas mochileros.



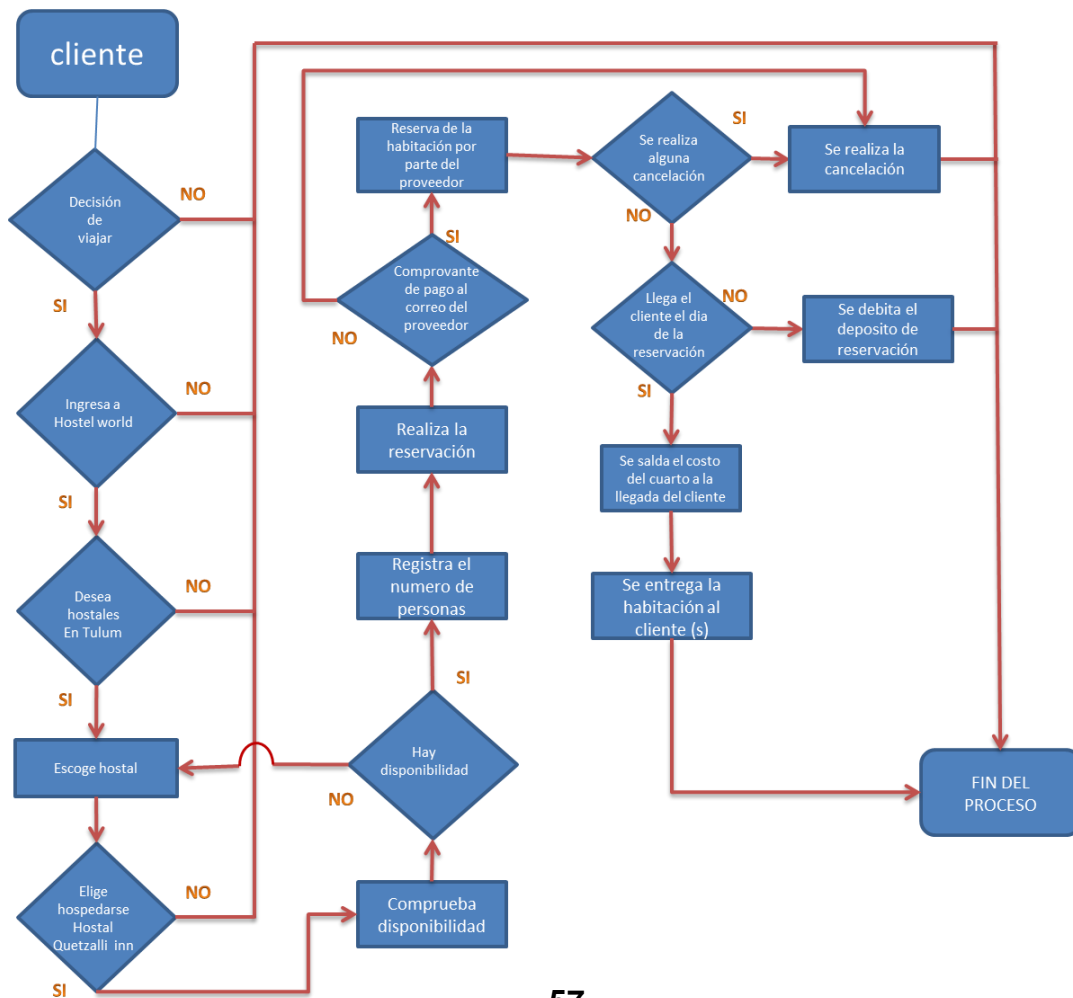
Imagen 4 Imagen de la empresa

CAPITULO III

PLAN DE OPERACIONES

El proceso de operaciones da inicio desde que el cliente toma la decisión de viajar e ingresa a la página web del hostelworld para decidir cuáles son las mejores opciones en hospedaje de acuerdo a sus necesidades, para el caso del hostel Quetzalli Inn en particular los clientes meta son los mochileros ya que entran dentro del segmento de mercado que deseamos captar, a continuación se presenta diagrama de flujo que explica detalladamente los pasos que sigue el cliente desde que decide viajar hasta que se hospeda en el hostel.

Diagrama de flujo

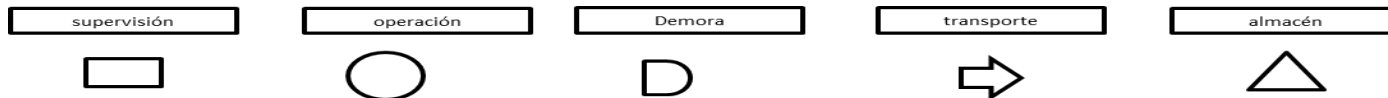


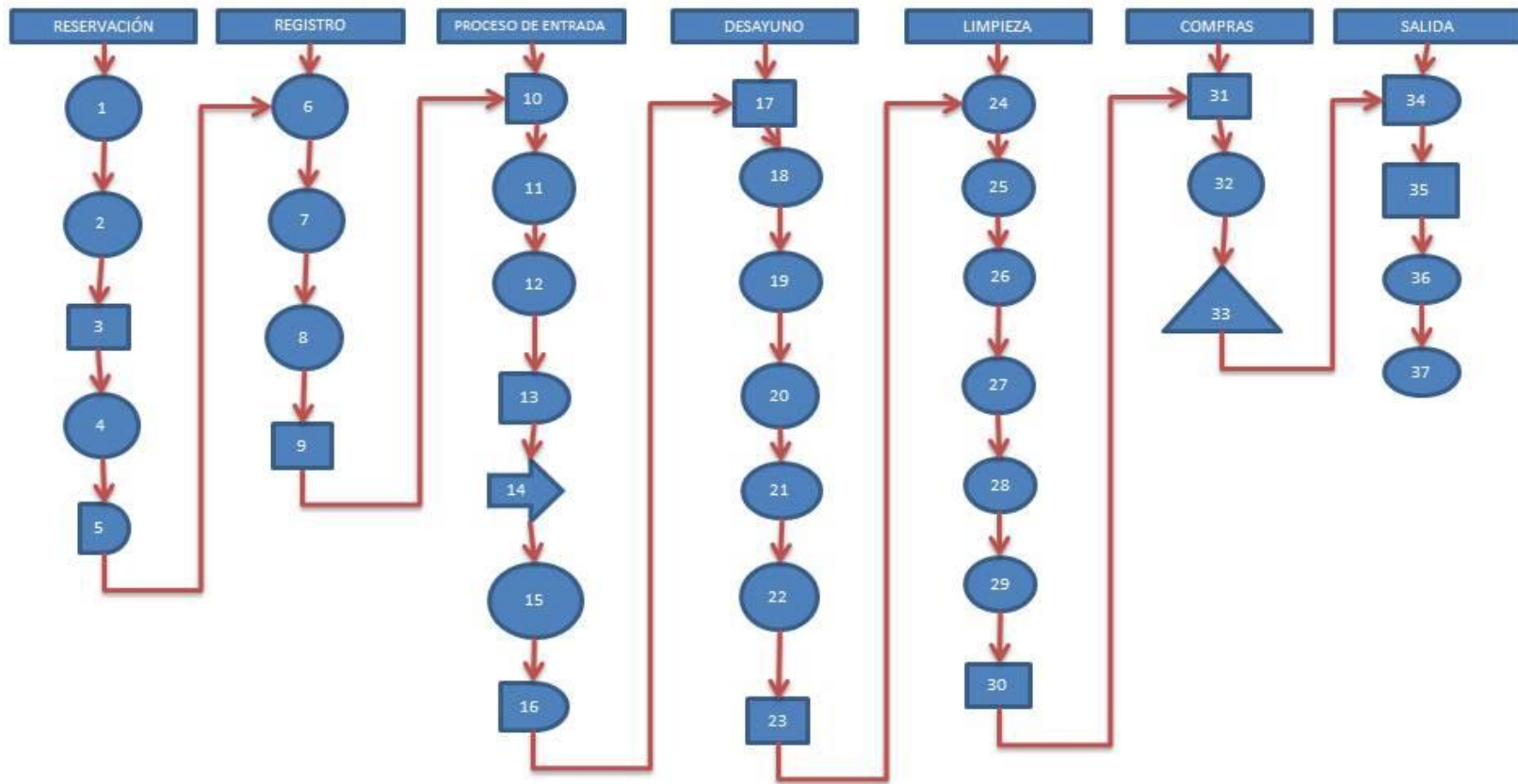
3.2 Diagrama de proceso

Una vez que el cliente llegue al hostel para hospedarse será necesario realizar las siguientes operaciones de acuerdo a los lineamientos y políticas del hostel para poder brindarle la mejor atención a nuestros huéspedes, es muy importante que se lleven a cabo dichas operaciones con la mejor actitud de servicio tanto del recepcionista como de todos los trabajadores del hostel Quetzalli Inn mencionado lo anterior se presenta a continuación el diagrama de proceso del hostel.

RESERVACIÓN	REGISTRO	PROCESO DE ENTRADA	DESAYUNO	LIMPIEZA	COMPRAS	SALIDA
1 acceso a la pag. Web del hostel o a las suscritas	6 se le da preferencia al cliente con reservación	10 Se le da la bienvenida al cliente	17 Preparación de alimentos en base a la ocupación del hostel (7:30 - 8:30 am)	24 Limpieza de la recepción (7:00 - 8:00) am	31 estimación de viveres en base a la ocupación del hostel 1 vez a la semana	34 cumplir con la formalidad del retiro
2 solicitud de reservación	7 se llena formato de registro	11 se entrega kit personal (jabon, toalla shampoo)	18 preparación de la mesa de la cocina	25 limpieza de baños PB (8:00 - 9:00am)	32 compra de articulos varios 2 veces al mes	35 sugerencia al huesped para evaluar el servicio
3 disponibilidad por parte del hostel	8 se salda o se paga la estadia del cliente	12 se entega mapa turistico de la zona	19 servir desayuno	26 limpieza de baños PA (9:00 - 10:00am)	33 almacen de las mercancías	36 entregar suvenir
4 se realiza la reservación	9 se guarda dinero en caja	13 se dan a conocer las políticas y reglamentos del hostel	20 limpiar meza	27 cambio ropa de cama literas y aseo PB (10:00am -11:00pm)		37 desearles buen viaje y que regresen pronto
5 se actualiza la disponibilidad del hostel en la pagina		14 recorrido por las instalaciones	21 lavar trastes	28 cambio ropa de cama literas y aseo PA (11:00am -12:00pm)		
		15 asignación de habitación o litera	22 limpiar cocina	29 cambio de ropa de cama y aseo de habitaciones privadas		
		16 desearles que disfruten su estadia y ponerse a su disposición	23 verificar viveres para el dia siguiente de acuerdo al menu de la semana	30 inspeccion de limpieza		

Tabla 15 Diagrama de Proceso





3.3 Ficha técnica

Nombre: Hostal Quetzalli Inn
Localización
Operación: Ofrecer servicio de hospedaje: Habitación compartida con baño privado y habitación privada con baño privado. Contando con personal Bilingüe generando una comunicación eficaz entre el personal del hotel y los turistas.
Moneda: Se acepta cualquier tipo de moneda, teniendo en cuenta el tipo de tasa de cambio actual, (día en el se efectuó el pago) y también se aceptara el pago con tarjeta débito o crédito
Distribución El hotel cuenta con dos (2) galerones compartidos con baño propio para hombre y para mujer y 6 (6) habitaciones privadas con baño propio, zona de labores, cocina, recepción y lobby
Alojamiento 2 Galerones compartidos con: Dos (2) Baños privado doce (12) literas, seis (6) ventiladores, aire acondicionado. 6 Habitaciones privadas: Baño privado, una (1) cama matrimonial, un (1) ventilador, aire acondicionado
Actividades: Sala de televisión: plan Sky. Horario: en todo momento Cocina: uso libre. Horario: de 10:00 am a 10:00 pm Café internet: uso de las pc's con internet y cafetera a disposición de los turistas Horario: de 9:00 am a 9:00pm

Tabla 16 Ficha técnica

3.4 Característica de tecnología

El Hostal tendrá un ciber café que contara con 6 máquinas cada una con conexión internet 100 Mbps, al igual contara con internet wi-fi inalámbrico que conecta todos los equipos, PC's, laptops y dispositivos móviles que se requiera y navegar al mismo tiempo con alta velocidad.

El internet estará disponible para todos los clientes, con el cual podrán tener acceso a diferentes páginas sobre todo a las páginas que les permitirá a los mochileros informarse de lugares que podrán visitar en Tulum, así como explorar las paginas a las que estamos suscritos y son de interés.

De igual manera la conexión de internet sirve para que el gerente administre las páginas a las que estará suscrito el hostel, de tal manera que controle las reservaciones de habitaciones, cancelaciones entre otros aspectos necesarios para el funcionamiento del negocio y por otra parte estar en contacto con los clientes de los diferentes países mediante la página oficial del hostel.



Imagen 5 Ciber café

3.5 Localización

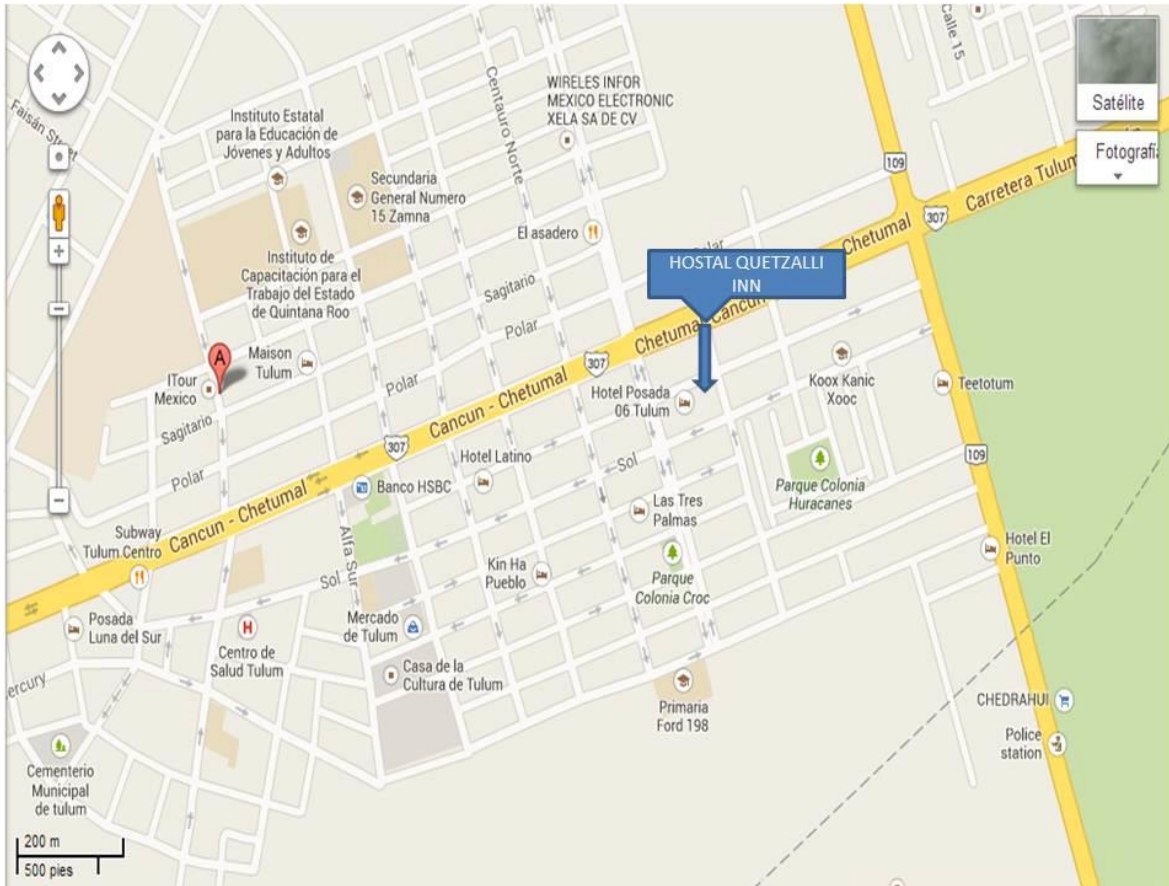








Imagen 6 Localización

3.6 Control de inventarios

Para el funcionamiento de Quetzalli inn, se requiera a diario insumos de aseo personal y doméstico, dado a que a los huéspedes se les dará productos de aseo biodegradables, Champo para cabello y cuerpo y champo para manos, al momento de realizar el pago de la habitación, y se asearan las habitaciones cada vez que el huésped haga su checking, teniendo en cuenta que esto se asumirá

como costos operacionales variables, que dependen del flujo de huéspedes, requiriendo pedir los siguientes insumos.

Producto	Suministro
<p>Champo de manos "Jabón líquido para el tocador que protege y suaviza las manos"</p> 	Cada mes meses
<p>Champo de cabello " Champú neutro para cualquier tipo de cabello"</p> 	Cada mes meses
<p>Jabón de tocador</p> 	Cada mes
<p>Papel higiénico</p> 	Cada mes
<p>Escobas</p> 	Cada 6 meses
<p>Trapeador</p> 	Cada 6 meses
<p>Pasta</p>	Cada mes

	
<p>Detergente en polvo</p> 	<p>cada mes</p>
<p>Detergente liquido</p> 	<p>Cada mes</p>
<p>limpiador de madera y multiusos</p> 	<p>Cada mes</p>
<p>Aromatizantes líquido</p> 	<p>Cada mes</p>
<p>Aromatizante aerosol</p> 	<p>Cada mes</p>
<p>Cloro</p> 	<p>Cada mes</p>

Tabla 17 Control de inventario

3.7 Infraestructura

El Hostal cuenta con dos edificios de dos plantas:

El edificio A, se compone de un área de recepción, sala de estar y equipo de cómputo, enseguida un área con capacidad para 12 literas y al final los baños separados para hombres y mujeres, la planta alta mantiene las mismas dimensiones, solo que en la parte superior de la recepción se destinará para un consultorio dental.



Imagen 7 Edificio A

El edificio B, cuenta con un área de cocina al frente, baño común, cubo de escaleras y al fondo tres habitaciones privadas, la parte superior, mantiene las tres habitaciones privadas y al frente un departamento con sala de estar, baño y recamara privada.

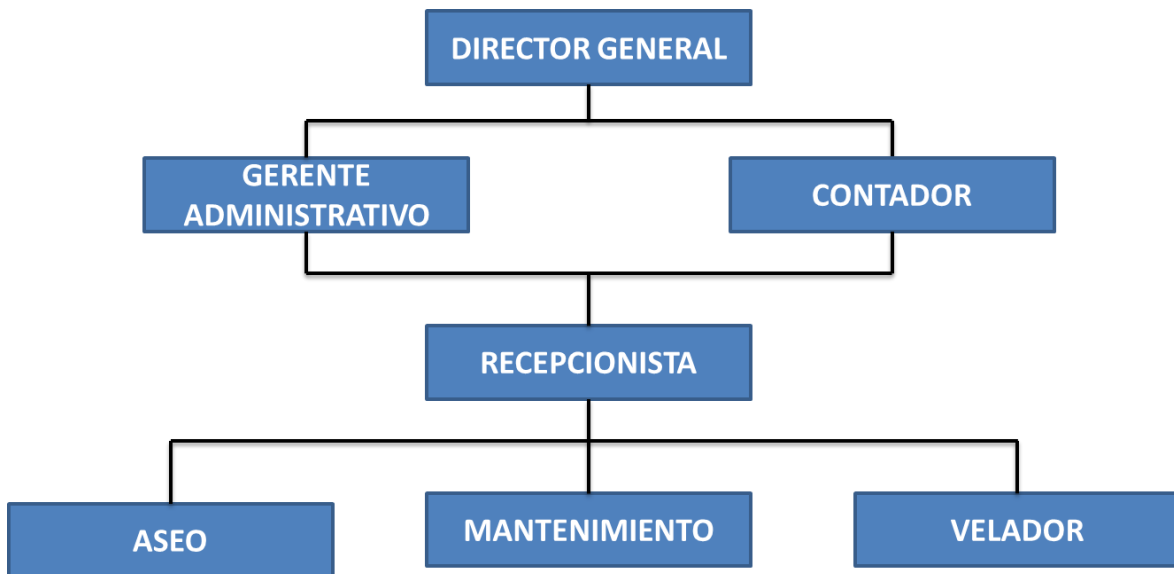


Imagen 8 Edificio B

CAPITULO IV
PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Organigrama

El hostel entrara en funcionamiento con 9 empleados los cuales formaran la plantilla laboral de Quetzalli Inn y están distribuidos de la siguiente manera: un director general, un gerente administrativo, un contador, dos recepcionistas, dos personas de limpieza una persona de mantenimiento y un velador como se puede observar en el siguiente organigrama.



Organigrama

4.2 Perfiles y funciones

Cargo	Responsabilidades y funciones	Perfil del cargo
Director General	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dirigir, Administrar y evaluar el Hostal. 2. Aprobar el Presupuesto del Hostal. 3. Evaluar Nuevos proyectos de Mejora y de Crecimiento. 4. Evaluar el Clima Organizacional, Capacitación del personal y Seguridad y Protección Civil 5. Coordinación con la secretaria de turismo 6.- Celebrar con las autoridades federales, estatales, municipales y con los particulares, los contratos y convenios necesarios para el cumplimiento de los objetivos del Hostal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Licenciatura, titulado. Maestría o Posgrado (deseable). 2. inglés, 100 % Hablado, leído, escrito y traducido. 3.- Experiencia Cinco años desempeñándose como alto directivo en una organización pública o privada que haya trabajado como administrador o directivo y haya realizado labores como: Supervisión, manejo y evaluación de personal. Conducción de procesos de planeación. Elaboración de proyectos y solicitudes de financiamiento. Elaboración y análisis de presupuestos. Visitas o inspecciones de instituciones gubernamentales. Presentación de programas, presupuestos y estados financieros 4. Sueldo de \$12,000.00 mensuales
Gerente Administrativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar personal 2. Manejo de inventarios 3. Manejo de la contabilidad y finanzas 4. Manejo de trámites jurídicos y legales 5. Relación con proveedores 6. Manejo de páginas web 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesional en administración de empresas. 2. Experiencia mínima de 3 años 3. Manejo del segundo idioma 4. Contrato a término indefinido 5. Disponibilidad total 6. Facilidad de palabra 7. Salario: \$8,000.00 mensual
Contador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar los libros o registros de contabilidad del hostal 2. Registrar los movimientos monetarios de bienes y derechos. 3. Elaboración de estados contables o estados financieros, los presupuestos y las rendiciones de cuentas o balances de ejecuciones presupuestales. 4. Liquidación de impuestos y revisión de informes financieros elaborados 5. Auditorias 6. Pago de nomina 	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Profesional en Contaduría pública 2. Experiencia mínima de 3 años 3.- contrato a término indefinido 4.- Tiempo completo 5.- Disponibilidad total 6.- Salario de \$1500 mensual

Cargo	Responsabilidades y funciones	Perfil del cargo
Recepcionista	1. Recepción y atención a clientes 2. Registro en la base de datos de actualización y/o creación de clientes 3. Asignación de habitaciones 4. Entrega folletos y mapas de la ciudad 5. Manejo de caja 6. Delegación de funciones al personal para aseo domestico	1. Experiencia mínima de un año en el sector hotelero, turístico o manejo de clientes 3. Manejo básico de ingles 4. Contrato a término indefinido 5. Tiempo completo 6. Salario: depende de la jornada laboral
Aseadora	1. Aseo de las instalaciones del hostal 2. Suministrar los productos de aseo personal y domestico 3. Encargado (a) de la cocina cuando se requiere	1. Experiencia mínima de un año en el sector hotelero o turístico 2. Contrato a término indefinido 3. Tiempo completo 4. Salario Mínimo Legal vigente
Mantenimiento	1.- Mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones del hostal 2.- atención a la solicitudes o reportes de imperfectos que tengan los clientes respecto a las instalaciones 3.- Diligenciero	1. Experiencia mínima de 2 años como encargado de mantenimiento o puestos similares 2.- conocimiento básicos intermedios en electricidad, plomería, albañilería, aires acondicionados. 3.- contrato término indefinido 4.- salario mínimo legal vigente

Tabla 18 Perfiles y funciones

4.3 Esquema de contratación y remuneración

- Quetzalli inn, operara bajo la normatividad vigente del código jurídico de la ley federal de trabajo, donde se expone los términos de contratación y remuneración para un salario base:
- Semana laboral 48 horas
- Un (1) día de descanso
- El recargo dominical (entre las 10:00 pm y 6:00 am) debe ser remunerada con un incremento del 75% sobre la hora laboral normal
- El recargo nocturno de semana (lunes a sábado) equivale a 35% sobre la hora laboral normal, este se paga después de las diez (10:00 pm) de la noche hasta las seis (6:00 am) de la mañana.

- Paga de prima legal en junio y diciembre (15 días de sueldo)
- Los empleados que ganan hasta dos (2) salarios mínimos mensuales, deben recibir un subsidio de transporte equivalente a \$67.800 al mes
- A la terminación del contrato laboral, cada empleado tiene derecho a recibir un pago equivalente a un (1) mes de salario por cada año de servicio, para el caso de Quetzalli inn, el contrato se vence cada año.
- El aporte a la seguridad social es equivalente a 12.5% del salario base, 8.5 de esta suma, tiene que ser pagada por los empleadores y 4% por el empleado
- El aporte a pensiones es equivalente al 16% del salario base, Los empleadores pagarán el 12% de la cotización total y los trabajadores el 4% restante,
Contrato a término fijo
- El salario base es el elemento más importante dentro del paquete de compensación. Se recibe mensualmente y en este elemento se incluyen los pagos de horas extras, y vacaciones. La política de manejo de salarios ha sido diseñada para:
 - Atraer, motivar y retener a los empleados de más alta calidad que necesitamos para que nuestro negocio sea exitoso.
 - Animar a los empleados a desempeñarse tanto individualmente como en equipo y a desarrollar las habilidades que les permitan maximizar su contribución al negocio.

CAPITULO V.

FINANZAS

5.1.- Activos

ACTIVOS	
EDIFICIO	\$ 2,737,766.39
TERRENO	\$ 2,000,000.00
MUEBLES	\$ 175,200.00
TOTAL	\$ 4,912,966.39

Tabla 19 Activos

En la actualidad el hostel Quetzalli Inn cuenta con terreno y edificio en obra negra Propiedad del Ing. Ruben Ortiz sin presentar adeudo alguno lo que representa no solo la aportación del empresario si no también una gran ventaja para el negocio dado que no existen pagos pendientes por este concepto.

El terreno se encuentra ubicado en el municipio de Tulum y tiene medidas de 20 por 20 en la calle Andromeda Oriente # 106 como se puede apreciar en imagen #8 sellada por catastro.

El terreno tiene una construcción en obra negra valuada en \$ 2,000,000.00 de pesos.

Se cuenta de igual forma con las literas y bases de cama, mismas que se utilizaran en el equipamiento del hostel terminado el proyecto el monto por este rubro es de \$175,200.00.

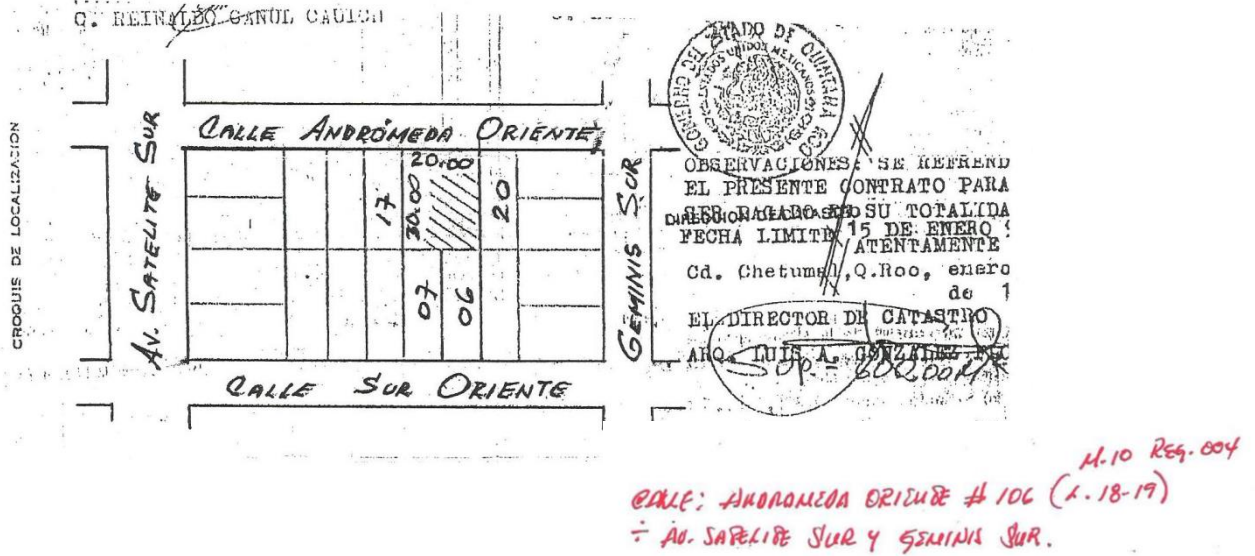


Imagen 9 Ubicación del terreno y sello catastral

5.2 Requerimientos

ARTICULO	PROVEEDOR	MARCA	CARACTERISTICAS	NUMERO	COSTO UNITARIO	ENVIO	COSTO TOTAL
1 SOFA CAMA	coppel	sofia	sofa cama	1	\$ 3,500.00		\$ 3,500.00
MUEBLES PARA COMPUTADORA	mercado libre	Comodidades TV	Centro de Cómputo con 4 puertos USB Color arena, ideal para que ahorres espacio y además mantengas todo lo referente a tu computadora en orden Características Con 4 puertos USB para tus dispositivos. -Ideal para computadora de escritorio o portatil - Estructura de acero. - Mesa con dos posiciones. - Cubierta de PVC termoformada. - Base para impresora y CPU. Incluye: 1 Centro de cómputo color arena 1 Silla secretarial color negro	6	\$ 1,000.00	\$ 300.00	\$ 7,800.00
2 LOCKERS METALICOS	mercado libre		lockers metalicos de 40 x 40 x 180 con cuatro puertas, porta etiqueta, porta candado reforzado y jaladera.	5	\$ 1,420.00	\$ 130.00	\$ 7,750.00
3 JUEGO DE SALA	coppel	sala gn contempo	sofá, loveaseat y sillón, cada pieza fabricada en madera de pino. Como complemento incluye cinco cojines que le dan un toque de color	1	\$ 6,999.00	\$ -	\$ 6,999.00
4 COMPUTADORAS	Compuplanet	ensamblada	Pentium dual core 3.0 gh 1155. ddr3 1333 4gb kingston. d.d.1000gb sata seagate. dvdwriter lg sata.gabinete stein 500w acteck. lector tarj.interno acteck. kit.tec/rat.usb mk120 logi. audi.díadema vorago 201. cam.web acteck atw-800. regul.sola basic 700wts. t.m.asus p8h61-m2 1155 oem. moni.19" led lg 19en33 licen.windows8 oem 64bit.	6	\$ 7,800.00	\$ -	\$ 46,800.00
5 Ventilador de Techo	Grupo Ferretero Continental. Av. Carranza #242 Chetumal, Q. Roo	MOD C-5601 BLANCO LINKE		10	\$ 985.50	\$ -	\$ 9,855.00
6 AIRE ACONDICIONADO MINI SPLIT 18000 BTU O 1.5 TONELADAS DE REFRIGERACION WILPOOR	coppel	Minisplit WHIRLPOOL	Capacidad: 2 Toneladas característica producto Capacidad en BTU: 24000 característica producto Cuenta con: Enfriamiento Jet Cool (Función que permite un enfriamiento más rápido) Función timer On/Off Modo sleep característica producto Enfriamiento: Hasta 24 m2 característica producto Filtro: De carbón activado Lavable Polipropileno (Permanente y lavable que remueve el 95% de partículas del aire) característica producto Funciones: Deshumidificador Frio característica producto Incluye: Control remoto Kit de instalación característica producto Medidas (Largo x Alto x Ancho): 103 x 31 x 22 Cm característica producto Otras características: Eficiencia Normal característica producto Tipo: Mini Split característica producto Ventilación: Alta Baja Mediana característica producto Ventilador interno de: 3 Velocidades característica producto Voltaje de operación: 220 Voltios	2	\$ 13,999.00	\$ -	\$ 27,998.00
7 AIRE ACONDICIONADO (HABITACIONES)	coppel	LG	capacidad: 3/4 Tonelada característica producto Capacidad en BTU: 8000 característica producto Chasis: Desmontable característica producto Filtro: Antibacterial Lavable característica producto Funciones: Frio característica producto Incluye: Control remoto característica producto Otras características: Eficiencia Normal Fácil de instalar Operación silenciosa característica producto Panel de control: Digital característica producto Tipo: De ventana característica producto Ventilación: Sí característica producto Voltaje de operación: 110 Voltios	6	\$ 3,999.00	\$ -	\$ 23,994.00
8							

ARTICULO	PROVEEDOR	MARCA	CARACTERISTICAS	NUMERO	COSTO UNITARIO	ENVIO	COSTO TOTAL
9	Televisión	Teléfonos de México Chetumal, Q. Roo	L.G. 32 LN536B	Tipo DIRECT LED HD 32"	4	\$ 4,784.00	\$ - \$ 19,136.00
10	Colchón Individual	COPPEL	WENDY 100-312 MONTECARLO	Acojinamiento: de espuma natural flex de soya; Capitonado: Continuo; Cuenta con base antiderrapante. Tecnología cero vuelta; Hipoalérgenico. Ortopédico. Tecnología infniflex con 312 resortes de acero calibre 13 doble etmplado. Tapizado Jacquar	48	\$ 1,799.00	\$ - \$ 86,352.00
11	Juego de Sábanas Individual	COMERCIAL DE BLANCOS	Universal	En tela Percal de 186 hilos, color blanco	90	\$ 231.00	\$ - \$ 20,790.00
12	Juego de Sábanas Matrimonial	COMERCIAL DE BLANCOS	Universal	En tela Percal de 186 hilos, color blanco	12	\$ 302.00	\$ - \$ 3,624.00
13	Protector para colchón individual	COMERCIAL DE BLANCOS	Universal	De tela en ambos lados, reforzado, color blanco	48	\$ 197.20	\$ - \$ 9,465.60
14	Protector para colchón matrimonial	COMERCIAL DE BLANCOS	Universal	De tela en ambos lados, reforzado, color blanco	6	\$ 226.20	\$ - \$ 1,357.20
15	Almohadas	COMERCIAL DE BLANCOS	Universal	Rellena de delcron, medidas 70 x 50, color blanco, con forro en tela bramante	70	\$ 61.50	\$ - \$ 4,305.00
16	Colchón Matrimonial	COLCHONES CANADA SA DE CV	HOTEL COMFORT	Acojinamiento: Canaflex formada de fibras textiles entrelazadas entre si de cada lado; Tecnología y acabado: Hotel colelection, ortopédico, tight top (anti ácaros). 21 cm., Tela: polipropileno-poliéster importado, especial para hotelería. Resorte: Tipo Bonelli, Biconico de 5 vueltas, calibre 13 doblemente templado.	6	\$ 1,809.60	\$ - \$ 10,857.60
17	Colchón Individual	COPPEL	WENDY 100-312 MONTECARLO	Acojinamiento: de espuma natural flex de soya; Capitonado: Continuo; Cuenta con base antiderrapante. Tecnología cero vuelta; Hipoalérgenico. Ortopédico. Tecnología infniflex con 312 resortes de acero calibre 13 doble etmplado. Tapizado Jacquar	48	\$ 1,799.00	\$ - \$ 86,352.00
18	Toalla de medio baño	COMERCIAL DE BLANCOS	Universal	Modelo trenza Medida: 1.40 x .70 cm color blanco, 100 % algodón	60	\$ 61.00	\$ - \$ 3,660.00
19	Fregadero cocina	Corp. De Mat. SA DE CV BOXITO Av Erick Paolo esq. 4 de Marzo	TEKA	Con 2 canastas, 1 escurridor derecho, Medidas: 1.40 x .51	1	\$ 2,145.55	\$ - \$ 2,145.55
20	Fregadero	Corp. De Mat. SA DE CV BOXITO Av Erick Paolo esq. 4 de Marzo	TEKA	Con 1 canasta, 2 escurrideros, Medidas: 1.40 x .51	4	\$ 1,845.21	\$ - \$ 7,380.84
21	Estufa Industrial	Casa Ortiz. Estufas Industriales sobre medida. Calzada Veracruz #455, Chetumal, Q. Roo		Trabaja con alta presión que requiere regulador y manguera metálica	1	\$ 1,665.00	\$ - \$ 1,665.00
22	VENTANA CORREDIZA ANTICICLONICA	Herreria y aluminio los tres hermanos	NA	Suministro y colocación de cortina anticiclónica en color blanco. Medidas de 4.28x1.49 mts	6.38	\$ 1,350.00	\$ - \$ 8,613.00
23	VENTANA DE ALUMINIO COCINA	Herreria y aluminio los tres hermanos	NA	ventana de aluminio vertical tipo guillotina de 3 divisiones en color blanco con mosquitero desmontable. medidas de :0.575 x 2.35 mts	1.35	\$ 1,600.00	\$ - \$ 2,160.00
24	MAMPARAS BAÑOS	Herreria y aluminio los tres hermanos	NA	Suministro y colocación de mamparas internas de aluminio y acrílico (3 x por baño). Medidas de: 1.25 x 2.00 mts.	12	\$ 1,800.00	\$ - \$ 21,600.00
25	VENTANA ALUMINIO GALERON SUPERIOR	Herreria y aluminio los tres hermanos	NA	Suministro y colocación de dos ventanas corredizas de tres con fijo al centro de aluminio en color blanco con mosquitero desmontable. Medidas de: 5.31 x 1.29 y 5.12 x 1.29 mts	13.45	\$ 1,600.00	\$ - \$ 21,520.00
26	PUERTA DE ALUMINIO GALERON SUPERIOR	Herreria y aluminio los tres hermanos	NA	Suministro y colocación de dos puertas de aluminio en color blanco. inc. material mano de obra y herramienta. Medidas de: 1.00 x 2.385 y otra de 1.01 x 2.38 mts.	4.79	\$ 1,500.00	\$ - \$ 7,185.00
27	VENTANAS CORREDIZAS GALERON SUPERIOR	Herreria y aluminio los tres hermanos	NA	Suministro y colocación de dos ventanas corredizas de tres con fijo al centro de aluminio en color blanco con mosquitero desmontable. Medidas de: 3.66 x 1.19 y otra de: 3.95 x 1.19 mts	9.06	\$ 1,600.00	\$ - \$ 14,496.00
28	VENTANA LOCAL COMERCIAL	Herreria y aluminio los tres hermanos	NA	Suministro y colocación de ventana horizontal de aluminio en color blanco con mosquitero desmontable, elevada vista al patio con medidas de: 2.28 x 0.57 mts.	1.3	\$ 1,600.00	\$ - \$ 2,080.00
29	Pintura	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex	Rendimiento: 130 m2	10	\$ 1,485.00	\$ - \$ 14,850.00
30	Sellador reforzado	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex	Combinar: 1 litro x 3 de agua	2	\$ 1,060.00	\$ - \$ 2,120.00
31	Extensión 2 Mts	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex	2 mts	4	\$ 88.00	\$ - \$ 352.00
32	Extensión 3 Mts	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex	3 mts	2	\$ 131.00	\$ - \$ 262.00
33	Brocha	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex	Nor 6 Pul.	6	\$ 81.00	\$ - \$ 486.00

ARTICULO	PROVEEDOR	MARCA	CARACTERISTICAS	NUMERO	COSTO UNITARIO	ENVIO	COSTO TOTAL
34	Brocha	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex	Nor 5 Pul.	3	\$ 69.00	\$ - \$ 207.00
35	Brocha	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex	Nor 3 Pul.	3	\$ 38.00	\$ - \$ 114.00
36	Rodillo Rugoso	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex		4	\$ 48.00	\$ - \$ 192.00
37	Plastiprotector	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex		3	\$ 18.00	\$ - \$ 54.00
38	Cinta Comex 2P	Pinturas y Accesorios de Quintana Roo COMEX	Real Flex		3	\$ 67.00	\$ - \$ 201.00
39	SUMINISTRO Y PUERTA DE MADERA COCINA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de puerta principal de tableros (horizontal) de madera de cedro caoba de primera incl. marco perimetral, puerta de tabletas fijas con acabado cepillado y lijado. Aplicación de sellador y barniz kidalico y sello con silicon en juntas. medidas de 1.235 x 2.36 mts.	1	\$ 9,000.00	\$ - \$ 9,000.00
40	SUMINISTRO Y PUERTA DE MADERA COCINA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de puerta tipo tambor con triplay de caobilla okume de 6 mm con marco encajonado con bastidor en madera de pino. incluye chambranas, topes acabado en barniz (madera). incluye: cerradura, bisagras, tornillos y todo para su instalación y sili con o sellador acrilico en juntas de muro. medidas de: 0.875 x 2.355 mts	1	\$ 3,300.00	\$ - \$ 3,300.00
41	PUERTA BAÑO GALERON	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de puerta tipo tambor con triplay de caobilla okume de 6 mm con marco encajonado con bastidor en madera de pino. incluye chambranas, topes acabado en barniz (madera). incluye: cerradura, bisagras, tornillos y todo para su instalacion y silicon o sellador acrilico en juntas de muro. medidas de 1.03 x 2.68 mtrs	1	\$ 3,500.00	\$ - \$ 3,500.00
42	PUERTA DEPARTAMENTO PLANTA ALTA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de puerta tipo tambor con triplay de caobilla okume de 6 mm con marco encajonado con bastidor en madera de pino. incluye chambranas, topes acabado en barniz (madera). incluye: cerradura, bisagras, tornillos y todo para su instalacion y silicon o sellador acrilico en juntas de muro. medidas de 1.03 x 2.68 mtrs	1	\$ 4,800.00	\$ - \$ 4,800.00
43	VENTANA MADERA DEPARTAMENTO PLANTA ALTA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de ventana tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medidas de ventana de: 1.35 ancho x 1.20 alto	1	\$ 1,380.00	\$ - \$ 1,380.00
44	VENTANA ALTA MADERA DEPARTAMENTO PLANTA ALTA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de ventana tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medidas de ventana de: 1.35 ancho x 1.20 alto	1.62	\$ 1,380.00	\$ - \$ 2,235.60
45	VENTANA ALTA MADERA DEPARTAMENTO PLANTA ALTA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de ventana alta (larga) tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medidas de ventana de: 4.30 ancho x 0.805 alto	3.46	\$ 1,380.00	\$ - \$ 4,774.80
46	VENTANA DEPARTAMENTO PLANTA ALTA FRENTE A LA CALLE	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de ventana (frente a la calle) tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medidas de ventana de: 2.20 ancho x 1.35 alto	2.97	\$ 1,380.00	\$ - \$ 4,098.60
47	PUERTA DE BAÑO DEPARTAMENTO PLANTA ALTA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de puerta tipo tambor (baño) con triplay de caobilla okume de 6 mm con marco encajonado con bastidor en madera de pino. incluye chambranas, topes acabado en barniz (madera). incluye : cerradura, bisagras, tornillos y todo para su instalacion y silicon o sellador acrilico en juntas de muro. medidas de 0.86 x 2.48 mtrs	1	\$ 3,300.00	\$ - \$ 3,300.00
48	VENTANA HABITACION PLANTA ALTA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de ventana tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. 3 pzas con medidas de: 1.00 x 2.36 mts	7.08	\$ 1,380.00	\$ - \$ 9,770.40
49	PUERTA HABITACION PLANTA ALTA	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocación de puerta de tableros (horizontal) de madera de cedro o caoba de primera incl. marco perimetral, puerta de tabletas fijas y con acabado cepillado y lijado aplicación de sellador y barniz kidalico y sello con silicon en juntas. 1 pza con medidas de 1.00 x 2.365 mts y 2 pzas con medidas de 1.00 x 2.36 mts	3	\$ 4,800.00	\$ - \$ 14,400.00
50	PUERTA BAÑO GALERON SEGUNDO PISO HOMBRES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de puerta de tambor tipo cantina abatible a una hoja con triplay de caobilla okume de 6mm y bastidor en madera de pino. medidas de 1.00 x 2.23 mts.	1	\$ 3,300.00	\$ - \$ 3,300.00

ARTICULO	PROVEEDOR	MARCA	CARACTERISTICAS	NUMERO	COSTO UNITARIO	ENVIO	COSTO TOTAL	
51	VENTANA BAÑO GALERON SEGUNDO PISO HOMBRES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de ventana tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medida de: 0.90 x 0.76 mts	1	\$ 1,380.00	\$ -	\$ 1,380.00
52	PUERTA BAÑO GALERON SEGUNDO PISO MUJERES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de puerta de tambor tipo cantina abatible a una hoja con triplay de caobilla okume de 6mm y bastidor en madera de pino. medidas de 1.00 x 2.225 mts	1	\$ 3,300.00	\$ -	\$ 3,300.00
53	VENTANA BAÑO GALERON SEGUNDO PISO MUJERES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de ventana tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medidas de: 0.90 x 0.75 mts	1	\$ 1,380.00	\$ -	\$ 1,380.00
54	BAÑOS HOMBRES Y MUJERES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de mamparas internas de marco de angular de fierro forradas de madera . medidas de: 1.25 x 2.00 mts	20	\$ 1,380.00	\$ -	\$ 27,600.00
55	PUERTA ACCESO AL GALERON	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de puerta (acceso al galeron) de tableros (horizontal) de madera de cedro o caoba de primera incl. arco perimetral, puerta de tabletas fijas y con acabado cepillado y lijado aplicación de sellador y barniz alquidico y sello con silicon en juntas. medidas de 1.03 x 2.29 mts	1	\$ 4,800.00	\$ -	\$ 4,800.00
56	VENTANA GALERON FRENTE A CALLE	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de ventana (frente a la calle) tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medidas de: 1.99 x 1.39mts	2.77	\$ 1,380.00	\$ -	\$ 3,822.60
57	VENTANA LOCAL COMERCIAL CALLE	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocacion de ventana (frente a la calle) tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medidas de 0.63 x 1.39 mts	1	\$ 1,380.00	\$ -	\$ 1,380.00
58	PUERTA BAÑO LOCAL COMERCIAL	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de puerta tipo tambor (baño) con triplay de caobilla okume de 6mm con marco encajonado con bastidor en madera de pino. Incluye chambranas, topes acabado en barniz (madera). incluye: cerradura, bisagras, tornillos y todo para su instalacion y silicon o sellador acrilico en juntas de muro. medidas de 0.80 x 2.285 mts	1	\$ 3,300.00	\$ -	\$ 3,300.00
59	VENTANA MADERA PERSIANA LOCAL COMERCIAL	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de ventana (lado pasillo) tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. 2 pzas. medidas de: 0.805 x 2.21 mts y 1.35 x 2.20 mts	4.75	\$ 1,380.00	\$ -	\$ 6,555.00
60	PUERTA ACCESO PASILLO LOCAL COMERCIAL	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de puerta (acceso pasillo) de tableros (horizontal) de madera de cedro o caoba de primera incl. marco perimetral, puerta de tabletas fijas y con acabado cepillado y lijado aplicación de sellador y barniz alquidico y sello con silicon en juntas. medidas de 0.99 x 2.38	1	\$ 4,800.00	\$ -	\$ 4,800.00
61	PUERTA BAÑOS GALERON PLANTA BAJA MUJERES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de puerta de tambor tipo cantina abatible a una hoja con triplay de caobilla okume de 6mm y bastidor en madera de pino. medidas de 1.00 x 2.34 mts	1	\$ 3,300.00	\$ -	\$ 3,300.00
62	VENTANA BAÑO GALERON PLANTA BAJA MUJERES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocacion de ventana tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medida de: 0.90 x 0.805 mts	1	\$ 1,380.00	\$ -	\$ 1,380.00
63	PUERTA BAÑOS GALERON PLANTA BAJA HOMBRES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de puerta de tambor tipo cantina abatible a una hoja con triplay de caobilla okume de 6mm y bastidor en madera de pino. medidas de 1.00 x 2.35 mts	1	\$ 3,300.00	\$ -	\$ 3,300.00
64	VENTANA BAÑO GALERON PLANTA BAJA HOMBRES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de ventana tipo persiana de madera de cedro o caoba de primera. medida de: 0.90 x 0.80 mts	1	\$ 1,380.00	\$ -	\$ 1,380.00
65	PUERTA MADERA ACCESO A PASILLO	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de puerta de madera de duelas verticales a una hoja con bastidor en madera de pino. medidas de 1.91 x 2.45 mts	1	\$ 4,500.00	\$ -	\$ 4,500.00
66	PORTON	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	suministro y colocación de porton de estructura metalica forrado de duelas de madera verticales, de dos hojas corredizas, con rodapie y postes de madera de soporte 2 piezas con medidas de : 2.50 x 2.45 x .10	1	\$ 30,000.00	\$ -	\$ 30,000.00
67	BARANDALES	CARPINTERIA EL BOSQUE	NA	Suministro y colocación de barandal de madera dura de la región anclados al piso con polines de la misma madera. medidas de 5.80+8.33+1.10+8.33+2.45+1.10 (34 polines de 4 mts de 0.10 x 0.10)	27.11	\$ 1,200.00	\$ -	\$ 32,532.00
TOTAL							\$ 686,847.79	

Tabla 20 Requerimientos

5.3.- Estados financieros

Estado de Perdidas y Ganancias				
concepto	2014	2015	2016	2017
Capacidad	60	60	60	60
Ocupacion	36	36	42	42
Porcentaje de ocupacion	60%	60%	70%	70%
Ingresos totales	\$ 1,760,760.00	\$ 1,760,760.00	\$ 2,054,220.00	\$ 2,054,220.00
Costos y gastos totales	\$ 439,200.00	\$ 439,200.00	\$ 658,800.00	\$ 658,800.00
Utilidad Bruta	\$ 1,321,560.00	\$ 1,321,560.00	\$ 1,395,420.00	\$ 1,395,420.00
Gastos de administración	\$ 371,000.00	\$ 371,000.00	\$ 371,000.00	\$ 371,000.00
Utilidad de operación	\$ 950,560.00	\$ 950,560.00	\$ 1,024,420.00	\$ 1,024,420.00
Gastos financieros	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 87,745.54	\$ 87,745.54	\$ 87,745.54	\$ 87,745.54
Utilidad antes de impuestos	\$ 844,814.46	\$ 844,814.46	\$ 918,674.46	\$ 918,674.46
Impuesto sobre la renta (28%) 1	\$ 236,548.05	\$ 236,548.05	\$ 257,228.85	\$ 257,228.85
P.T.U. (10%) 2	\$ 84,481.45	\$ 84,481.45	\$ 91,867.45	\$ 91,867.45
Utilidad Neta	\$ 523,784.97	\$ 523,784.97	\$ 569,578.17	\$ 569,578.17
PAGO 12 % intereses	\$ 50,827.94	\$ 30,830.06	\$ 10,832.18	\$ -
Pago a institución financiera (capital)	\$ 166,648.98	\$ 166,648.98	\$ 166,648.99	\$ 166,648.98
Pago Acumulado	\$ 217,476.92	\$ 414,955.97	\$ 592,437.14	\$ 1,092,384.10
Capital (deuda)	\$ 166,648.98	\$ 333,297.97	\$ 499,946.95	\$ 499,946.95
% de part. Financiamiento	33%	67%	100%	100%
saldo del capital	\$ 333,297.97	\$ 166,648.98	-\$ 0.00	\$ -
porcentaje de la deuda	67%	33%	25%	0%
Utilidad del ejercicio	\$ 306,308.04	\$ 326,305.92	\$ 392,096.99	\$ 402,929.18

Tabla 21 Estado de pérdidas y ganancias

5.3.1 Estado de resultados por ciclos (anual)

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS												
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2014												
concepto	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Capacidad	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Ocupacion	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Porcentaje de ocupacion	60%	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
Ingresos totales	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00
Costos y gastos totales	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00
Utilidad Bruta	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00
Gastos de administración	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67
Utilidad de operación	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33
Gastos financieros	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13
Utilidad antes de impuestos	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21
Impuesto sobre la renta (28%) 1	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34	\$ 19,712.34
P.T.U. (10%) 2	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12
Utilidad Neta	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75	\$ 43,648.75
PAGO 12 % intereses	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66
Pago a institución financiera (capital)	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42
Pago Acumulado	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08
Capital (deuda)	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42
% de part. Financiamiento	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
saldo del capital	\$ 27,774.83	27774.83055	27774.83055	27774.83055	27774.83055	27774.83055	27774.83055	27774.83055	27774.83055	27774.83055	27774.83055	27774.83055
porcentaje de la deuda	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Utilidad del ejercicio	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67	\$ 25,525.67

Tabla 22 Estado de pérdidas y ganancias 2014

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2015

concepto	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Capacidad	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Ocupacion	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00
Porcentaje de ocupacion	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
Ingresos totales	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00	\$ 146,730.00
Costos y gastos totales	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00	\$ 36,600.00
Utilidad Bruta	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00	\$ 110,130.00
Gastos de administración	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67	\$ 30,916.67
Utilidad de operación	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33	\$ 79,213.33
Gastos financieros	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13	\$ 7,312.13
Utilidad antes de impuestos	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21	\$ 70,401.21
Impuesto sobre la renta (30%)	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36	\$ 21,120.36
P.T.U. (10%)	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12	\$ 7,040.12
Utilidad Neta	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72	\$ 42,240.72
PAGO 12 % intereses	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66	\$ 4,235.66
Pago a institución financiera (capital)	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42
Pago Acumulado	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08	\$ 18,123.08
Capital (deuda)	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42	\$ 13,887.42
% de part. Financiamiento	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
saldo del capital	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83	\$ 27,774.83
porcentaje de la deuda	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Utilidad del ejercicio	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65	\$ 24,117.65

Tabla 23 Estado de pérdidas y ganancias 2015

5.4.- Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN						
MESES	SALDO INICIAL	INTERES	AMORTIZACIÓN	PAGO	SALDO FINAL	
Primer Año	1	\$ 499,946.95	\$4,999.47	10,415.56	\$18,886.88	\$486,059.53
	2	\$486,059.53	\$4,860.60	10,415.56	\$18,748.01	\$472,172.12
	3	\$472,172.12	\$4,721.72	10,415.56	\$18,609.14	\$458,284.70
	4	\$458,284.70	\$4,582.85	10,415.56	\$18,470.26	\$444,397.29
	5	\$444,397.29	\$4,443.97	10,415.56	\$18,331.39	\$430,509.87
	6	\$430,509.87	\$4,305.10	10,415.56	\$18,192.51	\$416,622.46
	7	\$416,622.46	\$4,166.22	10,415.56	\$18,053.64	\$402,735.04
	8	\$402,735.04	\$4,027.35	10,415.56	\$17,914.77	\$388,847.63
	9	\$388,847.63	\$3,888.48	10,415.56	\$17,775.89	\$374,960.21
	10	\$374,960.21	\$3,749.60	10,415.56	\$17,637.02	\$361,072.80
	11	\$361,072.80	\$3,610.73	10,415.56	\$17,498.14	\$347,185.38
	12	\$347,185.38	\$3,471.85	10,415.56	\$17,359.27	\$333,297.97
Segundo Año	13	\$333,297.97	\$3,332.98	10,415.56	\$17,220.39	\$319,410.55
	14	\$319,410.55	\$3,194.11	10,415.56	\$17,081.52	\$305,523.14
	15	\$305,523.14	\$3,055.23	10,415.56	\$16,942.65	\$291,635.72
	16	\$291,635.72	\$2,916.36	10,415.56	\$16,803.77	\$277,748.31
	17	\$277,748.31	\$2,777.48	10,415.56	\$16,664.90	\$263,860.89
	18	\$263,860.89	\$2,638.61	10,415.56	\$16,526.02	\$249,973.47
	19	\$249,973.47	\$2,499.73	10,415.56	\$16,387.15	\$236,086.06
	20	\$236,086.06	\$2,360.86	10,415.56	\$16,248.28	\$222,198.64
	21	\$222,198.64	\$2,221.99	10,415.56	\$16,109.40	\$208,311.23
	22	\$208,311.23	\$2,083.11	10,415.56	\$15,970.53	\$194,423.81
	23	\$194,423.81	\$1,944.24	10,415.56	\$15,831.65	\$180,536.40
	24	\$180,536.40	\$1,805.36	10,415.56	\$15,692.78	\$166,648.98
Tercer Año	25	\$166,648.98	\$1,666.49	10,415.56	\$15,553.91	\$152,761.57
	26	\$152,761.57	\$1,527.62	10,415.56	\$15,415.03	\$138,874.15
	27	\$138,874.15	\$1,388.74	10,415.56	\$15,276.16	\$124,986.74
	28	\$124,986.74	\$1,249.87	10,415.56	\$15,137.28	\$111,099.32
	29	\$111,099.32	\$1,110.99	10,415.56	\$14,998.41	\$97,211.91
	30	\$97,211.91	\$972.12	10,415.56	\$14,859.53	\$83,324.49
	31	\$83,324.49	\$833.24	10,415.56	\$14,720.66	\$69,437.08
	32	\$69,437.08	\$694.37	10,415.56	\$14,581.79	\$55,549.66
	33	\$55,549.66	\$555.50	10,415.56	\$14,442.91	\$41,662.25
	34	\$41,662.25	\$416.62	10,415.56	\$14,304.04	\$27,774.83
	35	\$27,774.83	\$277.75	10,415.56	\$14,165.16	\$13,887.42
	36	\$13,887.42	\$138.87	10,415.56	\$14,026.29	\$0.00

Tabla 24 Tabla de amortización

5.5 Cuadro de depreciación

TABLA DE DEPRECIACIÓN					
cuadro de depreciación	Valor del Act.	vida util	% de depreciación	valor de salvamento	Depreciación por año
Edificio	\$ 2,798,757.55	30	3%	\$ 839,627.27	\$ 65,304.34
Equipo electronico	\$ 61,847.00	5	20%	\$ 12,369.40	\$ 9,895.52
Muebles y equipo de of.	\$ 139,396.40	10	10%	\$ 13,939.64	\$ 12,545.68
total	\$ 3,000,000.95			\$ 865,936.31	\$ 87,745.54

Tabla 25 Depreciación

5.6.- Indicadores financieros

5.6.1.- Porciento integrales

PORCIENTOS INTEGRALES		
Periodo del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2014		
Ingresos totales	\$1,760,760.00	100%
Costos y gastos totales	\$ 439,200.00	24.94%
Utilidad Bruta	\$1,321,560.00	
Gastos de administración	\$ 371,000.00	21.07%
Utilidad de operación	\$ 950,560.00	
Gastos financieros	\$ 18,000.00	1.02%
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 87,745.54	4.98%
Utilidad antes de impuestos	\$ 844,814.46	
Impuesto sobre la renta (28%) 1	\$ 236,548.05	13.43%
P.T.U. (10%) 2	\$ 84,481.45	4.80%
Utilidad Neta	\$ 523,784.97	
PAGO 12% intereses	\$ 50,827.94	2.89%
Pago a institución financiera (capital)	\$ 166,648.98	9.46%
Utilidad del ejercicio	\$ 306,308.04	17.40%

Tabla 26 Porcientos integrales 2014

PORCIENTOS INTEGRALES		
Periodo del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2015		
Ingresos totales	\$1,760,760.00	100%
Costos y gastos totales	\$ 439,200.00	24.94%
Utilidad Bruta	\$1,321,560.00	
Gastos de administración	\$ 371,000.00	21.07%
Utilidad de operación	\$ 950,560.00	
Gastos financieros	\$ 18,000.00	1.02%
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 87,745.54	4.98%
Utilidad antes de impuestos	\$ 844,814.46	
Impuesto sobre la renta (28%) 1	\$ 236,548.05	13.43%
P.T.U. (10%) 2	\$ 84,481.45	4.80%
Utilidad Neta	\$ 523,784.97	
PAGO 09 % intereses	\$ 30,830.06	1.75%
Pago a institución financiera (capital)	\$ 166,648.98	9.46%
Utilidad del ejercicio	\$ 326,305.92	18.53%

Tabla 27 Porcientos integrales 2015

PORCIENTOS INTEGRALES		
Periodo del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2016		
Ingresos totales	\$2,054,220.00	100%
Costos y gastos totales	\$ 658,800.00	32%
Utilidad Bruta	\$1,395,420.00	
Gastos de administración	\$ 371,000.00	18%
Utilidad de operación	\$1,024,420.00	
Gastos financieros	\$ 18,000.00	1%
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 87,745.54	4%
Utilidad antes de impuestos	\$ 918,674.46	
Impuesto sobre la renta (28%) 1	\$ 257,228.85	13%
P.T.U. (10%) 2	\$ 91,867.45	4%
Utilidad Neta	\$ 569,578.17	
PAGO 09 % intereses	\$ 10,832.18	1%
Pago a institución financiera (capital)	\$ 166,648.99	8%
Utilidad del ejercicio	\$ 392,096.99	19%

Tabla 28 Porcientos integrales 2016

PORCIENTOS INTEGRALES		
Periodo del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2017		
Ingresos totales	<u>\$2,054,220.00</u>	100%
Costos y gastos totales	<u>\$ 658,800.00</u>	32%
Utilidad Bruta	<u>\$1,395,420.00</u>	
Gastos de administración	<u>\$ 371,000.00</u>	18%
Utilidad de operación	<u>\$1,024,420.00</u>	
Gastos financieros	<u>\$ 18,000.00</u>	1%
Depreciaciones y amortizaciones	<u>\$ 87,745.54</u>	4%
Utilidad antes de impuestos	<u>\$ 918,674.46</u>	
Impuesto sobre la renta (28%) 1	<u>\$ 257,228.85</u>	13%
P.T.U. (10%) 2	<u>\$ 91,867.45</u>	4%
Utilidad Neta	<u>\$ 569,578.17</u>	
PAGO 09 % intereses	<u>\$ -</u>	0%
Pago a institución financiera (capital)	<u>\$ 166,648.99</u>	8%
Utilidad del ejercicio	<u>\$ 402,929.18</u>	20%

Tabla 29 Porcientos integrales 2017

5.6.2.- Razón circulante

Activo circulante 2014 - 2015	
Ingresos totales	\$ 1,760,760.00

Activo circulante 2016 - 2017	
Ingresos totales	\$ 2,054,220.00

Pasivo circulante 2014 - 2015	
Impuesto sobre la renta (28%) 1	\$ 236,548.05
P.T.U. (10%) 2	\$ 84,481.45
Pago Acumulado	\$ 166,648.98
TOTAL	\$ 487,678.48

Pasivo circulante 2016 - 2017	
Impuesto sobre la renta (28%) 1	\$ 257,228.85
P.T.U. (10%) 2	\$ 91,867.45
Pago Acumulado	\$ 166,648.99
TOTAL	\$ 515,745.28

Fórmula:

$$= \frac{\text{Activos Circulantes}}{\text{Pasivos Circulantes}}$$

RAZON CIRCULANTE			
AÑO	A. CIRCULANTES	P. CIRCULANTES	RESULTADO
2014	\$ 1,760,760.00	\$ 487,678.48	\$ 3.61
2015	\$ 1,760,760.00	\$ 487,678.48	\$ 3.61
2016	\$ 2,054,220.00	\$ 515,745.28	\$ 3.98
2016	\$ 2,054,220.00	\$ 515,745.28	\$ 3.98

Tabla 30 Razón circulante

5.6.3.- Margen bruto de utilidad

MARGEN BRUTO DE UTILIDAD			
AÑO	VENTAS	COSTO DE VENTAS	RESULTADO
2014	\$ 1,760,760.00	\$ 439,200.00	\$ 0.75
2015	\$ 1,760,760.00	\$ 439,200.00	\$ 0.75
2016	\$ 2,054,220.00	\$ 658,800.00	\$ 0.68
2017	\$ 2,054,220.00	\$ 658,800.00	\$ 0.68

Tabla 31 Margen bruto de utilidad

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{Ventas} - \text{costo de las ventas}}{\text{Ventas}} = \%$$

5.6.4.- Rendimiento sobre capital invertido

$$\text{Rendimiento del capital invertido} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Capitales invertidos}}$$

RENDIMIENTO SOBRE CAPITAL			
AÑO	BENEFICIO NETO	CAP. INV.	RESULT.
2014	\$ 523,784.97	\$499,946.95	1.05
2015	\$ 523,784.97	\$499,946.95	1.05
2016	\$ 569,578.17	\$499,946.95	1.14
2017	\$ 569,578.17	\$499,946.95	1.14

Tabla 32 Rendimiento sobre capital invertido

5.7.- Financiamiento requerido

El financiamiento requerido para el proyecto es de \$499,946.95 pesos debido a que el capital de la inversión fue destinado en su mayoría al edificio que se construyó quedando pendiente acabados y equipamiento del hostel, el capital destinado para inversión tomado como aportación del empresario es de \$2, 500,000

5.8.- Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Años	Costos fijos	Costos variables	Costos totales	Ventas totales	Punto de equilibrio	Índice de absorción
1	\$514,287.60	\$439,200.00	\$953,487.60	\$1,760,760.00	\$514,287.06	29.21
2	\$514,287.60	\$439,200.00	\$953,487.60	\$1,760,760.00	\$514,287.06	29.21
3	\$514,287.60	\$658,800.00	\$1,173,087.60	\$2,054,220.00	\$514,287.03	25.04
4	\$514,287.60	\$658,800.00	\$1,173,087.60	\$2,054,220.00	\$514,287.03	25.04

Para el punto de equilibrio se aplica la siguiente formula:

$$\frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{Ctos totales/vtas totales})}$$

Para calcular el índice de absorción aplicamos la formula:

$$(\text{Vtas totales/P.E}) * 100$$

Tabla 33 Punto de equilibrio

5.9.- Flujo neto de efectivo

FLUJO NETO DE EFECTIVO							
AÑOS	INGRESOS POR VENTAS TOTALES	GTOS Y COSTOS DE OPERACIÓN	INVERCION FIJA Y DIFERIDA	CAPITAL DE TRABAJO	IMPUESTO Y PTU	VALOR DE RESCATE	FNE
1	\$1,760,760.00	\$439,200.00	\$217,476.92	-\$2,670,975.43	\$321,029.50	\$865,936.31	\$1,648,989.89
2	\$1,760,760.00	\$439,200.00	\$197,479.05	-\$2,670,975.43	\$321,029.50	\$865,936.31	\$1,668,987.76
3	\$2,054,220.00	\$658,800.00	\$177,481.17	-\$2,670,975.43	\$349,096.30	\$865,936.31	\$1,734,778.84
4	\$2,054,220.00	\$658,800.00	\$166,648.98	-\$2,670,975.43	\$349,096.30	\$865,936.31	\$1,745,611.03
						TOTAL	\$6,798,367.52

Tabla 34 Flujo de efectivo

5.10.- Tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETENCION						
AÑOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO MENOR	TASA DE TASA	FLUJO NETO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FACTOR DE TASA DE DESCUENTO MAYOR	FLUJO NETO DE EFECTIVO
1	\$861,255.40	0.92		\$790,142.57	1.20	\$861,255.40
2	\$861,255.40	0.84		\$724,901.44	1.20	\$861,255.40
3	\$1,194,690.00	0.77		\$922,519.88	1.20	\$1,194,690.00
				\$2,437,563.89		\$2,917,200.80

DESCRIPCION DE DATOS					
TASAS			VAN		
SA MENOR	TASA MAYOR	TIR	VAN 1	VAN 2	
9%	12%	63%	2,437,563.89	2,917,200.80	

Tabla 35 Tasa interna de retorno

$$TIR = \frac{MAYOR - (VAN2 * TASA MENOR)}{VAN1 - VAN2} \quad TIR = \frac{299,595.95}{479,636.91} \quad 62.5\%$$

5.11.- Relación beneficio costo

RELACION BENEFICIO-COSTO						
AÑO	INGRESOS POR VENTA	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS A ACTUALIZAR	COSTOS Y GASTOS TOTALES	FACTOR DE ACTUALIZACION	COSTOS ACTUALIZADOS
1	\$1,760,760.00	0.93	\$1,645,570.09	\$861,255.40	0.93	\$804,911.59
2	\$1,760,760.00	0.87	\$1,537,915.98	\$861,255.40	0.87	\$752,253.82
3	\$2,347,690.00	0.82	\$1,916,414.36	\$1,194,690.00	0.82	\$975,222.91
TOTAL	\$5,869,210.00		\$5,099,900.43			\$2,532,388.32

Ingreso actual	\$5,099,900.43	
Costos Actual	\$2,532,388.32	\$2.01

Por cada peso invertido para el paso de 9 años obtenemos el peso invertido y 2.48 pesos mas

Tabla 36 Relación beneficio-costo

5.12.- Prueba de ácido y razón de endeudamiento

Activos circulantes es igual al ingreso total

Pasivos circulantes es igual a impuestos más las obligaciones de la empresa en este caso el pago de la inversión

Fórmula:

$$= \frac{\text{Activos Circulantes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos Circulantes}}$$

inventario= capacidad total - ventas totales			
años	CAP.T	V.T	INVENTARIO
2014	\$2,934,600.00	\$ 1,760,760.00	\$1,173,840.00
2015	\$2,934,600.00	\$ 1,760,760.00	\$1,173,840.00
2016	\$2,934,600.00	\$ 2,054,220.00	\$ 880,380.00
2017	\$2,934,600.00	\$ 2,054,220.00	\$ 880,380.00

Tabla 37 Inventarios

PRUEBA ACIDA				
AÑO	A. CIRCULANTE	INVENTARIO	P. CIRCULANTE	RESULTADO
2014	\$ 1,760,760.00	\$ 1,173,840.00	\$ 487,678.48	\$ 1.20
2015	\$ 1,760,760.00	\$ 1,173,840.00	\$ 487,678.48	\$ 1.20
2016	\$ 2,054,220.00	\$ 880,380.00	\$ 515,745.28	\$ 2.28
2017	\$ 2,054,220.00	\$ 880,380.00	\$ 515,745.28	\$ 2.28

Tabla 38 Prueba de ácida

5.13 Capital de trabajo

Concepto	Año 1											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas (A)	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00
Costos Totales(B)	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63
Saldo (A-B)	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37
Acumulado	\$116,129.37	\$232,258.73	\$348,388.10	\$464,517.47	\$580,646.83	\$696,776.20	\$812,905.57	\$929,034.93	\$1,045,164.30	\$1,161,293.67	\$1,277,423.03	\$1,393,552.40

Año 2											
Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00	\$144,720.00
\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63
\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37	\$116,129.37
\$1,509,681.77	\$1,625,811.13	\$1,741,940.50	\$1,858,069.87	\$1,974,199.23	\$2,090,328.60	\$2,206,457.97	\$2,322,587.33	\$2,438,716.70	\$2,554,846.07	\$2,670,975.43	\$2,787,104.80

Año 3											
Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00
\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63
\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37
\$2,951,474.17	\$3,115,843.53	\$3,280,212.90	\$3,444,582.27	\$3,608,951.63	\$3,773,321.00	\$3,937,690.37	\$4,102,059.73	\$4,266,429.10	\$4,430,798.47	\$4,595,167.83	\$4,759,537.20

Año 4											
Mes 37	Mes 38	Mes 39	Mes 40	Mes 41	Mes 42	Mes 43	Mes 44	Mes 45	Mes 46	Mes 47	Mes 48
\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00	\$192,960.00
\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63	\$28,590.63
\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37	\$164,369.37
\$4,923,906.57	\$5,088,275.93	\$5,252,645.30	\$5,417,014.67	\$5,581,384.03	\$5,745,753.40	\$5,910,122.77	\$6,074,492.13	\$6,238,861.50	\$6,403,230.87	\$6,567,600.23	\$6,731,969.60

Capital de
trabajo

-\$2,670,975.43

Tabla 39 Capital de trabajo

CAPITULO VI

ASPECTOS LEGALES

6.1.-Normatividad aplicable

Sistema Tributario-deberes tributarios

Inscribirse en el RUT (NIT)

Rut: Registro Único Tributario

Nit: Número de Identificación Tributaria

El Rut contiene el Nit, que es el número único que identifica a cada contribuyente.

El Rut es el documento que contienen todos los datos que identifican plenamente al contribuyente, como el número único que identifica al ciudadano junto con otros datos como el nombre, estatura, lugar de nacimiento, etc.; Entre ellos el Nit.

La inscripción en el RUT [Registro único tributario], se puede hacer por medio del portal de la dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN)

Para agilizar el proceso de inscripción en el RUT, la DIAN ha implementado en su portal la posibilidad de diligenciarlo allí, lo puede hacer el contribuyente por su propia cuenta, Visitando la siguiente página

<https://muisca.dian.gov.co/WebRutMuisca/DefInscripcionRut.faces>

En la cual se debe declarar:

- 11% de IVA
- Impuesto sobre las ventas
- Llevar contabilidad
- Factura

- Licencias de funcionamiento
- Obtener permiso por parte del ministerio de comercio industria y turismo.

Cuando la inscripción en el RUT se realiza por Internet, el usuario debe presentar el formulario impreso en la oficina respectiva de la Dian para que sea validada y verificada por un funcionario, de modo que el proceso no es 100% automatizado, pero si hace más ágil el proceso.

Requisitos para obtener la Licencia de Funcionamiento:

La solicitud de licencia de funcionamiento con carácter de declaración jurada, que incluya:

- Número de Registro Único de Contribuyente, si se trata de una persona jurídica y documento de identidad si se trata de persona natural.
- Documento de identidad del representante legal en caso de persona jurídica, u otros entes colectivos. También si se trata de personas naturales que actúan mediante representación.
- Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Si se trata de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de Observancia de las Condiciones de Seguridad, o Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil de Detalle (o Multidisciplinaria) según corresponda.

Verificados estos requisitos se procederá al pago de la tasa para la obtención de la Licencia de Funcionamiento Municipal.

6.2.- Impacto ambiental

El hostel quetzalli inn tiene firme compromiso con el medio ambiente por ello se responsabiliza de las siguientes medidas:

- Utilización adecuada de las canecas de reciclaje
- Ambiente libre de humo
- Mantener los espacios limpios (Cocina, salón de juegos, sala de Tv y habitaciones)

6.3.- Fiscal

Después de abrir o iniciar el negocio, se tiene un mes para darse de alta en el Registro Federal de Contribuyentes, por lo que el trámite correspondiente se debe presentar en los Módulos de Atención del SAT que correspondan al domicilio del negocio, con la siguiente documentación:

1.-Formulario de Registro R-1 y anexo 6, ambos por duplicado.

2.- Así como la siguiente documentación en original y copia:

Acta de nacimiento o constancia de la Clave Única de Registro de Población (CURP).

Tratándose de mexicanos por naturalización, carta de naturalización.

Para los extranjeros, documento migratorio vigente con la debida autorización para realizar los actos o actividades que manifiesten en su formato R-1.

- Comprobante de domicilio fiscal.
- Identificación oficial del contribuyente o del representante legal.
- En caso de representación legal, poder notarial o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales, notario o fedatario público.

También puede inscribirse de manera inmediata en el RFC acudiendo a una entrevista con personal del SAT sin necesidad de presentar el formato R-1.

Una vez inscrito, se le entregará su Constancia de Inscripción y su Cédula de Identificación Fiscal.

Como comprobante del trámite de inscripción deberá conservar el acuse de su trámite realizado en el Módulo de Asistencia.

Se presentará a más tardar el 31 de marzo del año en que inicien el negocio. Al iniciar operaciones, dentro del primer mes siguiente.

Cuando sea el caso, el aviso de aumento de obligaciones se presentará cuando se esté obligado a efectuar declaraciones periódicas distintas de las que se venían realizando, y se hará dentro del mes siguiente al día en que se dé el cambio, ante la Administración Local de Asistencia al Contribuyente que corresponda al domicilio fiscal.

Entrega de notas por el servicio

Por las ventas de mercancía o por la prestación de servicios, se deben entregar a los clientes copias de las notas de venta (sin importar el monto) y conservar los originales de las mismas.

Estas notas deberán reunir los siguientes requisitos:

Nombre de quien las expide.

Domicilio fiscal.

Registro Federal de Contribuyentes

Número de folio.

Lugar y fecha de expedición.

Importe total de la operación en número o en letra.

En caso de que se utilice máquina registradora de comprobación fiscal, se debe entregar a los clientes el ticket correspondiente.

Las notas de venta se pueden mandar a imprimir en cualquier imprenta, no necesariamente en las autorizadas por el SAT.

Si se entrega a los clientes aunque sea un solo comprobante que contenga todos los requisitos fiscales, es decir, una factura con el IVA desglosado, no se podrá continuar en este régimen.

Solicitar facturas

Cuando se compren bienes nuevos para uso en el negocio y su precio sea superior a \$2,000.00, siempre se debe solicitar y conservar la factura por estos bienes.

Estos comprobantes deberán contener el IVA desglosado y demás requisitos fiscales.

Declaración informativa de ingresos

A más tardar el 15 de febrero de cada año, se presentará en los Módulos de Asistencia del SAT una declaración informativa de los ingresos que se hayan obtenido en el año anterior. Si no se presenta esta declaración no se podrá continuar tributando en este régimen.

En el caso de que el contribuyente cuente con máquina registradora de comprobación fiscal en la que registre las ventas o servicios, no se tendrá que presentar la declaración mencionada.

Llevar contabilidad

El importe total de las ventas del día se anotará diariamente en un libro o en un cuaderno.

Hacer retenciones de impuesto sobre la renta

En el caso de tener empleados, se les descontará mensualmente el impuesto sobre la renta que corresponda y se entregará al SAT.

Si se tienen menos de 3 trabajadores, cuyo sueldo no exceda de un salario mínimo general del área geográfica del contribuyente, elevado al año, se podrá dejar de cumplir con esta obligación.

Pagar subsidio para el empleo a los trabajadores

Se deberá entregar a los trabajadores en efectivo las cantidades correspondientes por concepto de subsidio para el empleo.

Entregar constancias de pagos y retenciones a los trabajadores

En el mes de febrero del siguiente año al que trabajaron, se les proporcionará una constancia donde se indiquen los pagos y las retenciones que se les hayan

realizado. En el caso de retiro del trabajador, se les proporcionará dentro del mes siguiente a aquél en que ocurra la separación.

Presentar declaraciones informativas

Sólo si se tuvieron trabajadores durante el año se deberán presentar, a más tardar el 15 de febrero del siguiente año, las siguientes:

- La declaración de crédito al salario pagado en el año de calendario anterior.
- De las personas a quienes se les hayan efectuado pagos por sueldos y salarios. La información contenida en las constancias que se expidan se incorporará en esta declaración.

Las declaraciones informativas se presentarán en la Administración Local de Asistencia al Contribuyente que corresponda al domicilio fiscal.

Calcular el impuesto anual de sus trabajadores.

En este régimen no se pueden llevar a cabo las actividades a través de fideicomisos.

Motivos por los que ya no se podrá seguir en el régimen de pequeños contribuyentes:

- Cuando las ventas o ingresos del año anterior sean mayores a \$2'000,000.00.
- Cuando vendan mercancía de procedencia extranjera y sus ventas por esta mercancía representen más de 30% del total de sus ingreso, pueden continuar en este régimen si pagan el impuesto conforme al siguiente procedimiento:

-
- Cuando no se presente la declaración informativa de ingresos percibidos.
- Cuando se den a los clientes uno o más comprobantes de los conocidos como facturas, con IVA desglosado.
- Cuando reciban el pago mediante traspasos de cuentas bancarias o casas de bolsa.

Los contribuyentes que ya no reúnan los requisitos para estar en este régimen, pagarán el impuesto conforme al régimen de actividades empresariales y profesionales o conforme al régimen intermedio, según corresponda de acuerdo con sus ingresos.

6.3.1 Impuesto hotelero

Trámites y servicios: Recepción anual de los impuestos estatales (impuesto al hospedaje e impuesto sobre nóminas)

Objetivo del trámite o servicio: hacer que los contribuyentes cumplan con las obligaciones fiscales

Requisitos: Presentar por triplicado el formato ih-2 debidamente requisitado (impuesto al hospedaje) presentar por triplicado el formato isn-2 debidamente requisitado (impuesto sobre nómina)

Fundamento legal: Artículos 42, 43-b, 168-f y 168-j de la ley de hacienda del estado de quintana roo. Artículo 25 del código fiscal del estado de quintana roo

Vigencia: 1 año

Costo del trámite o servicio gratuito

Criterio de resolución: Que el contribuyente cumpla con los requisitos y se apegue a la normatividad establecida

Plazo de respuesta: 1 día

Área de pago: recaudadora de rentas

Domicilio del área de pago: Tulum: av. Tulum s/n entre calles alfa y Osiris col. centro

Lugar de atención: recaudadora de rentas observaciones:

Costo del trámite o servicio: 2% sobre el valor de facturación y/o contratación de los servicios

Horario de atención para el trámite o servicio:

8:00 a 15:00 cajas de oficinas recaudadoras

8:00 a 16:00 bancos

Todo el día en el portal de internet

6.4.- Marcas y licencias

Para el registro de la marca y logo del hostel Quetzalli Inn se tendrá que llevar a cabo el siguiente procedimiento según lo solicitado por el INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Debe llenar el formato de solicitud IMPI-00-001 que proporciona el IMPI por duplicado con firmas autógrafas, y presentarla junto con la documentación señalada al reverso de la misma, de conformidad con los artículos 113 y 114 de la Ley de la Propiedad Industrial y 5º de su Reglamento.

Artículo 113 de la Ley de la Propiedad Industrial.- Para obtener el registro de una marca deberá presentarse solicitud por escrito ante el Instituto con los siguientes datos:

I.- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante;

II.- El signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativo, innominado, tridimensional o mixto;

III.- La fecha de primer uso de la marca, la que no podrá ser modificada ulteriormente, o la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se presumirá que no se ha usado la marca;

IV.- Los productos o servicios a los que se aplicará las marca, y

V.- Los demás que prevenga el reglamento de esta Ley.

Artículo 114 de la Ley de la Propiedad Industrial.- A la solicitud de registro de marca deberá acompañarse el comprobante del pago de las tarifas correspondientes al estudio de la solicitud, registro y expedición del título, así como los ejemplares de la marca cuando sea innominada, tridimensional o mixta.

Artículo 5º del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.- Las solicitudes o promociones deberán presentarse ante el propio Instituto o en las delegaciones de la Secretaría y cumplir los siguientes requisitos:

I.- Estar debidamente firmadas en todos sus ejemplares;

II.- Utilizar las formas oficiales impresas, aprobadas por el Instituto y publicadas en el Diario Oficial y en la Gaceta, en el número de ejemplares y anexos que se establezca en la propia forma, las que deberán presentarse debidamente requisitadas y, tratándose de medios magnéticos, conforme a la guía que el

Instituto emita al efecto. En caso de no requerirse formas oficiales, las solicitudes o promociones deberán presentarse por duplicado, indicando al rubro el tipo de trámite solicitado y los datos a que se refiere la fracción V de este artículo;

III.- Acompañarse de los anexos que en cada caso sean necesarios, los que deberán ser legibles y estar mecanografiados, impresos o grabados por cualquier medio;

IV.- Señalar domicilio para oír y recibir notificaciones en el territorio nacional;

V.- Indicar el número de solicitud, patente, registro, publicación, declaratoria, o folio y fecha de recepción a que se refieran, salvo en el caso de solicitudes iniciales de patente o registro;

VI.- Acompañarse del comprobante de pago de la tarifa correspondiente;

VII.- Acompañarse de la correspondiente traducción al español de los documentos escritos en idioma distinto que se exhiban con la solicitud o promoción;

VIII.- Acompañarse de los documentos que acrediten el carácter de los causahabientes, la personalidad de los apoderados o representantes legales, y

IX.- Acompañarse de la legalización de los documentos provenientes del extranjero, cuando proceda.

Las solicitudes y promociones deberán presentarse por separado para cada asunto, salvo cuando se trate de: inscripción de licencias o transmisiones en los términos previstos en los artículos 62, 63, 137 y 143 de la Ley; inscripción de transmisiones de derechos en las que hayan habido transmisiones intermedias no inscritas, y las relacionadas a un mismo asunto.

Cuando las solicitudes o promociones no cumplan con los requisitos establecidos en las fracciones I a VI, VIII y IX anteriores, el Instituto requerirá a los solicitantes

para que dentro de un plazo de dos meses los subsanen. En caso de no cumplirse con el requerimiento, las solicitudes o promociones serán desechadas de plano.

En caso de que las solicitudes o promociones no cumplan con el requisito establecido en la fracción VII anterior, los solicitantes deberán, sin mediar requerimiento del Instituto, presentar ante éste la traducción correspondiente de los documentos que se exhiban dentro de los dos meses siguientes a la fecha en que esas solicitudes o promociones se entreguen. En caso de que los solicitantes no exhiban la traducción dentro del plazo fijado, las solicitudes o promociones serán desechadas de plano.

Las solicitudes y promociones remitidas por correo, servicios de mensajería u otros equivalentes se tendrán por recibidas en la fecha en que le sean efectivamente entregadas al Instituto.

Se podrán presentar solicitudes o promociones por transmisión telefónica facsimilar, siempre que la solicitud o promoción y sus anexos originales, acompañados del comprobante del pago de la tarifa que en su caso proceda y del acuse de recibo de la transmisión facsimilar, sean presentados en las oficinas del propio Instituto al día siguiente de haberse efectuado la transmisión. En este caso, bastará que la transmisión facsimilar contenga la solicitud o promoción.

BIBLIOGRAFIA

Hospedaje web bithouse. (2013) *¿Cómo vender servicios de hospedaje web en tu localidad?* Recuperado de <http://hospedaje-web.com/como-vender-servicios-de-hospedaje-web-en-tu-localidad/>

WordPress. (2013). *Definición de hostel* Recuperado de <http://definicion.de/hostel/>

Definición abc tu diccionario hecho fácil. (2013). *Definición de hospedaje.* Recuperado de <http://www.definicionabc.com/general/hospedaje.php#ixzz2gxMcMSBM>

Wiki- EOI. (2013). *Análisis de la competencia en competitividad.* Recuperado de http://www.eoi.es/wiki/index.php/An%C3%A1lisis_de_la_competencia_en_Competitividad

TripAdvisor.(2013). *Planifica tu viaje perfecto.* Recuperado de http://www.eoi.es/wiki/index.php/An%C3%A1lisis_de_la_competencia_en_Competitividad

SECRETARÍA DE FINANZAS Y PLANEACIÓN DEL ESTADO DE QUINTANA ROO DIRECCION GENERAL DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES CHETUMAL QUINTANA ROO MEXICO. (2013). *Trámites y servicios.* Recuperado por http://www.sh.qroo.gob.mx/ver_tramite2.php?id_t=35

SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA. (2013). *Procedimiento para presentar la declaración anual*. Recuperado por http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/informacion_fiscal/decanu/150_13361.html