



A.F. 133277



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE INGENIERÍA EN ELECTRICIDAD Y COMPUTACIÓN**

## **TESIS DE GRADO**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL MÓDULO  
DE GESTIÓN DE HOTELES DE UNA EMPRESA DE SOFTWARE”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**MAESTRÍA DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL**

**PRESENTADA POR:**

**ERNESTO LUIS ROMÁN ZAMBRANO**

**Guayaquil - Ecuador**

**2011**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a los docentes de la Maestría y a mi familia por su apoyo incondicional, el mismo que me ha otorgado las fuerzas suficientes para culminar con esta etapa de mi vida, y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

## DEDICATORIA

A Dios por darme la fortaleza para seguir adelante y permitir ser acreedor de conocimientos útiles que utilizaré en mi vida profesional y que siempre pondré al servicio del bien, la verdad y la justicia.

A mi esposa e hijos que por su afán y sacrificio fue posible la culminación de esta etapa de mi vida.

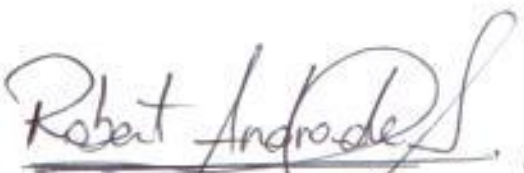
Finalmente a todos quienes olvido mencionar pero los llevo en mi corazón, Gracias.

# TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



---

ING. LENIN FREIRE  
DIRECTOR DE TESIS



---

ING. ROBERT ANDRADE  
VOCAL PRINCIPAL



---

ING. ALBERT ESPINAL  
VOCAL PRINCIPAL

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual del mismo a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”.

(Reglamento de exámenes y títulos profesionales de la ESPOL)

---

**ERNESTO LUIS ROMAN ZAMBRANO**

## RESUMEN

Medialogic es una empresa desarrolladora de software que comercializa el Sistema Administrativo – Contable “Siapre”, el cual ya se encuentra posesionado en diferentes tipos de mercado desde hace 5 años.

El presente proyecto tiene como objetivo, desarrollar el Plan de negocios para la comercialización del Módulo de Gestión de Hoteles de una empresa de software.

Se realizó un estudio completo del sector para ofrecer una herramienta de software que ayude al sector hotelero a ser más competitivo, fomentando la formalidad en el manejo del negocio, llevando un buen control de sus finanzas, de huéspedes, de servicios de habitaciones, reservaciones, entre otros, lo cual mejorará la calidad de sus servicios. El propietario puede saber su rentabilidad real y por ende aplicar políticas de descuentos o promociones basándose en información confiable y no en supuestos y por ende ser más competitivo.

Esta misma formalidad hará que los administradores o propietarios de los hoteles, estén al día con sus obligaciones fiscales evitando ser clausurados por las autoridades del control.

# ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1. GENERALIDADES .....</b>	<b>3</b>
1.1. ANTECEDENTES .....	3
1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
1.2.1. OBJETIVO GENERAL .....	5
1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	5
1.3. MISIÓN DE LA EMPRESA.....	6
1.4. VISIÓN DE LA EMPRESA.....	6
1.5. ALCANCE DEL PROYECTO.....	6
<b>2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....</b>	<b>8</b>
2.1. PRODUCTO QUE SE OFERTA.....	8
2.2. ventajas y oportunidades de mercado.....	10
2.3. punto diferenciador y beneficios .....	11
2.4. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO.....	12
2.5. ANALISIS DE LA INTEGRACIÓN CON LOS OTROS MÓDULOS.....	13
<b>3. ANALISIS DE MERCADO y Competidores .....</b>	<b>14</b>
3.1. Análisis de Mercado .....	14
3.2. Análisis del Consumidor .....	15
3.3. ANALISIS DE LAS 4P .....	15
3.4. PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
3.5. PLAN DE MUESTREO.....	18

3.6	ENCUESTA PILOTO.....	19
3.7	PRESENTACION DE RESULTADOS OBTENIDOS EN ENCUESTA PILOTO.....	20
3.8	Objetivos mercadológicos y financieros.....	32
3.9	Cuantificación de mercado.....	33
3.10	Análisis de competencia.....	40
<b>4</b>	<b>ESTRATEGIA COMERCIAL.....</b>	<b>43</b>
4.1	Lanzamiento del producto.....	43
4.2	Estrategias: precio, comercialización, promoción y distribución.....	43
4.2.1	ESTRATEGIA DE PRECIO.....	43
4.2.2	ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN O COMUNICACIÓN.....	44
4.2.3	ESTRATEGIA PARA LA PLAZA O DISTRIBUCIÓN.....	44
4.3	Políticas: comercialización y de servicios.....	45
<b>5.</b>	<b>ANALISIS FINANCIERO.....</b>	<b>46</b>
5.1	capital de trabajo.....	46
5.2	INGRESOS.....	47
5.3	GASTOS FIJOS.....	47
5.4	FLUJO DE CAJA.....	48
<b>6</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>50</b>
6.1	CONCLUSIONES.....	50
6.2	RECOMENDACIONES.....	51
<b>7</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>52</b>
7.1	Anexo 1.- Encuesta.....	52



# ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.- LISTA DE PRECIO.....	16
TABLA 2: UTILIZAN UN SOFTWARE INFORMÁTICO.....	20
TABLA 3: IMPORTANTE UN SISTEMA INFORMÁTICO.....	21
TABLA 4: ADQUIRIRÍA UN SISTEMA DE CONTROL DE HOTELES.....	22
TABLA 5: INFORMACIÓN DE SU SISTEMA.....	23
TABLA 6: INFORMACIÓN DE CUÁNTO TIEMPO TIENE USANDO EL SOFTWARE.....	24
TABLA 7: INFORMACIÓN DE QUE MÓDULOS ESTÁ INTEGRADO EL SISTEMA.....	25
TABLA 8: INFORMACIÓN DE MÓDULOS QUE DEBERÍA ESTAR INTEGRADO EL SISTEMA.....	26
TABLA 9: INFORMACIÓN SI CAMBIARÍA EL SISTEMA ACTUAL.....	27
TABLA 10: INFORMACIÓN ANTERIORMENTE HA USADO UN SOFTWARE.....	28
TABLA 11: INFORMACIÓN DE PORQUE DEJO DE USAR EL SISTEMA.....	29
TABLA 12: INFORMACIÓN DE POR QUÉ MOTIVO NO HA ADQUIRIDO UN SISTEMA.....	30
TABLA 13: INFORMACIÓN DE QUE PROBLEMAS HA TENIDO AL NO USAR UN SISTEMA.....	31
TABLA 14: CATASTRO DE HOSTERÍAS DE LA PROV. DE SANTA ELENA.....	33
TABLA 15: CATASTRO DE HOSTERÍAS DE LA PROV. DEL GUAYAS.....	34
TABLA 16: CATASTRO DE HOSTERÍAS DE LA PROV. DE LOS RÍOS.....	35
TABLA 17: CATASTRO DE HOSTERÍAS DE LA PROV. DE BOLÍVAR.....	35
TABLA 18: CATASTRO DE HOTELES DE LA PROV. DE SANTA ELENA.....	36
TABLA 19: CATASTRO DE HOTELES DE LA PROV. DEL GUAYAS.....	39
TABLA 20: CATASTRO DE HOTELES DE LA PROV. DE LOS RÍOS.....	39
TABLA 21 TABLA DE INVERSIÓN.....	46
TABLA 22 TABLA DE INGRESOS.....	47
TABLA 23 TABLA DE GASTOS.....	47
TABLA 24 FLUJO DE CAJA.....	48
<b>TABLA 25: FLUJO DE FINANCIAMIENTO.....</b>	<b>49</b>

# ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.- LOGO DEL SIAPRE HOTEL .....	10
FIGURA 2: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LOS HOTELES QUE ACTUALMENTE POSEEN UN SOFTWARE. ....	20
FIGURA 3: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LAS PERSONAS QUE CONSIDERAN IMPORTANTE UN SISTEMA INFORMÁTICO. .....	21
FIGURA 4 REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LAS PERSONAS ADQUIRIRÍA UN SISTEMA DE CONTROL DE HOTELES.....	22
FIGURA 5: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LA SATISFACCIÓN QUE SIENTEN CON EL SISTEMA ACTUAL.....	23
FIGURA 6: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL TIEMPO QUE TIENEN USANDO EL SOFTWARE. ....	24
FIGURA 7: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL A QUE MÓDULOS ESTÁ INTEGRADO EL SISTEMA. ....	25
FIGURA 8: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LAS PERSONAS QUE CONSIDERAN DEBERÍA ESTAR INTEGRADO EL SISTEMA A ESTOS MÓDULOS. ....	26
FIGURA 9: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LAS PERSONAS CAMBIARÍA EL SISTEMA ACTUAL. ....	27
FIGURA 10: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LAS PERSONAS QUE HAN UTILIZADO ANTERIDORMENTE UN SISTEMA.....	28
FIGURA 11: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE POR QUÉ RAZONES DEJARON DE USAR EL SISTEMA. ....	29
FIGURA 12: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE POR QUÉ MOTIVO NO HA ADQUIRIDO UN SISTEMA.....	30
FIGURA 13: REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE QUE PROBLEMAS HA TENIDO AL NO USAR UN SISTEMA.....	31



## CAPÍTULO 1

### GENERALIDADES

## INTRODUCCIÓN

La hotelería se sustenta de turismo, ya que se perfecciona con las exigencias y diversidad de turistas que lo visitan. Actualmente no es novedad ver, día a día, la apertura de nuevos establecimientos de hospedajes, sobre todo de categoría igual o inferior a dos estrellas es decir "hotel de bajo costo", con visión de crecimiento y mejora de las estructuras existentes y al despliegue de nuevos servicios colaterales.

Recordemos que los tiempos cambian, la gente adopta nuevas formas de relajamiento de diversión y descanso. En consecuencia ya no es suficiente una simple habitación de hotel.

La administración por su parte, persigue objetivos comunes con el esfuerzo de un buen equipo de empleados, perfecciona la organización, encuentra alternativas de innovación y se preocupa por la adquisición de un sistema informático, pues la complejidad que representa la hotelería supone la integración de una serie de acciones de carácter administrativo.

MediaLogic S.A. ha desarrollado un sistema Administrativo Financiero llamado SIAPRE que cuenta con módulos de Cuentas por Cobrar, Cuentas por Pagar, Bancos, Contabilidad, Nomina, Facturación, Farmacias y Seguridades, el cual se encuentra instalado en diversos tipos de negocios a nivel nacional. En el transcurso de los últimos años, los clientes del sector turístico han solicitado un sistema para la gestión de hoteles integrado a la parte financiera y contable.

Tomando en cuenta que el turismo ha incrementado en un porcentaje considerable y por ende los negocios de tipos hoteleros y la mayoría de hoteles de categoría media – baja no tienen en la actualidad un sistema informático para la administración de su negocio he aquí la razón fundamental por la cual se ha tomado la decisión de desarrollar el módulo de gestión de hoteles, el cual ya se encuentra totalmente terminado.

El modulo de gestión de hoteles está integrado a los módulos de facturación, inventarios, cuentas por cobrar y contabilidad del sistema integrado SIAPRE.

El propósito de esta tesis es proporcionar a MediaLogic S.A. un modelo de negocio para la comercialización de este Sistema al sector turístico. Cuantificar el mercado ecuatoriano con respecto a pequeños y medianos hoteles, mercado al que está dirigido el producto. Se iniciará el proceso de comercialización en función de la experiencia que tiene MediaLogic S.A. en el mercado en la venta de otros módulos, actividad que la viene realizando durante más de cinco años.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1. ANTECEDENTES

La empresa MediaLogic S.A. fue creada el 23 de agosto del 2005, el cual ofrece asesoría en la automatización de los procesos de negocios y en la comercialización del sistema denominado SIAPRE (Sistema Integrado de Aplicaciones Empresariales) para el control de módulos como: inventario, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, facturación, contabilidad, el cual en la actualidad se encuentra en el mercado en diferentes tipos de pequeños, medianos y grandes clientes, siendo nuestro mercado principal para la comercialización del Módulo de Gestión de Hoteles el sector turístico.

El presente proyecto tiene como finalidad utilizar ese mercado para el posicionamiento del sistema SIAPRE con el Módulo de Gestión de Hoteles y llegar a nuevos clientes que requieran de dicho módulo para el control de sus procesos.

Se realizó un estudio exhaustivo en las provincias del Guayas, Santa Elena y Los Ríos, sobre cuántos son los hoteles que se encuentran automatizados y se obtuvo como resultado que 99% de los hoteles de Lujo y de Primera ya cuentan con un sistema informático para el control de sus procesos. En cuanto a los hoteles de categoría media - baja y hostelerías el 60% no se encuentran automatizadas, llevando sus procesos de forma manual. Los hoteles están normalmente, clasificados en categorías según el grado de confort, posicionamiento, el nivel de servicios que ofrecen y al nivel socio económico de sus huéspedes.

El Módulo de Hoteles nació a través del arduo trabajo para el desarrollo del sistema hotelero, el cual al ver la necesidad del mercado local y la creciente de solicitudes de información sobre el mismo. Hemos comenzado un proceso de expansión en el mercado nacional.

El Módulo de Hoteles fue desarrollado para el control de pequeños establecimientos hoteleros, entre los beneficios es que no posee límite de habitaciones ni tipos de ellas, podrá acomodar el hotel, hostería, o hostal y hasta manejar otros tipos de cuartos no comunes ya sean Cabañas etc., controlará el estado del pasajero, reservas, estadísticas entre otros.

El Módulo de Hoteles fue diseñado para el sector hotelero y para que el control del establecimiento sea mucho más simple y rápido a la hora de necesitar información de ocupación, nivel de reservas, generar estadísticas, control de gastos, posee una planilla de estado de ocupación, que con su simple estructura podrá ver como se encuentra el establecimiento.

El módulo de Gestión Hotelera desarrollado cubre en forma integral todas las necesidades organizativas y administrativas de un hotel.

Su configuración de datos del establecimiento es muy simple, como así el ingreso de sus habitaciones y tipos de gastos, entre otros.

## **1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un plan de negocios y cuantificar como se encuentra distribuido el sector Hotelero del país para la comercialización del modulo de Hoteles, así mismo elaborar un plan de negocio para la introducción del modulo teniendo como resultado un efecto positivo, también establecer estrategias de marketing para la venta del sistema, métodos de publicidad para dar a conocer el producto.

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ❖ Analizar la competencia detalladamente para saber cuáles son nuestras fortalezas y debilidades.
- ❖ Determinar todos los recursos necesarios para la comercialización del producto.
- ❖ Establecer estrategias de mercadeo eficientes para alcanzar los objetivos financieros.
- ❖ Determinar la demanda del mercado.
- ❖ Determinar los costos fijos derivados de los servicios y productos relacionados del software que se ofrecerá.
- ❖ Hacer uso de las herramientas explicadas en la Maestría en Sistemas de Información Gerencial, especialmente la de Marketing Electrónico y Finanzas.



### **1.3 MISIÓN DE LA EMPRESA**

“Ser una empresa de desarrollo de software de excelente calidad, a través del desarrollo aplicado a las necesidades específicas de cada empresa o persona ofreciéndoles soluciones integrales con la finalidad de crear o desarrollar software de fácil uso, que tenga sobresalientes niveles de rentabilidad, calidad, presencia e influencia en el mercado laboral”.

### **1.4 VISIÓN DE LA EMPRESA**

“Ser la empresa de desarrollo informático preferida de nuestros clientes y tener reconocimiento y prestigio a nivel nacional en la realización de software y soporte, donde se brinde un producto de excelente calidad y en donde el mejoramiento continuo en todas las áreas sea de agrado a nuestros consumidores, de eficiente gestión, competitiva, con alianzas estratégicas en el ámbito nacional, comprometida con el servicio al cliente”.

### **1.5 ALCANCE DEL PROYECTO**

El alcance del proyecto cubre las necesidades del sector hotelero; en el estudio de mercado se realizará un análisis del mercado, que nos permita conocer las tendencias, los competidores y clientes. Se utilizarán herramientas como el análisis FODA y las 5 fuerzas de Porter, posteriormente el diagnóstico general.

Al realizar el análisis del mercado y la competencia estableceremos un plan de negocio con el cual se determinará si es factible y cuantificar nuestro mercado potencial y así mismo establecer las estrategias de mercado para llegar a nuestros posibles clientes.



## *CAPÍTULO 2*

### DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

## 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### 2.1 PRODUCTO QUE SE OFERTA

El producto que se ofrece es el Módulo de Gestión de Hoteles el cual es un software que ayudará a generar eficiencia administrativa y operativa.

Permite conocer cuándo y cómo se asignan los recursos materiales, los ingresos y los gastos por huésped, cuenta de habitación todas las opciones para realizar una administración eficiente y poder darles respuestas a sus clientes cuando ellos le realicen consultas.

Es una herramienta que permite la gestión integral del hotel. Control absoluto de los pasajeros, delegaciones, reservas. Interfaz gráfica. Módulo administrativo contable incluido.

Teniendo a favor la integración de los módulos de facturación, contabilidad, cuentas por cobrar y cuentas por pagar para una correcta administración financiera.

Con el módulo de gestión hotelera, podrá ofrecer a sus clientes un medio rápido y sencillo para que le puedan efectuar reservas e información de manera rápida y eficaz.

Es una herramienta muy fácil de utilizar que brinda un amplio detalle de los movimientos de huéspedes durante su estadía en el hotel. Se debe ingresar

por cada habitación que se abre una ficha de ingreso donde se le pedirá que complete la fecha y hora de ingreso a la habitación y número de habitación a ocupar, luego debe incorporar en ella a los pasajeros, donde se le pedirá que complete los datos personales de cada pasajero.

Con esto datos la habitación queda abierta y de ello dependerá la confección automática del libro de pasajeros. Otra característica, es que podrá llevar un control detallado de lo que consume cada pasajero durante su estadía en el hotel.

Finalmente con un clic del mouse podrá facturar esa habitación. También la factura podrá confeccionarse automáticamente a nombre de la empresa que los huéspedes representan, esta opción depende de cómo se haya configurado al cliente durante su ficha de alta.



Figura 1.- Logo del Siapre Hotel

## 2.2 VENTAJAS Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

El sector turístico es muy amplio y en los últimos años está en aumento gracias a la cifra considerable de turistas extranjeros que visitan nuestro país, por el incentivo que dio el Gobierno al realizar un plan de promoción turística en el exterior, y esto también motivo al turismo interno, lo que promovió que el número de negocios de hostería y hoteles de nuestro país se consoliden y amplíen, teniendo como resultado un mercado más competitivo y deseen mejorar su atención, por tal motivo es factible la comercialización del Módulo de Gestión de Hoteles ya que mejorará sus procesos.

Pocos emprendimientos son tan representativos de los conceptos calidad y servicio, como son los hoteles. Toda la estructura del negocio se basa en la buena atención de los clientes. Si la misma presenta fallas o es deficiente, no habrá clientes que regresen ni recomendaciones de calidad que estos hagan. Y el negocio puede quedar en la ruina.

Por ello es que precisa brindar lo mejor para la organización y para la clientela. Detectando donde se produzcan carencias o cuellos de botella, disponiendo de información a cualquier momento, estando en conocimiento exacto de lo que sucede en su establecimiento con solo pulsar una tecla. Y es por todo esto, que se precisa un buen software para la gestión administrativa de su hotel.

### **2.3 PUNTO DIFERENCIADOR Y BENEFICIOS**

El Módulo de Hotel que ofrecemos posee los siguientes beneficios:

- ❖ Llevar un mejor control de los procesos
- ❖ Administrar los recursos
- ❖ Nuestro sistema ha sido programado para que usted pueda configurar de forma rápida y sencilla su Módulo de Gestión Hotelera sin necesidad de ningún conocimiento informático.
- ❖ Su empresa contará desde el inicio de la relación comercial con un asesoramiento personalizado, preciso y permanente.

## 2.4 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO

El Módulo de Control de Hoteles está desarrollado bajo la plataforma Visual Basic 6.0 y utiliza como base de datos SQL 2005.

- ❖ Multiusuario
- ❖ Multidivisa
- ❖ Manejo de sucursales
- ❖ Compatible con todas las impresoras
- ❖ Mantenimiento de Clientes y proveedores
- ❖ Listas de precios con o sin impuestos
- ❖ Control de stock por unidades y envases
- ❖ Compras (notas de pedidos, cotizaciones, comparación de cotizaciones, órdenes de compra, remitos y facturas)
- ❖ Facturación (cotizaciones, pedidos, remitos, facturas, notas de crédito y notas de débito)
- ❖ Interface gráfica de fácil interpretación y sencillo manejo
- ❖ Gestión de cartera de clientes y proveedores (recibos, pagos y devoluciones)
- ❖ Gestión de cartera de cheques, tarjetas y documentos
- ❖ Gestión y conciliación de cuentas bancarias
- ❖ Cuentas corrientes de clientes y proveedores
- ❖ Contabilidad financiera y presupuestaria
- ❖ Contabilidad por centros de costos
- ❖ Balances
- ❖ Libro mayor y balance de sumas y saldos por centros de costos
- ❖ Asignación de perfiles de acceso a las distintas opciones por usuario y programa
- ❖ Conexión con periféricos varios (scanner seriales, pistolas láser, lector de código de barras)
- ❖ Generador de reportes, consultas y listados definibles.



## 2.5 ANALISIS DE LA INTEGRACIÓN CON LOS OTROS MÓDULOS

Automatiza y simplifica procesos que se realizan de forma manual por efecto de imponer una nueva estructura lógica, resultante muchas veces de una reingeniería, con los consiguientes ahorros de tiempo de operación, mejoramiento de la productividad y aumento la competitividad de la empresa.

Integra todas las áreas de una organización de manera que ésta tiene más control sobre su operación, estableciendo lazos de cooperación y coordinación entre los distintos departamentos, facilitando el proceso de control y auditoría.

Permite disponer de una solución integrada para algunas de las funciones de la organización, lo cual garantiza la actualización continua e inmediata de los datos donde se ubique la organización, mejorando así el proceso de la toma de decisiones.



**CAPÍTULO 3**  
**ANÁLISIS DE MERCADO Y**  
**COMPETIDORES**

### 3. ANALISIS DE MERCADO Y COMPETIDORES

#### 3.1 ANÁLISIS DE MERCADO

El mercado principal es el sector hotelero. El turismo es considerado una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. Dicha actividad no tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países, pues el entorno, las costumbres, el clima, entre otros, influyen en su desarrollo.

En el desarrollo de la actividad de un hotel se requiere de la existencia de un grupo de departamentos que inciden con su desempeño en el funcionamiento del mismo, requiriéndose una adecuada interrelación, cooperación y coordinación de forma tal que se garantice una labor en forma de sistema. La falla de cualquier departamento o cualquier persona de un departamento significa un servicio insatisfactorio y un cliente descontento.

La industria hotelera da al trabajador no sólo la responsabilidad de su producto, sino también la satisfacción adicional de comprobar el agrado de los clientes.

En cuanto a software para hoteles, se convierte en una necesidad para así ser más competitivos y eficientes.

El software utilizado tanto en las cadenas internacionales como en los hoteles particulares, deben cubrir las necesidades básicas y las tendencias son las mismas en cuanto al desarrollo de los mismos.

## **3.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR**

Un alto nivel en el mercado dota al sector turístico y hotelero y da una mayor percepción de los clientes y enfatiza la necesidad de ofrecerles una atención de calidad por lo que esto lleva a mejorar el manejo de información.

Nuestro mercado objetivo dentro del sector hotelero sería los Hoteles y Hostelerías de factor socioeconómico de media – baja ya que según sus necesidades y el incremento en actividad forja a este tipo de Hoteles a estar automatizados para que de tal manera lleven un control y registros de todos los movimientos que intervienen en este tipo de negocio.

En el desarrollo de las operaciones de una organización hotelera, aunque con diferencias importantes según la categoría del hotel, su dimensión, ubicación y localización geográfica y otras características de tipo estructural, concurre una diversidad de procesos particulares de gran complejidad lo que implementado un sistema informático les ahorrara un tiempo considerable. La actividad principal que realiza los Hoteles es prestar alojamiento a los clientes, el sistema que se comercializara cuenta con este servicio para el registro de huéspedes.

## **3.3 ANALISIS DE LAS 4P**

### **3.3.1 PRODUCTO**

El producto que se ofrece es un modulo de gestión de Hoteles el cual está integrado con los módulos principales de Cuentas por Cobrar para el registro de clientes y su cartera de crédito, el modulo de Cuentas por Pagar para llevar un estado de cuenta para cada proveedor que incluya: facturas, pagos,

notas de crédito, anticipos, u otros movimientos, saber cuáles son las facturas que se deben y a que proveedor, el modulo de contabilidad donde se maneja toda la información de la empresa, se debe mantener un registro de todas las entidades, con sus datos particulares y datos de sus movimientos dentro de la empresa, definir Plan de Cuentas, los Ejercicios Contables, Tipos de Asientos Contables, Asientos, etc., y así mantener almacenada la información contable de la Empresa.

Así mismo el modulo de gestión de hoteles es un software donde se registran los datos tales como: registro de habitaciones, productos del hotel, reservaciones, facturación, etc., para un control adecuado en el manejo de la información de los lugares hoteleros, dando una mayor rapidez en su manejo y precisión en datos ingresados.

### 3.3.2 PRECIO

Tomando en consideración el análisis de la competencia, el valor del sistema de gestión de hoteles que se va a comercializar es de \$1,200.00, que incluyen la capacitación e instalación del sistema.

Precio	
Modulo de Hoteles (Incluye 3 licencias)	\$1,200.00
Licencia por Maquina	\$ 120.00

Tabla 1.- Lista de Precio

### 3.3.3 PLAZA

Inicialmente realizaremos una convocatoria masiva para dar a conocer a las personas interesadas el modulo de gestión de hoteles y luego realizaremos marketing directo, se enviaran personas capacitadas a visitar cada uno de los hoteles mostrándole las características y funcionalidades del sistema para poder llegar a tener acogida en la venta a los diferentes establecimientos.

### 3.3.4 PROMOCIÓN

- ❖ Se difundirán folletos que indiquen las ventajas y beneficios que obtendrían los hoteles al usar un sistema informático para llevar un control organizado y adecuado de los procesos.
- ❖ Convocatorias a diferentes eventos demostrativos del sistema, para nuestro mercado objetivo.
- ❖ Boletines electrónicos informativos sobre las características del sistema.

## 3.4 PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN

Con la investigación a realizar esperamos coleccionar la mayor información, sobre las necesidades en los centros turísticos hoteleros, de los procesos que generan en la actualidad para el control de los registros de diferentes tipos de servicios que ofrecen, además buscamos posicionarnos en la mente de nuestros usuarios como un software informático fácil de usar, que se adapta al entorno de trabajo y cubre todas las necesidades.

La valiosa información proporcionada por la reunión y visita que se va a realizar a las personas encargadas de este tipo de negocio, además de las

encuestas nos permitirá analizar, procesar y determinar resultados con respecto a la aceptación de la introducción del módulo de gestión de hoteles integrado con otros módulos como se menciona anteriormente.

### 3.5 PLAN DE MUESTREO

Para determinar el tamaño de la muestra, se seleccionaría como población universo la representada por los hoteles y hosterías que pudimos comunicarnos.

Con esta población a través del probabilístico uniforme tomando en cuenta asignaciones de error, niveles de confianza y la tabla de la normal haciendo cálculos correspondientes para obtener la estimación del tamaño de la muestra siendo así estos datos base, consiguiendo así el probabilístico estratificado por afijación proporcional.

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 95% y un grado de error del 5%.

Se utilizará la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra, para el caso de una población infinita:

$$n = \frac{(P * Q)}{D^2}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

**P:** Probabilidad de éxito. En este caso “P” representa la probabilidad que los hoteles y hosterías utilicen nuestro sistema.

**Q:** Probabilidad de fracaso.

**D:** Máximo error permisible.

Al no contar con información previa, es prudente suponer que la probabilidad que los hoteles y hosterías utilicen nuestro sistema sea del 42%, y por tanto la probabilidad de fracaso “q” se ubique en el 30%. Mientras que el margen de error máximo permisible es del 5%. Resumiendo:

$$D = 0.05$$

$$P = 0.42$$

$$q = 0.30$$

Sustituyendo los datos en la ecuación “A”, se obtiene:

$$n = \frac{(0.42 * 0.3)}{0.0025} = 50$$

Se concluye por tanto, que se deben de realizar 50 encuestas, garantizando que los resultados obtenidos sean representativos de la población.

### 3.6 ENCUESTA PILOTO

Se realizó una encuesta piloto a 50 hoteles del Ecuador que pudimos contactar.

El modelo de cuestionario que se utilizó para llevar a cabo las encuestas se encuentra en anexos. [Ver Anexo 1]



### 3.7 PRESENTACION DE RESULTADOS OBTENIDOS EN ENCUESTA PILOTO

A continuación presentamos las tabulaciones obtenidas de la repuesta otorgada por la muestra encuestada en los diferentes posibles clientes.

#### SECCIÓN DESTINADA A PERSONAS ADMINISTRADORAS DE HOTELES

##### Pregunta 1

1.- ¿Tiene usted actualmente algún software para el control de sus procesos?

Opciones	Porcentaje
SI	10
NO	40

Tabla 2: Utilizan un software informático.

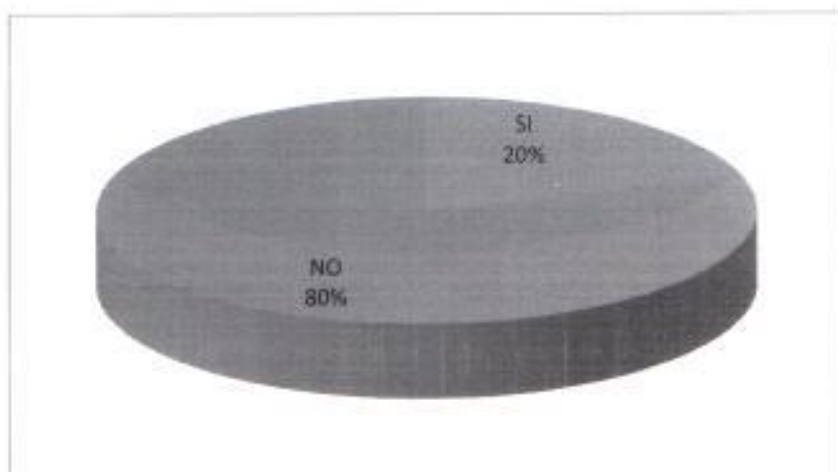


Figura 2: Representación porcentual de los Hoteles que actualmente poseen un software.

El 80% de los encuestados están utilizando un sistema para el control de sus procesos y el 20% no.

## Pregunta 2

2.- Considera importante tener un sistema informático para el control de sus procesos.

Opciones	Porcentaje
SI	38
NO	12

Tabla 3: Importante un Sistema Informático.

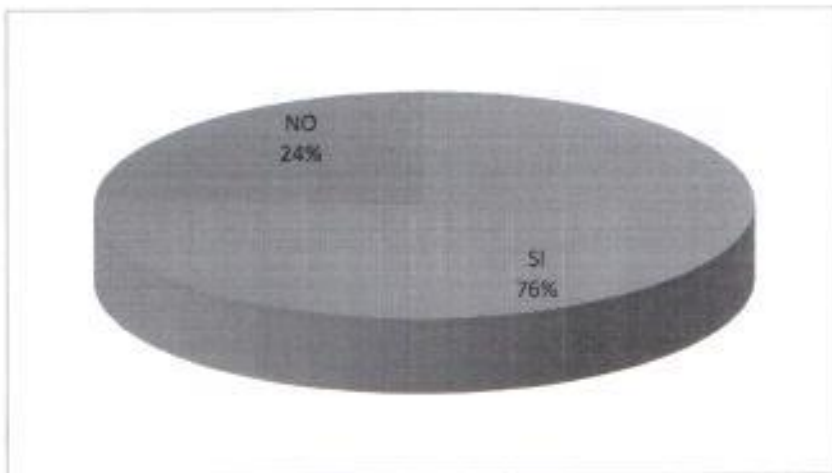


Figura 3: Representación porcentual de las personas que consideran importante un sistema informático.

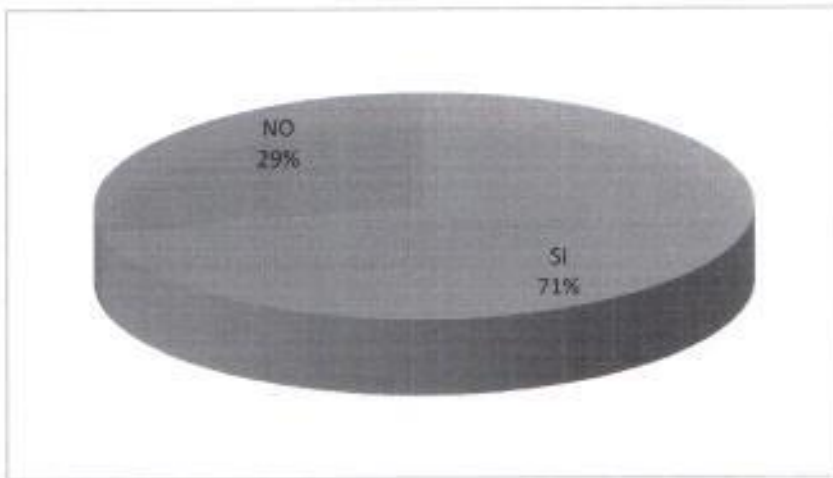
El 76% de los encuestados consideran que es importante tener un sistema para el control de los procesos que se realizan en un Hotel y el 24% no.

### Pregunta 3

#### 3.- Adquiriría un sistema para el control de Hoteles

Opciones	Porcentaje
SI	36
NO	14

**Tabla 4:** Adquiriría un sistema de control de Hoteles.



**Figura 4** Representación porcentual de las personas adquiriría un sistema de control de Hoteles.

El 71% de los encuestados nos mencionaron que estarían dispuestos a adquirir un sistema para el control de Hoteles y el 29% no.

#### Pregunta 4

4.- Si la respuesta anterior fue afirmativa. ¿El software que ustedes utilizan cubre todas sus necesidades?

Opciones	Porcentaje
SI	39
NO	11

Tabla 5: Información de su sistema.

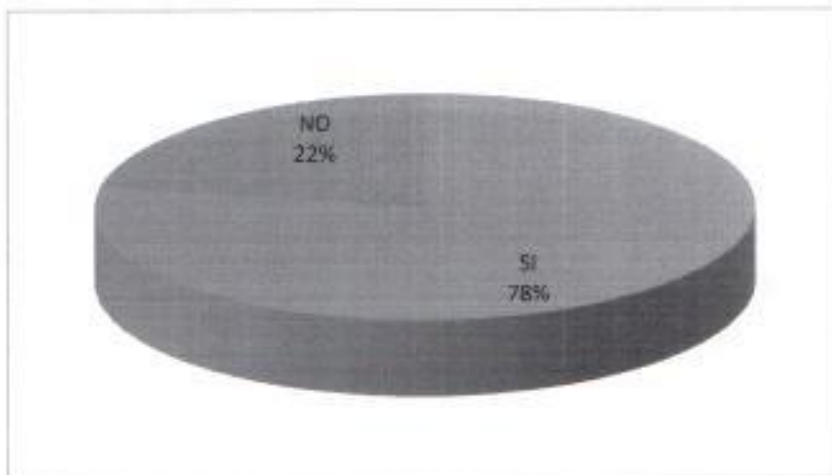


Figura 5: Representación porcentual de la satisfacción que sienten con el sistema actual.

El 78% de los encuestados nos afirman que es sistema que tienen actualmente para el control de sus procesos cubre sus necesidades y el 22% no.

## Pregunta 5

5.- ¿Cuánto tiempo tiene utilizando el software?

Opciones	Porcentaje
De 1 a 3 años	20
De 3 a 5 años	24
De 5 a 10 años	4
Más de 10 años	2

Tabla 6: Información de cuánto tiempo tiene usando el software

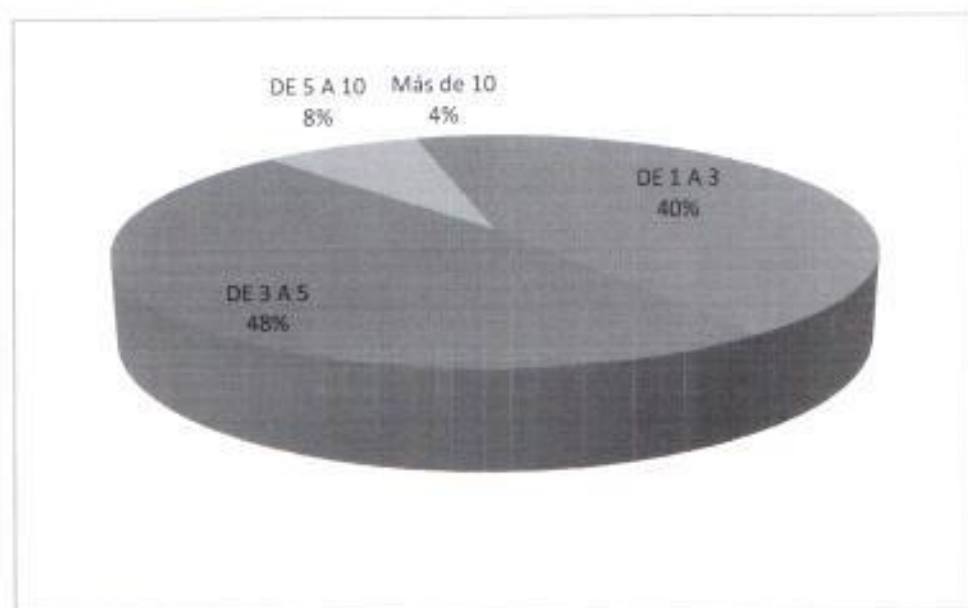


Figura 6: Representación porcentual del tiempo que tienen usando el software.

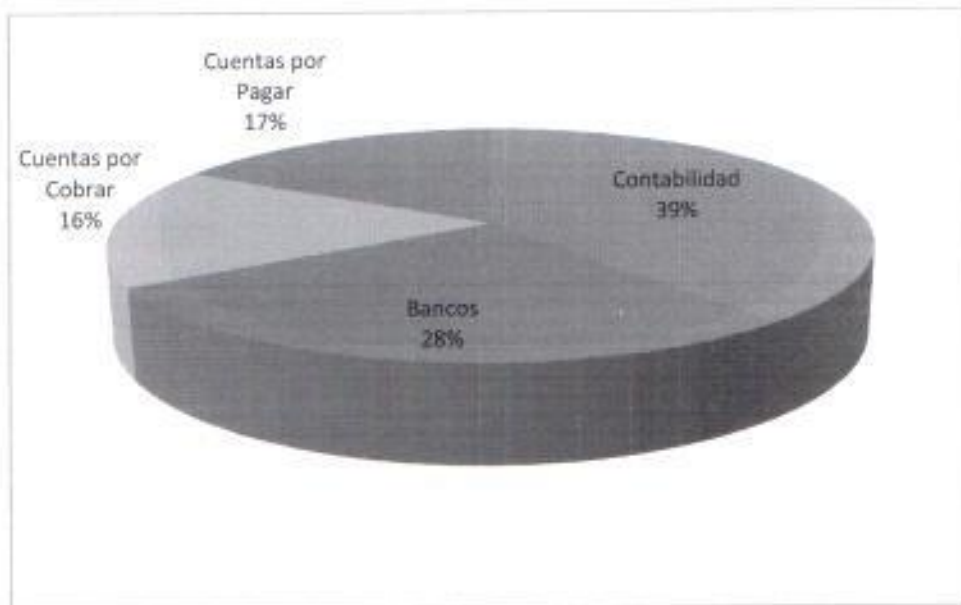
El 4% de los encuestados tienen usando el sistema más de 10 años, el 40% de 1 año a 3 años, el 48% de 3 a 5 años y el 8% de 5 a 10.

## Pregunta 6

6.- El sistema que tienen está integrado con los siguientes módulos:

Opciones	Porcentaje
Contabilidad	7
Bancos	5
Cuentas por Cobrar	3
Cuentas por Pagar	3

**Tabla 7:** Información de que módulos está integrado el sistema.



**Figura 7:** Representación porcentual a que módulos está integrado el sistema.

El 28% de los usuarios de los sistemas que ya tienen implementado en su Hotel cuentan con la integración del módulo de Bancos, el 16% el módulo de Cuentas por Cobrar, el 17% Cuentas por Pagar y el 39% Contabilidad.

## Pregunta 7

7. ¿Considera necesario que el sistema debería estar integrado con estos módulos?

Opciones	Porcentaje
SI	39
NO	11

Tabla 8: Información de módulos que debería estar integrado el sistema.

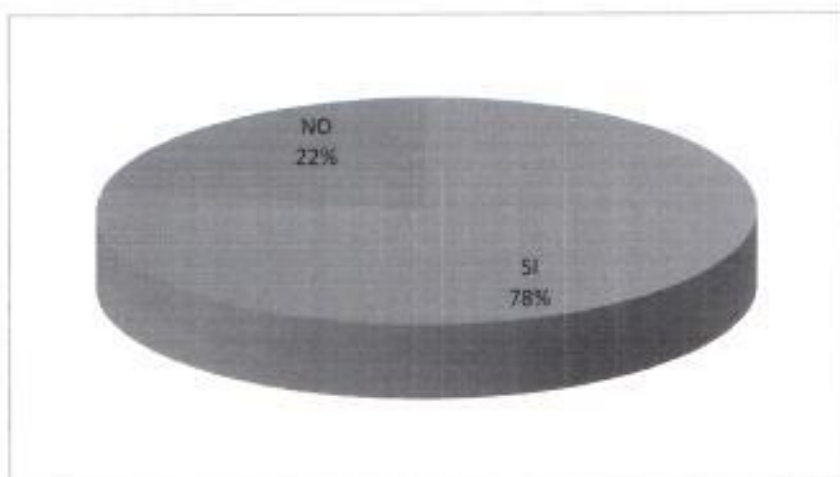


Figura 8: Representación porcentual de las personas que consideran debería estar integrado el sistema a estos módulos.

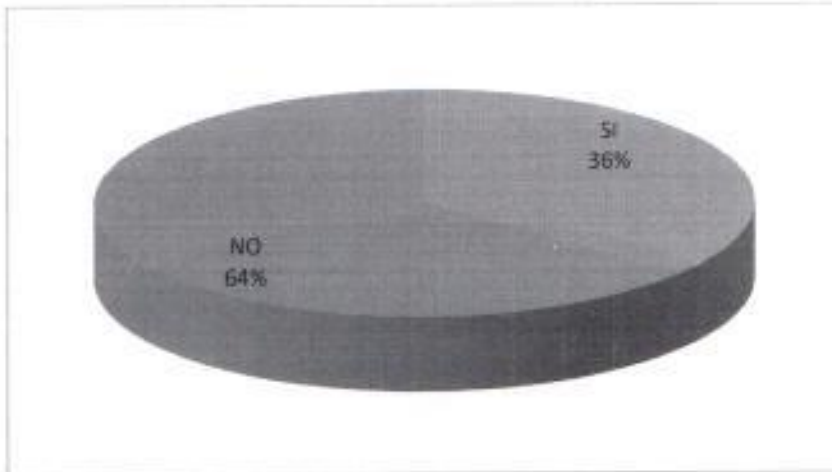
El 78% de los encuestados nos contestaron que debería el sistema estar integrado con los módulos de Cuentas por Pagar, Cuentas por Cobrar, Contabilidad y Bancos y el 22% no.

**Pregunta 8**

8. ¿Cambiaría el sistema que tiene actualmente por otro?

Opciones	Porcentaje
SI	20
NO	30

**Tabla 9:** Información si cambiaría el sistema actual.



**Figura 9:** Representación porcentual de las personas cambiaría el sistema actual.

El 64% de los encuestados nos respondieron que no cambiarían el sistema actual por diferentes motivos y el 36% que si cambiaría.



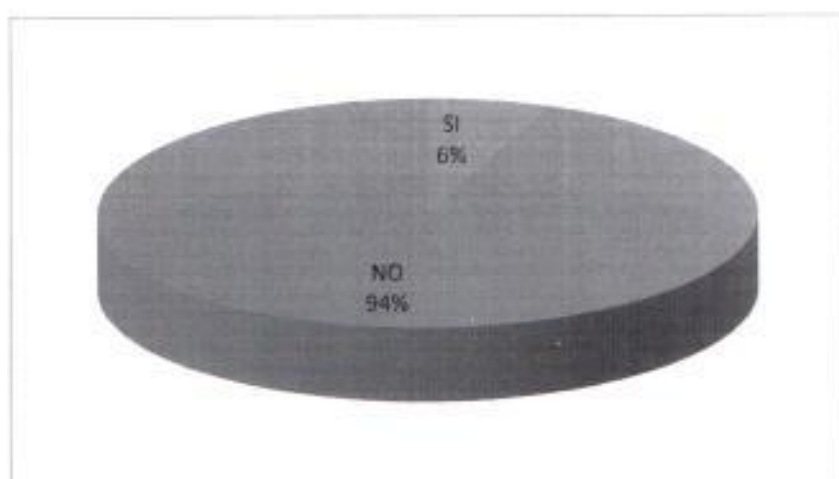
## SECCIÓN DESTINADA A HOTELES QUE NO TIENEN UN SISTEMA DE GESTION DE HOTELES

## Pregunta 9

9.- ¿Usted ha utilizado anteriormente un software para el manejo de su información?

Opciones	Porcentaje
SI	3
NO	47

**Tabla 10:** Información anteriormente ha usado un software.



**Figura 10:** Representación porcentual de las personas que han utilizado anteriormente un sistema.

El 94% de los encuestados que no tienen actualmente un sistema informático nos contestaron que no han utilizado anteriormente un sistema y el 6% que sí.

## Pregunta 10

10.- Si la respuesta anterior es afirmativa. ¿Por qué dejó de usar el sistema?

Opciones	Porcentaje
Errores en el sistema	4
El soporte técnico no era el adecuado.	5
El sistema no cubría sus necesidades.	6
Otros	10

Tabla 11: Información de porque dejó de usar el sistema.

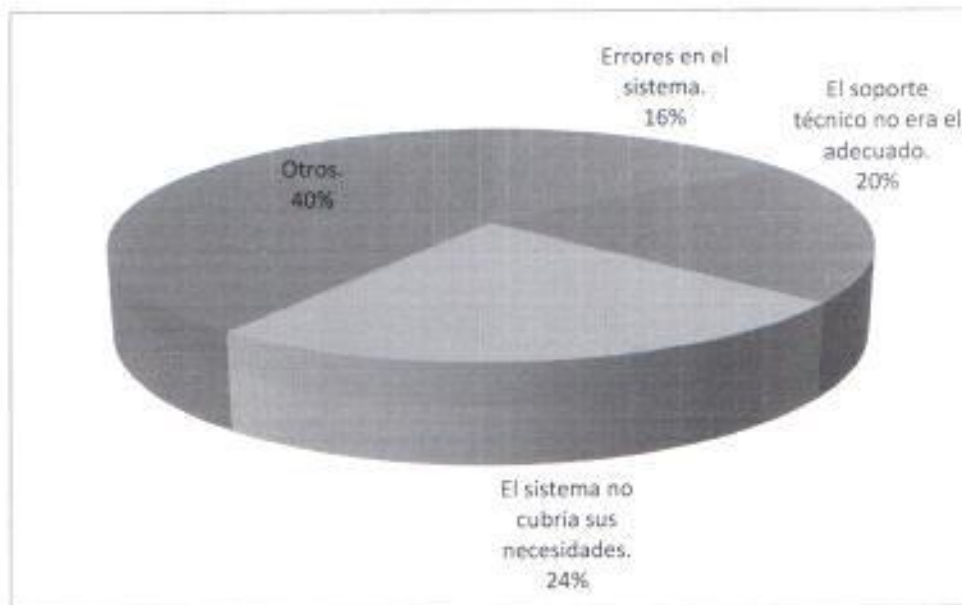


Figura 11: Representación porcentual de por qué razones dejaron de usar el sistema.

El 16% de los usuarios que han usado un sistema anteriormente prescindieron del sistema por errores, el 20% porque el soporte técnico no era el adecuado, el 24% el sistema no cubría sus necesidades y el 40% por otro motivo.

## Pregunta 11

11.- ¿Por qué motivo no ha adquirido un sistema?

Opciones	Porcentaje
Falta de conocimientos informáticos.	3
Falta de recursos económicos.	2
Falta de necesidad.	2
Otros	12

Tabla 12: Información de por qué motivo no ha adquirido un sistema.

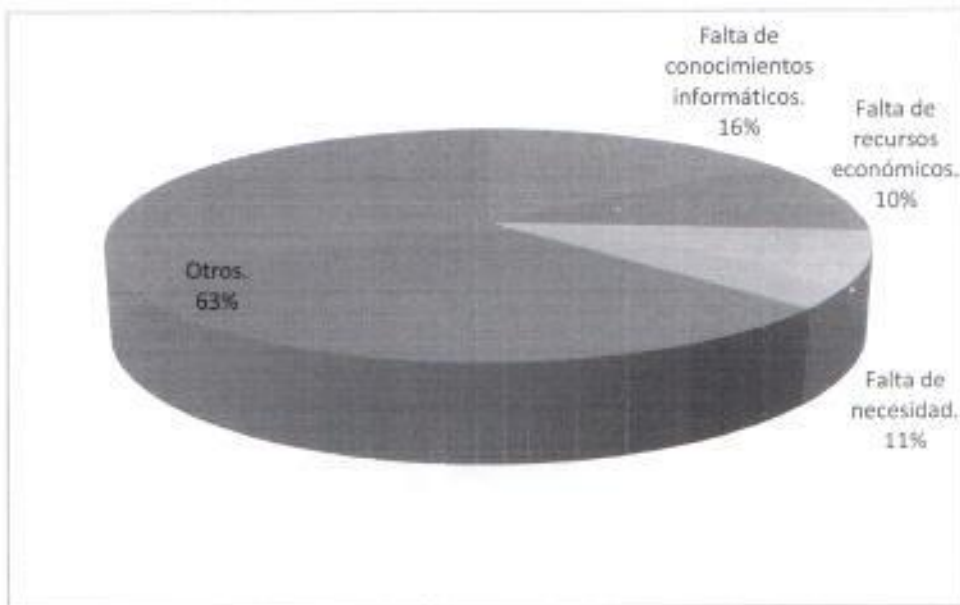


Figura 12: Representación porcentual de por qué motivo no ha adquirido un sistema.

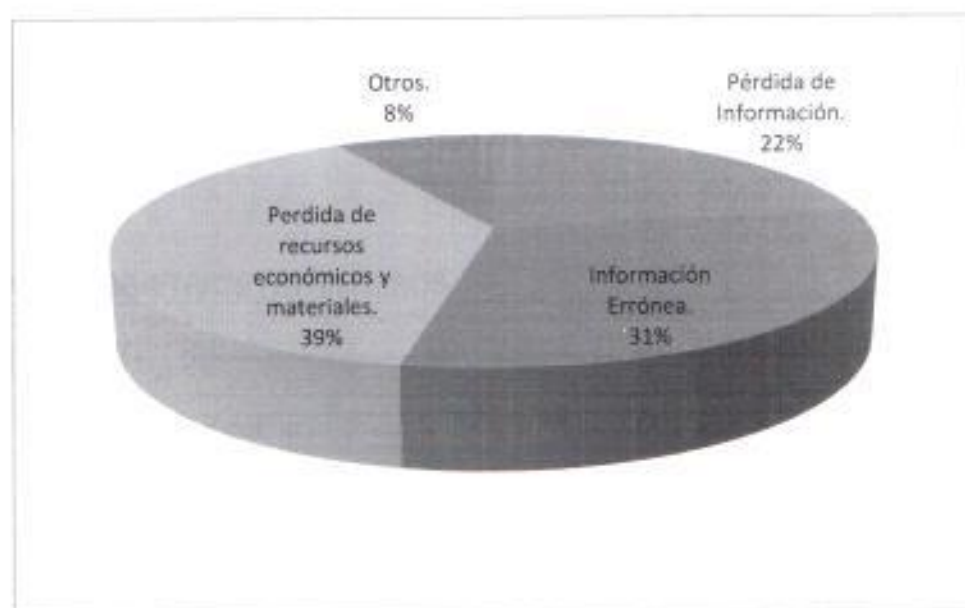
El 16% nos mencionaron que no han adquirido un sistema por falta de conocimientos informáticos, el 10% por falta de recursos económicos, el 11% porque no lo necesitan y el 63% por algún otro motivo.

## Pregunta 12

12.- ¿De la forma que maneja actualmente sus procesos administrativos, ha tenido algunos de los siguientes inconvenientes?

Opciones	Porcentaje
Pérdida de Información.	14
Información Errónea.	19
Perdida de recursos económicos y materiales.	24
Otros	5

**Tabla 13:** Información de que problemas ha tenido al no usar un sistema.



**Figura 13:** Representación porcentual de que problemas ha tenido al no usar un sistema.

El 39% de las personas encuestadas no respondieron que han tenido pérdida de recursos tanto económico como materiales, el 31% información errónea, el 22% pérdida de información y el 8% otro inconveniente.

## 3.8 OBJETIVOS MERCADOLÓGICOS Y FINANCIEROS

### 3.8.1 OBJETIVOS MERCADOLÓGICOS

- Ser reconocidos en el mercado como una empresa de desarrollo de software que cumple con las expectativas generadas por el mercado ecuatoriano, es decir, con este proyecto estamos siendo el auspiciante de un futuro prometedor para la automatización del sector hotelero de nuestro país.
- Destinar el 20% para marketing, de los ingresos por ventas.
- Identificar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Lograr que nuestro módulo de hoteles se ubique en el Top of Mind (Participación de Mente) de nuestro mercado primario y secundario.

### 3.8.2 OBJETIVOS FINANCIEROS

- Disminuir los gastos incurridos en un 5% anual.
- Recuperar la inversión inicial en el primer año de actividades.
- Ser una empresa solvente.
- Obtener una tasa de crecimiento del 5% anual en el mercado, a través de las ventas de cuadros y asimismo por el impacto conseguido por el mismo.
- Obtener un 5% de participación en el mercado.

### 3.9 CUANTIFICACIÓN DE MERCADO

#### CATASTRO DE HOSTERIAS DE LA PROVINCIA DE STA. ELENA

Cantón	Nombre	Categoría
SANTA ELENA	FARALLÓN DELLON	PRIMERA
	RETIRO EL	PRIMERA
CANTON LA LIBERTAD	LACOSTA	SEGUNDA
	DORADO EL	TERCERA
CANTON SALINAS	PUERTO AGUAJE	PRIMERA
	ECOLOGICA EL FARO	PRIMERA
	PLAYA CAÑELA HOTEL BOUTIQUE	PRIMERA
	REPOSO DEL GUERRERO EL	SEGUNDA
	MAR ADENTRO	SEGUNDA
	SHANTI MI KA	TERCERA

Tabla 14: Catastro de Hosterias de la Prov. de Santa Elena

## CATASTRO DE HOSTERIAS DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

Cantón	Nombre	Categoría
GUAYAQUIL (GUAYAQUIL, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	DOLCE FAR NIENTE	PRIMERA
	SARMIENTO	TERCERA
DURAN	D' FRANCO	PRIMERA
	HIGUERA LA	SEGUNDA
SAN JACINTO DE YAGUACHI	BELLAVISTA	PRIMERA
	MERCY MAR	PRIMERA
CHIMBORAZO	SINFONIA DEL MAR	PRIMERA
	PATIOS LOS	SEGUNDA
PLAYAS	MIA CASITA LA	SEGUNDA
	PUERTO FARO	SEGUNDA
	CABAÑAS CASAPLAYA	SEGUNDA
	PORTO DI MARE	SEGUNDA
	MEDITERRA	SEGUNDA
	GAVIOTAS LAS	TERCERA
	GUAYAS Y QUIL	TERCERA
FAMILIAR DON VILLO	TERCERA	

**Tabla 15:** Catastro de Hosterías de la Prov. del Guayas

### CATASTRO DE HOSTERIAS DE LA PROVINCIA DE LOS RIOS

Cantón	Nombre	Categoría
QUEVEDO (QUEVEDO, CAB CANTONAL)	RANCHO DALLAS	TERCERA

Tabla 16: Catastro de Hosterías de la Prov. de Los Rios

### CATASTRO DE HOSTERIAS DE LA PROVINCIA DE BOLIVAR

Cantón	Nombre	Categoría
SAN MIGUEL	TAMBO ANDINO	SEGUNDA

Tabla 17: Catastro de Hosterías de la Prov. de Bolivar



### CATASTRO DE HOTELES DE LA PROVINCIA DE STA. ELENA

Cantón	Nombre	Categoría	Habitaciones
SANTA ELENA	RESORT PUNTA CENTINELA	LUJO	74
	SUN BEACH	PRIMERA	49
	BALLENITA INN	SEGUNDA	0
LA LIBERTAD	MELBITA	TERCERA	0
CANTON SALINAS	BARCELO COLÓN MIRAMAR	LUJO	90
	DEL MAR	PRIMERA	40
	MEDITERRANEO	PRIMERA	33
	CHIPEPE	PRIMERA	47
	PLAYA DORADA	PRIMERA	20
	DA VINCI	SEGUNDA	18
	DON MINCHO	SEGUNDA	70
	OASIS	SEGUNDA	31
	SALINAS	SEGUNDA	35
	SALINAS COSTA AZUL	SEGUNDA	46
	SUITE SALINAS	SEGUNDA	106
	FIESTA CONTINENTAL	TERCERA	0
	PUNTA CARNERO	LUJO	42
	CONCHAS LAS	SEGUNDA	0

Tabla 18: Catastro de Hoteles de la Prov. de Santa Elena

### CATASTRO DE HOTELES DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

CANTON	Nombre	Categoría
GUAYAQUIL	CONTINENTAL	LUJO
	GRAND HOTEL GUAYAQUIL	LUJO
	HAMPTON INN BOULEVARD HOTEL & CASINO	LUJO
	HILTON COLON	LUJO
	ORO VERDE	LUJO
	RAMADA	LUJO
	UNIPARK	LUJO
	SHERATON	LUJO
	COURTYARD BY MARRIOTT GUAYAQUIL	LUJO
	HOTEL CITY PLAZA	PRIMERA
	ALEXANDER	PRIMERA
	AMERICAS LAS	PRIMERA
	DEL REY	PRIMERA
	DORAL	PRIMERA
	SOL DE ORO	PRIMERA
	RIZZO	PRIMERA
	SOL DE ORIENTE	PRIMERA
	MARCELIUS	PRIMERA
	GOLD CENTER HOTEL	PRIMERA
	PALACE	PRIMERA
	CASTELL	PRIMERA
	HOWARD JOHNSON	SEGUNDA
	MARCELIUS (SUCURSAL)	SEGUNDA
MALECÓN INN	SEGUNDA	
AVENTURA	SEGUNDA	
NUEVO ECUADOR	SEGUNDA	
DE ALBORADA	SEGUNDA	
NEVADA	SEGUNDA	

JARDIN EL	SEGUNDA
CENTENARIO	SEGUNDA
CALIFORNIA	SEGUNDA
NUEVO ECUADOR	SEGUNDA
PLAZA CENTENARIO	SEGUNDA
TORRE LA	SEGUNDA
INDIRA	SEGUNDA
CAPRI	SEGUNDA
TROPICAL INTERNACIONAL	SEGUNDA
ORQUIDEA INTERNACIONAL	SEGUNDA
PRESIDENTE INTERNACIONAL	SEGUNDA
VERSAILLES INTERNACIONAL	SEGUNDA
LUZ DE AMERICA DEL GUAYAS	TERCERA
HOTEL VELEZ	TERCERA
CAFRI PAC	TERCERA
PLAZA MONTECARLO	TERCERA
HOTEL - CAFETERIA 9 DE OCTUBRE	TERCERA
RIO GRANDE	TERCERA
BRASIL	TERCERA
PERLA DEL PACIFICO	TERCERA
U.S.A.	TERCERA
VELEZ	TERCERA
PLAZA ST RAFAEL	TERCERA
SANDER	TERCERA
ANDES INN	TERCERA
MONTECARLO	TERCERA
"D" WANG	TERCERA
PRIMAVERA	CUARTA
RESIDENCIA CHANG	SEGUNDA

ALFREDO  
BAQUERIZO  
MÓRENO  
(JUJAN)

<b>DURAN</b>	KEMBERLY	SEGUNDA
<b>MILAGRO</b>	CARSO INN	PRIMERA
	HOTEL NACIONAL	SEGUNDA
	EDEN	TERCERA
<b>NARANJAL</b>	NACIONAL	TERCERA
	DELICIAS INTERNACIONAL	TERCERA
<b>PLAYAS</b>	TUCANO EL	SEGUNDA
	ARENA CALIENTE	SEGUNDA
	PLAYAS	SEGUNDA
	REDES LAS	SEGUNDA

**Tabla 19:** Catastro de Hoteles de la Prov. del Guayas

#### CATASTRO DE HOTELES DE LA PROVINCIA DE LOS RIOS

Cantón	Nombre	Categoría
<b>BABAHOYO (BABAHOYO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)</b>	GRAND HOTEL PERLA VERDE	SEGUNDA
	GRAN HOTEL LA CHORRERA 2	TERCERA
	CACHARI	TERCERA
<b>QUEVEDO (QUEVEDO, CAB CANTONAL)</b>	OLIMPICO	PRIMERA
	INGLES	PRIMERA
	QUEVEDO INTERNACIONAL	SEGUNDA

**Tabla 20:** Catastro de Hoteles de la Prov. de Los Ríos

### 3.10 ANÁLISIS DE COMPETENCIA

provoca altos costos en publicidad y promoción necesarios para mantenerse en La empresa hotelera se caracteriza por el gran volumen de los costos indirectos motivado por diferentes factores, entre los que se destaca, las grandes inversiones en los activos fijos, lo que trae consigo altos gastos por concepto de depreciación, seguridad, mantenimiento a la instalación, seguros; los efectos del entorno competitivo que el mercado y otros relacionados con la gran gama de servicios de apoyo que son actividades que se generan dentro de la cadena de valor, siendo obsoleto y arbitrario los métodos de control y distribución de los gastos indirectos utilizados actualmente en la mayoría de las cadenas hoteleras por el sistema que tienen implantado.

El comportamiento del mercado interno no ha incentivado el incremento del consumo de herramientas tecnológicas de en el Sector Hotelero.

Las empresas jóvenes atraviesan en este momento por su prueba de fuego, tienen el gran reto de colocarse en el mercado que están atendiendo y enfrentarse a las nuevas propuestas de empresas extranjeras que compiten por el mercado.

Se puede observar que la gran oportunidad dentro de la faja de micro, pequeña y mediana empresa, puesto que este segmento representa el 94% de las empresas de Ecuador. Estas empresas del sector buscan soluciones y una mayor asesoría por parte de proveedores, y encuentran en los canales de distribución el canal ideal para atenderlos.

Para el software hotelero, hay mucha competencia, tanto nacional como extranjera ya que la mayoría de los hoteles que se encuentran en el mercado,

utilizan un software para cada uno de sus procesos administrativos, aunque se ve más competencia de software importado como los siguientes:

- ✓ Software DDS para gestión de Hoteles
- ✓ Software de Grandi & Asociados
- ✓ Arpón Win Surfing by Arpón Enterprise México
- ✓ Sistema GH-HOTEL de GupHotel
- ✓ .hotel de SysMe

Aunque se presenta una fuerte oferta de software, la demanda del sector es mayor, y exige un nivel de especialización en hotelería, que casi no se consigue. Se puede decir que no hay sistemas nacionales líderes en software hotelero, ya que se han ido desarrollando en base a las necesidades, y en asociación con los requerimientos.

**CUADRO COMPARATIVO**

	Software DDS para gestión de Hoteles	Software de Grandi & Asociados	Arpón Win Surfing By Arpón Enterprise México	Sistema GH-HOTEL de GupHotel	.hotel de SysMe	SIAPRE de Medilogic
Reservas	✓		✓	✓	✓	✓
Recepción		✓		✓		✓
Facturación	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Grupos				✓		
Auditoria						✓
Estadísticas				✓		✓

Planning grafico e interactivo de reservas y ocupación, gestión de entradas, salidas y facturación.	✓			✓		✓
Reservas, Check-In, Check-Out y facturación para grupos y agencias		✓		✓		✓
Gestión de contratos con agencias, cupos, liberación y tarifas por temporadas.		✓		✓		✓
Historial completo de sus clientes	✓			✓		✓
Gestión del día operativo, no show, entradas, salidas, cierre de cajas y resumen diario		✓		✓		✓



## **CAPÍTULO 4**

### **ESTRATEGIA COMERCIAL**



## **4 ESTRATEGIA COMERCIAL**

### **4.1 LANZAMIENTO DEL PRODUCTO**

Como estrategia comercial para el lanzamiento de nuestro producto y que este tenga una buena acogida se va a invitar a los administradores de los Hoteles y Hosterías para mostrarles las funcionalidades que ofrece nuestro módulo de Hoteles y los beneficios que van a obtener nuestros clientes al utilizarlo y al automatizar sus procesos, también se les enseñara las facilidades que el sistema permite para el manejo de la información así mismo se destacara las características del mismo. Como segunda estrategia se seleccionara al personal capacitado para que los visite y de a conocer más detenidamente nuestro software de gestión de Hoteles para así conseguir las ventas esperadas.

### **4.2 ESTRATEGIAS: PRECIO, COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

#### **4.2.1 ESTRATEGIA DE PRECIO**

Algunas estrategias que podemos utilizar, relacionadas al precio son:

- ❖ Lanzar al mercado el sistema con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, y podamos hacerlo rápidamente conocido.
- ❖ Tomar en cuenta el reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado, sin descuidar la calidad del producto.

#### 4.2.2 ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN O COMUNICACIÓN

Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la promoción son:

- ❖ Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.
- ❖ Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- ❖ Participar en ferias.
- ❖ Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- ❖ Crea afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.

#### 4.2.3 ESTRATEGIA PARA LA PLAZA O DISTRIBUCIÓN

Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la plaza o distribución son:

- ❖ Ofrecer nuestro sistema por medios como:
  - Internet, llamadas telefónicas, envío de correos.
- ❖ Vistas a domicilio por medio de nuestros capacitadores para que den a conocer todos las funcionalidades del modulo a los hoteles de distintos sectores del país.
- ❖ Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro sistema.
- ❖ Instalar un ambiente de prueba para que los clientes puedan utilizar el sistema y realicen los procesos de tal manera que se den cuenta

en que porcentaje se optimizarían sus procesos con el uso de una herramienta informática.

### **4.3 POLÍTICAS: COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS**

La distribución del producto se la realizará por medio de nuestra fuerza de ventas que se encuentran capacitados para la instalación y posterior adiestramiento del módulo a los dependientes del hotel u hostel.

Es política de Medialogic, ofrece sus productos y servicios en el mercado ecuatoriano dentro del marco de prácticas leales, equitativas y justas de libre comercio generalmente admitidas, sin otras restricciones que las establecidas en las leyes.

El área comercial de Medialogic S.A. trabaja con objetivos, generales y particulares, los que se miden y controlan en los periodos correspondientes.

Para el logro de sus fines, de Medialogic S.A. capacita y motiva permanentemente a la fuerza de ventas para que desarrolle su labor en forma profesional, aportándole la información de mercado necesaria para lograrlo.

Asimismo, Medialogic S.A. cuenta con un servicio de atención al cliente constante vía correo electrónico o telefónicamente.



## **CAPÍTULO 5**

### **ANÁLISIS FINANCIERO**

## 5. ANALISIS FINANCIERO

En este capítulo se detallan los estados financieros proyectados para el periodo de 1 año, el mismo que refleja los movimientos y las proyecciones económicas de nuestro proyecto.

### 5.1 CAPITAL DE TRABAJO

Para iniciar con el proyecto se necesita una inversión que incluye lo siguiente:

#### 5.1.1 INVERSIÓN PARA COMERCIALIZACIÓN DEL MÓDULO DE HOTELES

Realizando un estudio de la inversión inicial necesaria para llevar a cabo el proyecto de la comercialización del módulo de hoteles, tomando en cuenta que el Sistema ya se encuentra desarrollado, se llegó a la conclusión de cuál es el monto que será considerado para invertir en el proyecto, es aquel que se encuentra desglosado en la siguiente tabla.

#### 5.1.2 INVERSIÓN INICIAL

La proyección en ventas está determinada al mercado que nosotros tenemos como objetivo y basados en el estudio de factibilidad del Sistema Siapre.

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	TOTAL ANUAL
<b>Capital Aportado</b>		\$ 410,00
<b>Hardware</b>		\$ 590,00
Computador Intel core 2 (2)	\$ 550,00	
Impresora HP	\$ 40,00	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		\$ 1.000,00

Tabla 21 Tabla de inversión

## 5.2 INGRESOS

Los ingresos estimados obtenidos por las ventas y los servicios de soporte se encuentran detallados a continuación.

DESCRIPCIÓN	TIPO		VENTAS	TOTAL
<b>Venta del Sistema</b>	Mensual	\$1200,00	22	\$26.400,00
	Contrato de mantenimiento	\$150,00	16	\$10.950,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>				<b>\$37.350,00</b>

Tabla 22 Tabla de Ingresos.

## 5.3 GASTOS FIJOS

Los gastos fijos junto con el tiempo considerado para su determinación están resumidos en la siguiente tabla:

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	TIEMPO EN MESES	COSTO TOTAL	TOTAL ANUAL
<b>Gastos Generales</b>				<b>\$ 3.600,00</b>
Internet Banda Ancha	\$ 30,00	12	\$ 360,00	
Imprevistos	\$ 20,00	12	\$ 240,00	
Servicios Básicos	\$ 50,00	12	\$ 600,00	
Alquiler	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00	
Viáticos	\$100,00	12	\$ 1.200,00	
<b>Honorarios Profesionales</b>				<b>\$ 12.600,00</b>
Capacitadores (2)	\$ 600,00	12	\$ 7200,00	
Soporte Técnico	\$ 450,00	12	\$ 5400,00	
<b>TOTAL ANUAL GASTOS FIJOS</b>				<b>\$ 16.200,00</b>

Tabla 23 Tabla de Gastos.

## 5.4 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA COMERCIALIZACIÓN DEL SISTEMA														
MESES	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	Totales Anuales
Inversión Inicial	\$ 1.000													
Ventas del Sistema														
Miércoles		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 14.400
Contratos de Mantenimiento														
Miércoles		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 1.800
<b>TOTAL DE EGRESOS POR MES</b>	<b>\$ 1.200</b>	<b>\$ 1.200</b>	<b>\$ 2.400</b>	<b>\$ 2.400</b>	<b>\$ 2.700</b>	<b>\$ 3.000</b>	<b>\$ 3.300</b>	<b>\$ 3.600</b>	<b>\$ 3.900</b>	<b>\$ 4.200</b>	<b>\$ 4.500</b>	<b>\$ 4.800</b>	<b>\$ 5.100</b>	<b>\$ 37.350</b>
<b>Egresos Fijos</b>														
<b>Egresos Generales</b>														
Internet Banda Ancha	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 360
Impresoras	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 20	\$ 240
Servicios Básicos	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 600
Aquífero	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 1.200
Varios	\$ 200	\$ 150	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 1.200
<b>Costos</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 300</b>	<b>\$ 3.600</b>
<b>Honorarios Profesionales</b>														
Contadores	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 7.200
Software Técnico	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 5.400
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 12.600</b>
<b>TOTAL DE EGRESOS POR MES</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 16.200</b>
<b>UTILIDAD BRUTA POR MES</b>	<b>(\$ 150)</b>	<b>(\$ 150)</b>	<b>\$ 1.050</b>	<b>\$ 1.200</b>	<b>\$ 1.350</b>	<b>\$ 1.650</b>	<b>\$ 1.950</b>	<b>\$ 2.250</b>	<b>\$ 2.550</b>	<b>\$ 2.850</b>	<b>\$ 3.150</b>	<b>\$ 3.450</b>	<b>\$ 3.750</b>	<b>\$ 21.150</b>

Tabla 24 Flujo de Caja

FLUJO FINANCIERO													
Ingresos	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 2.400	\$ 2.550	\$ 2.700	\$ 3.000	\$ 3.300	\$ 3.600	\$ 3.900	\$ 4.200	\$ 4.500	\$ 4.800	\$ 37.350
Costos	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 3.600
Gastos Administrativos	\$ 1.050	\$ 1.250	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 1.050	\$ 2.600
Inversión													
Flujo Operacional	(\$ 150)	(\$ 350)	\$ 1.050	\$ 1.200	\$ 1.350	\$ 1.650	\$ 1.950	\$ 2.250	\$ 2.550	\$ 2.850	\$ 3.150	\$ 3.450	
Flujo Neto	-1000	(\$ 450)	\$ 750	\$ 900	\$ 1.050	\$ 1.350	\$ 1.650	\$ 1.950	\$ 2.250	\$ 2.550	\$ 2.850	\$ 3.150	

Valiación	
Valor Actual	\$ 17.550
Valor Actual (Flejo)	\$ 16.550
Tasa interna de Retorno	39%

Periodo de Recuperación: 510 Meses

Tabla 25: Flujo de Financiamiento.





## CAPÍTULO 6

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## 6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 CONCLUSIONES

El trabajo de investigación presentado anteriormente tuvo como objetivo principal realizar el Plan de Negocio para la introducción exitosa al mercado del Sistema Siapre Hotel dirigida al sector turístico ya que de acuerdo a las encuestas realizadas se pudo determinar que en la actualidad existen muchos hoteles que no se encuentran automatizados, por cuanto no cuentan con un sistema de administración de los procesos que ahí se manejan, convirtiéndose esto en un nicho de mercado en el cual podemos incursionar con una buena estrategia de mercado.

Además un porcentaje considerable de los hoteles y hosterías encuestadas presentan problemas por la falta de un sistema, tales como pérdida de información, pérdidas materiales y económicas, información errónea e inoportuna.

El seguimiento del modelo utilizado en el marco teórico, permitió llevar a cabo cada una de las partes necesarias y fundamentales para un Plan de Negocios.

También ayudó a cumplir con los objetivos específicos planteados al comienzo de la investigación.

Como conclusión final vale la pena recalcar que el 80% de nuestros encuestados afirmaron que SI les gustaría adquirir el Sistema de Control de Hoteles, con el precio y los beneficios que ofrecemos, lo que confirma la aceptación de nuestro plan de negocio.

## 6.2 RECOMENDACIONES

Para lograr posicionar nuestro Sistema y de esta forma alcanzar las metas trazadas, a continuación se plantean algunas recomendaciones.

- ❖ Responsabilidad de parte de los integrantes del grupo de proyecto y de todos los colaboradores involucrados en el mismo para de esta manera responder con un trabajo cumplido y eficiente para nuestros clientes.
- ❖ Nuestro sistema, así como la información contenida en él, será constantemente actualizado dentro de un tiempo determinado por el grupo de proyecto, para de esta forma no perder el interés de nuestros clientes.



**ANEXOS**  
**ANEXO1.- ENCUESTAS**

## 7 ANEXOS

### 7.1 ANEXO 1.- ENCUESTA



#### ENCUESTA: "COMERCIALIZACION DE UN SISTEMA PARA EL CONTROL DE HOTELES"

La presente encuesta es de carácter informativa, y tiene como objeto la de conocer su valiosa opinión respecto a la necesidad de implementar un modulo para el control de Hoteles, el cual redundará en beneficios. Es muy importante para nosotros, el obtener toda la información que nos permita conocer sus necesidades al respecto.

Agradecemos de antemano la información por usted proporcionada, la misma que nos será de gran utilidad.

**Realizada por:**

Lsi, Luis Román Z.

---

**SECCIÓN DESTINADA A PERSONAS ADMINISTRADORAS DE HOTELES**

---

1.- ¿Tiene usted actualmente algún software para el control de sus procesos?

Sí

No

¿Cuál?: \_\_\_\_\_

2.- Considera importante tener un sistema informático para el control de sus procesos.

Sí

No

¿Por qué?: \_\_\_\_\_

3.- Adquiriría un sistema para el control de Hoteles

Sí

No

¿Por qué?: \_\_\_\_\_

## SECCIÓN DESTINADA A HOTELES QUE TIENEN UN SISTEMA DE GESTION DE HOTELES

---

4.- Si la respuesta anterior fue afirmativa. ¿El software que ustedes utilizan cubre todas sus necesidades?

Sí

No  ¿Por qué?: \_\_\_\_\_

5.- ¿Cuánto tiempo tiene utilizando el software?

De 1 a 3 años

De 3 a 5 años

De 5 a 10 años

Más de 10 años

6.- El sistema que tienen está integrado con los siguientes módulos:

Contabilidad

Bancos

Cuentas por Cobrar

Cuentas por Pagar

Otro  \_\_\_\_\_

7. ¿Considera necesario que el sistema debería estar integrado con estos módulos?

Sí

No  ¿Por qué?: \_\_\_\_\_

8. ¿Cambiaría el sistema que tiene actualmente por otro?

Sí

No  ¿Por qué? \_\_\_\_\_



## SECCIÓN DESTINADA A HOTELES QUE NO TIENEN UN SISTEMA DE GESTIÓN DE HOTELES

---

9.- ¿Usted ha utilizado anteriormente un software para el manejo de su información?

Sí

No  ¿Cuál?: \_\_\_\_\_

10.- Si la respuesta anterior es afirmativa. ¿Por qué dejó de usar el sistema?

Errores en el sistema.

El soporte técnico no era el adecuado.

El sistema no cubría sus necesidades.

Otros. \_\_\_\_\_

11.- ¿Por qué motivo no ha adquirido un sistema?

Falta de conocimientos informáticos.

Falta de recursos económicos.

Falta de necesidad.

Otros. \_\_\_\_\_

12.- ¿De la forma que maneja actualmente sus procesos administrativos, ha tenido algunos de los siguientes inconvenientes?

Pérdida de Información.

- Información Errónea.
- Perdida de recursos económicos y materiales.

Otros. \_\_\_\_\_

Su aporte es muy importante para nosotros; para mantenerlo informado por favor escriba los datos solicitados a continuación:

Nombre: \_\_\_\_\_

Teléfonos: \_\_\_\_\_

Correo: \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.