



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN:**

Estudio de factibilidad en la implementación de un Sistema de Información Gerencial para mejorar los procesos administrativos en el Hotel "Ocean Blue" de la parroquia Crucita, provincia de Manabí.

**AUTORAS:**

Bowen Alcívar, María Jhael  
Añazco Loaiza, María Fernanda

**IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO:**

**INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:**

Ing. Fuentes Díaz, Rubén Raúl

**Guayaquil, Ecuador**

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Bowen Alcivar, María Jhael y Añazco Loaiza, María Fernanda, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional).

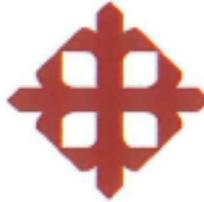
**TUTOR (A)**

Ing. Fuentes Díaz, Rubén Raúl

**DIRECTORA (e) DE LA CARRERA**

Lcda. Isabel Pérez Jiménez M.Ed.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, María Jhael Bowen Alcívar**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad en la implementación de un Sistema de Información Gerencial para mejorar los procesos administrativos en el Hotel "Ocean Blue" de la parroquia crucita, provincia de Manabí** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2015**

**LA AUTORA**

  
\_\_\_\_\_  
**María Jhael Bowen Alcívar**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **María Jhael Bowen Alcívar**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad en la implementación de un Sistema de Información Gerencial para mejorar los procesos administrativos en el Hotel "Ocean Blue" de la parroquia crucita, provincia de Manabi**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2015**

**LA AUTORA**

  
\_\_\_\_\_  
**María Jhael Bowen Alcívar**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **María Fernanda Añazco Loaiza**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad en la implementación de un Sistema de Información Gerencial para mejorar los procesos administrativos en el Hotel "Ocean Blue" de la parroquia crucifa, provincia de Manabí** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2015**

**LA AUTORA**

---

**María Fernanda Añazco Loaiza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, María Fernanda Añezco Loaiza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad en la implementación de un Sistema de Información Gerencial para mejorar los procesos administrativos en el Hotel "Ocean Blue" de la parroquia crucita, provincia de Manabí**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2015**

**LA AUTORA**

---

**María Fernanda Añezco Loaiza**

## AGRADECIMIENTOS

*A Dios, por habernos permitido llegar hasta este momento tan importante en nuestra vida. Por los triunfos y momentos difíciles que nos han enseñado a valorar la vida cada día más.*

*A nuestros padres, que han dado razón a nuestras vidas, por sus consejos, apoyo incondicional y su paciencia, y por habernos forjado como las personas que somos ahora.*

*A nuestros amigos, compañeros y todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de nuestros objetivos, en especial a nuestro amigo Israel Alava Delgado por su tiempo y paciencia.*

*A la Universidad Católica por brindarnos los conocimientos que hoy se ven plasmados en el presente trabajo, a nuestro tutor Ing. Rubén Fuentes por todos sus consejos y por guiarnos dentro del desarrollo de nuestro tema, a nuestra oponente Ing. Teresa Aizaga por dedicarnos su tiempo para despejar todas nuestras inquietudes.*

## DEDICATORIA

*La presente tesis se la dedico a mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y han compartido conmigo buenos y malos momentos*

*A mi padre por haberme forjado como la persona que soy actualmente, por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y enseñarme que con esfuerzo, trabajo y constancia todo se consigue, y que en esta vida nadie regala nada.*

*A mi madre por su amor y sacrificio en todos estos años, por hacer de mí una mejor persona, a través de sus consejos y enseñanzas. A mi tía por sus palabras alentadoras que no me dejaban decaer para seguir adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales.*

- *María Jhael Bowen Alcívar.*

## DEDICATORIA

*A mis padres por ser el pilar fundamental de todo lo que soy, por su trabajo, esfuerzo y apoyo incondicional para que pueda culminar mis estudios, y formarme como profesional dentro de esta institución. A mi hermana que a pesar de la distancia supo ofrecerme su amistad y brindarme sus consejos y confianza en el transcurso de mi carrera universitaria.*

- *Maria Fernanda Añezco Loaiza.*

# ÍNDICE GENERAL

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>vi</b>
<b>DEDICATORIAS</b> .....	<b>x</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xviii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xx</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>Planteamiento del problema</b> .....	<b>2</b>
<b>Pregunta de Investigación</b> .....	<b>3</b>
<b>Justificación</b> .....	<b>3</b>
<b>Contribución potencial del estudio</b> .....	<b>4</b>
<b>Alcance</b> .....	<b>4</b>
<b>Objetivo General</b> .....	<b>5</b>
<b>Objetivos Específicos</b> .....	<b>5</b>
<b>Hipótesis de la investigación</b> .....	<b>6</b>
<b>CAPITULO 1</b> .....	<b>7</b>
<b>FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1 Marco Teórico</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.1 Teoría de Sistema de Información Gerencial</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1.2 Actividades básicas de un sistema de información</b> .....	<b>9</b>
<b>1.1.3 Beneficios de los sistemas de Información de Gestión                 Hoteleras</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1.4 Crecimiento tecnológico y su impacto en el Ecuador</b> . .....	<b>11</b>
<b>1.1.5 Beneficios de la tecnología en el sector hotelero y turístico</b> 12	
<b>1.1.6 Teoría de los procesos administrativos dentro de una                 organización</b> .....	<b>15</b>
<b>1.2 Marco Conceptual</b> .....	<b>17</b>
<b>1.2.1 Sistemas de Información Gerencial</b> .....	<b>17</b>
<b>1.2.2 Tecnologías de información y comunicación</b> .....	<b>18</b>
<b>1.2.3 Programas informáticos o software</b> .....	<b>18</b>
<b>1.3 Marco Legal</b> .....	<b>20</b>
<b>1.4 Marco Referencial</b> .....	<b>27</b>
<b>CAPITULO 2</b> .....	<b>29</b>
<b>ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA</b> .....	<b>29</b>

2.1 Historia .....	29
2.2 Clasificación de la Empresa .....	30
2.2.1 Según el Sector de Actividad .....	30
2.2.2 Según el Tamaño .....	30
2.2.3 Según la Propiedad del Capital .....	30
2.2.4 Según el Ámbito de Actividad .....	31
2.2.5 Según el Destino de los Beneficios .....	31
2.2.6 Según la Forma Jurídica .....	31
2.3 Misión .....	31
2.4 Visión .....	31
2.5 Instalaciones .....	31
2.6 Organigrama estructural .....	32
2.7 Funciones del personal .....	32
2.7.1 Gerente General .....	32
2.7.2 Administrador Hotelero .....	32
2.7.3 Recepcionista .....	33
2.7.4 Chef .....	33
2.7.5 Ayudante de cocina .....	33
2.7.6 Ama de llaves .....	34
2.7.7 Camarera .....	34
2.7.8 Auxiliar contable .....	34
2.8 Cobertura .....	35
2.9 Forma de Contratación .....	35
2.10 Normativas Fundamentales de la Empresa .....	36
2.11 Análisis Foda .....	37
2.11.1 Análisis interno .....	38
2.11.2 Análisis externo .....	39
2.12 Análisis Mix Foda .....	40
2.13 Enfoque de las debilidades más importantes y estrategias a implementarse .....	42
<b>CAPITULO 3.....</b>	<b>43</b>
<b>ESTUDIO Y ANALISIS DEL MERCADO .....</b>	<b>43</b>
3.1 Tipo de Investigación .....	43
3.1.1 La Investigación descriptiva .....	43
3.2 Metodología de la Investigación .....	43
3.3 Técnicas e instrumentos para la recolección y análisis de datos .....	44
3.3.1 Encuestas .....	44

3.3.2 Entrevistas .....	44
3.4 Población y Muestra.....	45
3.4.1 Cálculo de la Muestra.....	46
3.5 Estudio de mercado por encuestas .....	46
3.5.1 Encuestas .....	46
3.5.2 Análisis de las encuestas .....	59
3.6 Las 5 fuerzas de Porter .....	59
3.6.1 Amenaza de Entrada .....	60
3.6.2 Intensidad de rivalidad entre competidores existentes .....	60
3.6.3 Amenaza de Productos o Servicios de Sustitución .....	61
3.6.4 Poder de Negociación de Proveedores .....	62
3.6.5 Poder de Negociación de Clientes (Compradores) .....	62
3.7 Entrevista a expertos .....	64
3.7.1 Contenido de la entrevista.....	64
3.7.2 Elección de expertos.....	64
3.7.3 Conclusiones de la entrevista.....	65
3.8 Descripción de los procesos operativos actuales del área administrativa del hotel.....	66
3.8.1 Check in .....	66
3.8.2 Check out .....	66
3.8.3 Reservas .....	67
3.8.4 Asignación de habitaciones .....	68
3.8.5 Registro de consumos del huésped.....	68
3.8.6 Control de inventario .....	69
3.8.7 Estados Financieros .....	69
<b>CAPITULO 4.....</b>	<b>70</b>
<b>SELECCIÓN DE PROVEEDORES Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DEL SIG .....</b>	<b>70</b>
4.1 Requerimientos Generales del sistema.....	70
4.1.1 Los 4 componentes de un sistema de información .....	70
4.2 Requerimientos funcionales.....	73
4.3 Proceso de Selección de Proveedores.....	74
4.3.1 Evaluación de las necesidades del hotel .....	74
4.3.2 Reunión y entrevista de Proveedores .....	75
4.3.3 Selección del tipo de software aplicable.....	85
4.4 Requerimientos de hardware para la implementación del software AM System .....	87

<b>4.5 Propuesta de Implementación del Sistema de Información Gerencial</b> .....	<b>88</b>
4.5.1 Check in .....	88
4.5.2 Check out .....	89
4.5.3 Reservas .....	90
4.5.4 Asignación de habitaciones .....	90
4.5.5 Registro de consumos del huésped .....	90
4.5.6 Control de inventario .....	90
4.5.7 Estados Financieros .....	91
<b>4.6 Procesos generales de operaciones del sistema de información gerencial propuesto</b> .....	<b>91</b>
4.6.1 Puntos de ingresos de datos .....	91
4.6.2 Almacenamiento de datos .....	91
4.6.3 Procesamiento de datos .....	91
4.6.4 Creación de indicadores .....	92
4.6.5 Reportes .....	92
4.6.6 Requisitos del personal de trabajo .....	92
<b>4.7 Redefinición de la funciones del personal</b> .....	<b>93</b>
4.7.1 Gerente General .....	93
4.7.2 Administrador Hotelero .....	93
4.7.3 Recepcionista .....	94
4.7.4 Chef .....	95
4.7.5 Ayudante de cocina .....	95
4.7.6 Ama de llaves .....	96
4.7.7 Camarera .....	96
4.7.8 Auxiliar contable .....	97
<b>4.8 Análisis Costo Beneficio</b> .....	<b>98</b>
<b>4.9 Metodología de Implementación del software Am/System</b> .....	<b>99</b>
<b>4.10 Análisis de riesgo</b> .....	<b>101</b>
<b>CAPITULO 5</b> .....	<b>102</b>
<b>ANALISIS FINANCIERO</b> .....	<b>102</b>
5.1 Inversión Inicial .....	102
5.2 Depreciación de activos .....	103
5.3 Costos y gastos .....	103
5.4 Proyección de ventas .....	104
5.5 Estado de pérdidas y ganancias .....	105
5.6 Flujo de caja .....	106
5.7 Indicadores de rentabilidad .....	108

5.7.1 Tasa interna de retorno.....	108
5.7.2 Payback.....	108
5.7.3 Punto de equilibrio.....	109
5.8 Sensibilidad del proyecto .....	109
5.9 Balance general proyectado.....	110
5.10 Conclusión del análisis financiero.....	111
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>112</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>117</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Estructura tradicional jerárquica de una organización .....	8
<b>Figura 2:</b> Actividades básicas de un sistema de información .....	9
<b>Figura 3:</b> Proceso Administrativo de una organización.....	15
<b>Figura 4:</b> Funciones del Administrador .....	15
<b>Figura 5:</b> Ciclo Administrativo.....	16
<b>Figura 6:</b> Proceso Administrativo.....	16
<b>Figura 7:</b> Proceso administrativo .....	17
<b>Figura 8:</b> Exteriores del Hotel Ocean Blue.....	30
<b>Figura 9:</b> Organigrama estructural del Hotel Ocean Blue.....	32
<b>Figura 10:</b> Cobertura del mercado local .....	35
<b>Figura 11</b> Modelo de las 5 Fuerzas de Porter .....	63
<b>Figura 12</b> Proceso Operativo actual del hotel Ocean Blue.....	67
<b>Figura 13</b> Los 4 componentes de un sistema de información .....	70
<b>Figura 14</b> Proceso de selección de proveedores.....	74
<b>Figura 15</b> Planning de Ocupación. ....	83
<b>Figura 16</b> AM táctil software .....	84
<b>Figura 17</b> Proceso operativo propuesto con la implantación de AM/hotel....	89

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Sector Privado para emisión de comprobantes electrónicos.....	24
<b>Tabla 2</b> Sector Público para emisión de comprobantes electrónicos.....	24
<b>Tabla 3</b> Análisis Foda.....	37
<b>Tabla 4</b> Análisis Mix Foda .....	40
<b>Tabla 5</b> Demanda Anual Promedio de clientes del Hotel Ocean Blue.....	45
<b>Tabla 6</b> Tiempo promedio que emplea el administrador/ persona encargada del registro en realizar el <i>check-in</i> .....	47
<b>Tabla 7</b> Calificación del Hotel Ocean Blue .....	48
<b>Tabla 8</b> Eficiencia en <i>Check-In/Out</i> .....	49
<b>Tabla 9</b> Interés de los encuestados en obtener un número único de identificación (ID) para facilitar el registro <i>check-in</i> .....	50
<b>Tabla 10</b> Porcentaje de recepción de comprobante de compra luego de realizar el <i>check-out</i> del hotel.....	51
<b>Tabla 11</b> Inconvenientes de clientes al recibir su comprobante de compra al realizar el <i>check-out</i> .....	52
<b>Tabla 12</b> Inconvenientes de clientes al recibir su comprobante de compra al realizar el <i>check-out</i> .....	53
<b>Tabla 13</b> De qué manera desearía que se registre la facturación de los consumos diarios dentro del establecimiento.....	54
<b>Tabla 14</b> Servicios Adicionales del Hotel Ocean Blue.....	55
<b>Tabla 15</b> Interés de los clientes en recibir información adicional de promociones, eventos y tarifas especiales del hotel .....	56

<b>Tabla 16</b> Medios de Información .....	57
<b>Tabla 17</b> Medios adicionales de pago .....	58
<b>Tabla 18</b> Competencia de otros hoteles en la parroquia Crucita .....	61
<b>Tabla 19</b> Expertos escogidos para la entrevista .....	64
<b>Tabla 20</b> Tabla de Calificaciones de los software .....	85
<b>Tabla 21</b> Cronograma de Implementación .....	100
<b>Tabla 22</b> Inversión Inicial .....	102
<b>Tabla 23</b> Depreciación de activos .....	103
<b>Tabla 24</b> Costos Unitarios de Producción .....	104
<b>Tabla 25</b> Gastos con Proyecto .....	104
<b>Tabla 26</b> Gastos sin Proyecto.....	104
<b>Tabla 27</b> Ventas proyectadas anuales .....	105
<b>Tabla 28</b> Estado de Pérdidas y Ganancias Anual.....	106
<b>Tabla 29</b> Flujo de Caja con proyecto.....	107
<b>Tabla 30</b> Indicadores Económicos.....	108
<b>Tabla 31</b> Payback .....	109
<b>Tabla 32</b> Punto de Equilibrio.....	109
<b>Tabla 33</b> Índice de Sensibilidad.....	110
<b>Tabla 34</b> Balance general proyectado.....	110

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Turista que arribaron al Ecuador en el 2015.....	13
<b>Gráfico 2</b> Turistas que arribaron al país durante el primer semestre del 2015 .....	13
<b>Gráfico 3</b> Tiempo promedio que emplea el administrador/(o persona encargada del registro) en realizar el <i>check-in</i> .....	47
<b>Gráfico 4</b> Calificación del Hotel Ocean Blue.....	48
<b>Gráfico 5</b> Eficiencia en <i>Check-In/Out</i> .....	49
<b>Gráfico 6</b> Interés de los encuestados en obtener un número único de identificación (ID) para facilitar el registro <i>check-in</i> .....	50
<b>Gráfico 7</b> Porcentaje de recepción de comprobante de compra luego de realizar el <i>check-out</i> del hotel.....	51
<b>Gráfico 8</b> Inconvenientes de clientes al recibir su comprobante de compra al realizar el <i>check-out</i> .....	52
<b>Gráfico 9</b> Razones de los inconvenientes al recibir comprobante de compra .....	53
<b>Gráfico 10</b> De qué manera desearía que se registre la facturación de los consumos diarios dentro del establecimiento.....	54
<b>Gráfico 11</b> Servicios Adicionales del Hotel Ocean Blue .....	55
<b>Gráfico 12</b> Interés de los clientes en recibir información adicional de promociones, eventos y tarifas especiales del hotel. ....	56
<b>Gráfico 13</b> Medios de Información.....	57
<b>Gráfico 14</b> Medios adicionales de pago .....	58

## INDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1</b>	Fotos del Hotel Ocean Blue .....	117
<b>Anexo 2</b>	Encuesta a los huéspedes del Hotel Ocean Blue .....	118
<b>Anexo 3</b>	Formato de entrevista a los expertos .....	120
<b>Anexo 4</b>	Entrevistas a los empleados del hotel Ocean Blue.....	122
<b>Anexo 5</b>	Documento de solicitud de propuestas (RFP) .....	127
<b>Anexo 6</b>	Términos de Referencia (TDR) de los diferentes sistemas .....	134
<b>Anexo 7</b>	Catalogo AM/System .....	144
<b>Anexo 8</b>	Especificaciones técnicas de Hardware .....	152
<b>Anexo 9</b>	Detalles de precios de equipos de cómputo y hardware .....	157
<b>Anexo 10</b>	Detalle de cotización del software Am/Systems.....	158
<b>Anexo 11</b>	Activos fijos de la empresa .....	159
<b>Anexo 12</b>	Depreciación del activo fijo .....	159
<b>Anexo 13</b>	Costos de materias primas y mantenimiento.....	159
<b>Anexo 14</b>	Gastos .....	159
<b>Anexo 15</b>	Programa de producción y ventas actual .....	161
<b>Anexo 16</b>	Ventas proyectadas .....	162
<b>Anexo 17</b>	Estados de pérdidas y ganancias mensuales.....	167
<b>Anexo 18</b>	Flujo de Caja sin proyecto.....	167
<b>Anexo 19</b>	Balance General .....	168

## RESUMEN

El presente proyecto está enfocado en el estudio de factibilidad para la implementación de un SIG (Sistema de Información Gerencial) que permita mejorar los procesos administrativos dentro del hotel Ocean Blue, con el fin de reducir tiempos e inventarios, mejorar la rentabilidad, brindar información veraz en tiempo real y ofrecer un servicio de calidad, el mismo que sea viable y logre obtener indicadores que permitan tomar decisiones idóneas para el buen funcionamiento de la organización.

En el capítulo I se establece criterios teóricos sobre los SIG, en el cual se explica su definición, su uso y base legal así como visibles ejemplos de hoteles que han resuelto problemas de alta envergadura con su implementación. En el capítulo II se da a conocer una breve narrativa de la historia del hotel, su constitución, la organización estructural, las funciones del personal, forma de contratación y normativas generales de la empresa.

Para conocer la viabilidad del proyecto en el capítulo III se realiza el estudio e investigación de mercado donde se encuesta a los huéspedes del hotel para conocer sus reclamos, necesidades y sugerencias respecto a los procesos de *check-in* y *check-out*. Adicionalmente se desarrolla una encuesta a expertos en el área de sistemas de información gerencial y del sector hotelero con el objetivo de agrupar diferentes opiniones y sugerencias de expertos en el área.

En el capítulo IV se establece la propuesta de implementación, dando a conocer los beneficios del software seleccionado, junto con los requerimientos necesarios para su buen funcionamiento. Finalmente, se determina la inversión a realizarse a través del estudio financiero, lo cual resulta con una TIR del 43%, lo que demuestra que la implantación del SIG es rentable.

**Palabras claves:** (implementación, SIG, rentabilidad, gestión administrativa, check-in, check-out, TIR)

## ABSTRACT

The present project is focused on the study of feasibility for the implementation of a MIS (Management Information System) that allows improvement in the administrative processes inside the Ocean Blue Hotel in order to reduce times and inventories, to improve profitability, provide accurate information in real time and good quality service. The project is viable and manages to obtain indicators to take appropriate decisions for the correct functioning of the organization.

Chapter I determines the theoretical criteria of the MIS, which explains its definition, its use and legal base as well as visible examples of hotels that have solved critical problems with the implementation of a MIS. In the second part it provides a brief narrative of the history of the hotel, its constitution, structural organization, staff functions and corporate government.

To know if the project is feasible in chapter III, a study and research of the market was done, where the guests of the hotel were polled to know their claims, including needs and suggestions with regard to the processes of check-in and check-out. Additionally the Delphi method was applied in order to group different opinions and suggestions of experts in the field.

In chapter IV the offer of implementation was established, announcing the benefits of the selected software, along with the requirements necessary for proper operation. Finally the investment to be made through the financial study, had an IRR of 43% showing that MIS implementation is profitable.

**Clue words:** (implementation, MIS, profitability, administrative management, check-in, check-out, IRR)

## RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Le présent projet est mis au point dans l'étude de faisabilité pour l'implémentation d'un SIG (System de Gestión de l'Information) qui permet d'améliorer les processus administratifs à l'intérieur de l'hôtel Ocean Blue afin de réduire les temps, les inventaires, améliorer la rentabilité, en offrir une information véridique en temps réel et un service de qualité, en même temps qui soit faisable et réalisable d'obtenir les indicateurs qui permettent de prendre des décisions idéales pour le bon fonctionnement de l'entreprise.

Le chapitre I a établi les critères théoriques sur les SGI, lesquels expliquent sa définition, son usage et la base légale ainsi que les exemples visibles d'hôtels qui ont résolu des problèmes de haute envergure avec l'implémentation d'un SGI. Dans la deuxième partie on fait connaître une brève narration de l'histoire de l'hôtel, sa constitution, l'organisation structurelle, les fonctions du personnel, et le gouvernement corporatif.

Pour connaître si le projet est viable dans le chapitre III ont réalisé l'étude et la recherche du marché, où les clients de l'hôtel ont été interrogés pour connaître ses réclamations, leurs nécessités et leurs suggestions par rapport aux processus de l'accueil et de sortie de reception de l'entreprise. En plus ont appliqué la méthode Delphi avec l'objectif de grouper différentes opinions et des suggestions d'experts.

Au chapitre IV a établi la proposition d'implémentation, en permettant de connaître les bénéfices du logiciel sélectionné, avec les requêtes nécessaires pour son bon fonctionnement. Finalement on a déterminé l'investissement à réaliser à travers l'étude financière, ce qui a résulté avec une TRI de 43%, ce qui démontre que l'implantation du SIG est rentable.

**Mots-clés:** (implémentation, SGI, rentabilité, gestion administrative, l'accueil et de sortie de reception, TRI)

## INTRODUCCIÓN

A partir de la llegada de la globalización y del uso de tecnologías de información y comunicación muchas empresas tuvieron la necesidad de reestructurar su organización adaptándose a nuevos entornos competitivos. El medio en el cual se desenvuelven negocios dedicados a diferentes actividades económicas demanda ir de la mano con la tecnología y por ende de sistemas de información gerencial que son herramientas clave para la gestión administrativa.

Debido al gran desarrollo que ha tenido la tecnología y la acelerada expansión del internet, el intercambio de comunicación e información ha logrado llegar a todos los entornos de la sociedad por lo que es necesario establecer un sistema de información gerencial que integre cantidad y calidad de datos críticos en las pequeñas y grandes industrias. Según el Ministerio de Turismo el sector turístico abarca un gran volumen de datos, por lo que es necesaria la implementación de un sistema que permita resolver problemas al momento de diseñar y desarrollar planes y programas de gestión debido al mal manejo de los procesos operativos.

Es indispensable introducir una nueva estrategia que permita estar a la par de las grandes competencias hoteleras y turísticas, a través de la implementación de un sistema de información gerencial que permita controlar y manejar la disponibilidad de tiempos de manera eficiente y efectiva, lo cual permite tener mayor control en la gestión administrativa reduciendo errores en los procesos del hotel y así poder facilitar el incremento de ingresos y mejorar la calidad de servicio a los clientes.

## **Planteamiento del problema**

La tecnología de la información es considerada en la actualidad una herramienta esencial en el desarrollo de los negocios, ha cambiado la forma de trabajo como, recopilar información y reducir tiempos en los procesos operativos. El turismo a lo largo del tiempo ha experimentado grandes cambios, uno de ellos es contar con información actualizada, estas modificaciones han hecho que los hoteles deban adaptarse a nuevos modelos de gestión.

Es importante señalar que el primer ordenador que se utilizó en los hoteles fue en 1963 por el hotel Milton de Nueva York, y el primer sistema de información gerencial hotelera (SIGH) fue implementado por el hotel Sheraton en 1970 (Martínez, Majó, & Casadesús, 2006) y a partir de los años 80's se incrementó el uso de esta tecnología, llegando a convertirse en una parte primordial para la gestión de los hoteles.

El presente proyecto propone la implementación de una herramienta de control y gestión en el Hotel Ocean Blue que ayude a medir y corregir el desempeño de sus operaciones así como definir funcionalmente la competitividad del capital humano existente, actividades que actualmente son realizadas de manera empírica y poco funcional, dificultando e impidiendo un control administrativo – financiero eficiente, lo que provoca conflictos y descuadres a la hora de contabilizar los diferentes rubros económicos de la empresa, y como consecuencia, pérdidas de inventario, sobrecarga laboral, registro parcial de transacciones económicas y robo.

La ausencia de un Sistema de Información Gerencial también afecta a las relaciones empresa-cliente, lo cual se puede sustentar en las demoras que se presentan al registrar los huéspedes, ya que causa retrasos en el procesamiento de la información, pérdida de datos por falta de tecnología, en detrimento de la satisfacción del servicio al cliente detectadas en los frecuentes reclamos y quejas por parte de los mismos.

## **Pregunta de Investigación**

¿De qué manera la implementación de un Sistema de Información Gerencial incidirá en la mejora de los procesos administrativos en el Hotel “Ocean Blue”?

## **Justificación**

La administración tiene el rol principal de plantear las funciones operativas a realizar en las diferentes organizaciones, y ofrecer bienes y servicios de calidad que garanticen la satisfacción del cliente y el crecimiento interno de la misma, permitiendo que las organizaciones se fortalezcan ante los diferentes cambios y problemáticas de su entorno.

Los modelos de gestión administrativa ayudan en la optimización y ejecución de las diferentes fases operativas, con el fin de incrementar la cantidad y eficacia de los diversos servicios que ofrece la empresa. El incorporar un nuevo modelo al sistema administrativo permite optimizar el desarrollo y el tiempo empleado en la ejecución de los procesos operativos.

Con la implantación de un sistema de información gerencial se puede lograr acceso rápido a la información y por ende mejoras en la atención a los clientes, generar informes e indicadores, que ayuden a corregir fallas difíciles de detectar y controlar con un sistema manual, así como evitar pérdida de tiempo recopilando información que ya está almacenada en bases de datos que se pueden compartir.

Por consiguiente, es necesario elaborar un plan de reestructuración de los procesos administrativos del establecimiento, redefiniendo funciones, tareas, y actividades que permitan facilitar y automatizar procesos que actualmente se realizan manualmente, obteniendo como resultado un servicio de calidad al cliente, de esta manera se cumplirá la finalidad por la cual fue creado el Hotel Ocean Blue, es decir, satisfacer las necesidades y

requerimientos del cliente, como respuesta al constante crecimiento turístico que refleja la parroquia Crucita en la provincia de Manabí.

### **Contribución potencial del estudio**

- Optimizar el servicio al cliente para lograr mayor competitividad frente a hoteles de la parroquia Crucita.
- Reducir tiempos en registro y facturación para evitar reclamos e inconvenientes con los clientes.
- Redefinir las funciones dentro de la estructura organizacional para que de esta forma el personal tenga una visión clara de sus tareas.
- Controlar el movimiento de inventario, para optimizar recursos y capital, evitando pérdidas o descuadre que perjudiquen la rentabilidad.

### **Alcance**

El presente proyecto se enfoca en la implementación de un Sistema de Información Gerencial, que tiene alcance local debido a que incide directamente en el hotel Ocean Blue. Mediante la implementación de este sistema se pretende mejorar los procesos administrativos en los cuales se han identificado puntos críticos que afectan la organización del hotel. Reafirmando así que se evidencia la necesidad de mejorar el control, dirección y planificación administrativa, logrando ofrecer un servicio de alta calidad lo que se verá reflejado en un incremento de demanda y rentabilidad.

Claramente el alcance del proyecto abarca los siguientes módulos:

- Módulo de reservas de habitaciones: Cuenta con una serie de reportes y consultas que facilitan este proceso:
  - Registro de reservaciones
  - Reportes
  - Consultas
  - Cancelaciones

- Módulo de facturación de servicios varios: Controla los servicios adicionales como es la venta de productos y servicios varios:
  - Servicio de lavandería
  - Acceso a piscinas
  - Alquiler de sala de eventos
  
- Módulo de restaurant: genera información de las cantidades consumidas por los huéspedes en alimentos y bebidas, como también:
  - Inventario de víveres
  - Proveedores
  - Productos
  - Administración de tarifas
  - Menú carta de platos
  - Inventario de cocina

## **Objetivo General**

Elaborar un estudio para determinar la factibilidad en la implementación de un sistema de información gerencial que permita mejorar los procesos administrativos dentro del hotel Ocean Blue en la parroquia Crucita, provincia de Manabí.

## **Objetivos Específicos**

- Identificar la situación actual del Hotel Ocean Blue.
- Diagnosticar y evaluar los problemas y procesos administrativos y operativos ineficientes del establecimiento.
- Establecer los requerimientos funcionales que garanticen y respalden el buen funcionamiento del sistema de información gerencial.
- Buscar y evaluar los sistemas de información gerencial disponibles en el

mercado que más se ajusten a las necesidades de esta empresa.

- Describir los cambios y las mejoras en los procesos operativos con la implementación del sistema de información gerencial elegido.
- Cuantificar el beneficio económico generado a través de la implementación del sistema de información gerencial.

### **Hipótesis de la investigación**

Si, un Sistema de Información Gerencial permite a las empresas ser más eficientes, reducir tiempos, controlar inventarios, brindar un buen servicio a sus clientes, entonces el Hotel Ocean Blue con la implementación de un SIG podrá desarrollar estrategias para mejorar los procesos administrativos.

**Variable Independiente:** Sistema de Información Gerencial

**Variable Dependiente:** Procesos Administrativos

# CAPITULO 1

## FUNDAMENTOS TEÓRICOS

### 1.1 Marco Teórico

#### 1.1.1 Teoría de Sistema de Información Gerencial

La técnica empleada por un Sistema de Información Gerencial es poner a disposición de los gerentes información confiable y oportuna que sea necesaria para facilitar los procesos administrativos y operativos permitiendo que las funciones de planeación y control se realicen de forma eficiente en la organización.

Martínez (2006) señala que la innovación de la tecnología es un factor esencial dentro de los hoteles, debido a que pueden ser competentes gracias a los servicios ofertados.

Un sistema de información puede resultar muy complejo debido a que maneja gran cantidad de datos y variables. Gil (2006) señala que:

Conjunto integrado de procesos, principalmente formales, desarrollados en un entorno usuario-ordenador, que operando sobre un conjunto de datos estructurados (base de datos) de una organización, recopilan, procesan y distribuyen selectivamente la información necesaria para, la operatividad habitual de la organización y las actividades propias de la dirección de la misma.

Para definir un sistema de información existen amplias definiciones. Una de ellas es:

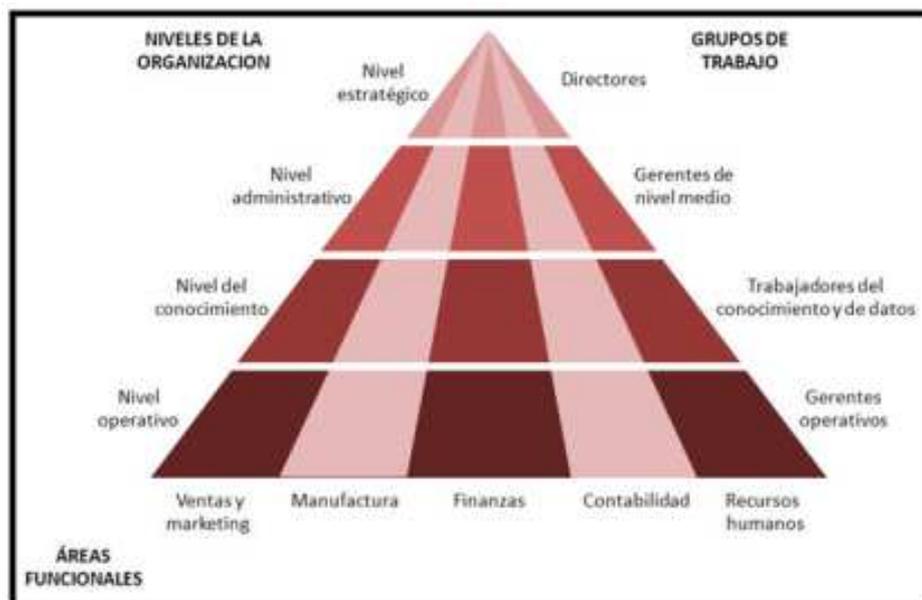
Conjunto de partes interrelacionadas, hardware, software y recurso humano que permite almacenar y procesar información. El hardware incluye computadoras o cualquier tipo de dispositivo electrónico inteligente, que consisten en procesadores, memoria, sistemas de almacenamiento externo, etc. El software incluye el sistema operativo, y aplicaciones, siendo especialmente importante los sistemas de gestión de bases de datos. Por último el soporte humano incluye al personal técnico que crean y mantienen el sistema (analistas, programadores, operarios, etc.) y a los usuarios que lo utilizan (Kenneth, 2008).

Los Sistemas de Información Gerencial hacen referencia a la toma de decisiones. Por lo tanto el sistema de información gerencial es un conjunto de volumen de datos relacionados íntegramente entre sí, los cuales transforman la información adaptándola de acuerdo a las necesidades y estilos para mejorar la eficiencia y productividad en las operaciones y la administración.

Así mismo Laudon y Laudon (2004) define los Sistemas de Información Gerencial como:

Un conjunto de componentes interrelacionados que recolectan, procesan analizan y distribuyen información para apoyar la toma de decisiones y el control en una organización. Además de apoyar la toma de decisiones, la coordinación y el control en una organización, los sistemas de información también pueden ayudar a los gerentes y jefes a analizar problemas, visualizar asuntos complejos y crear productos nuevos (p. 7).

Los sistemas de información gerencial se pueden ver como una figura piramidal (Ver figura 1).



**Figura 1:** Estructura tradicional jerárquica de una organización  
**Fuente:** (Laudon & Laudon, 2004)

Cada parte de una organización está designada para desarrollar funciones importantes debido a que hay intereses, especialidades y niveles diferentes. Kenneth y Jane Laudon señalan una forma de esquematizar la organización a través de una pirámide, en la cual se muestran los distintos niveles existentes, grupos de personas que se ven involucradas y áreas funcionales de la organización. Este tipo de modelo permite incluir e identificar de una buena manera las tecnologías, en particular los sistemas de información.

### 1.1.2 Actividades básicas de un sistema de información



**Figura 2:** Actividades básicas de un sistema de información

**Fuente:** Kenneth C. Laudon, y Jane P. Laudon

Analizando la figura 2, Kenneth C. Laudon y Jane P. Laudon (2004) afirman que:

**Entradas de información:** Proceso mediante el cual el Sistema de Información toma los datos que requiere para procesar la información. Pueden ser manuales o automáticas.

**Almacenamiento de Información:** El sistema puede reconocer la información guardada en la sesión o proceso anterior.

**Procesamiento de Información:** Es la capacidad del Sistema de Información para efectuar cálculos de acuerdo con una secuencia de operaciones preestablecida.

Estas características de los sistemas permiten la transformación de datos fuentes en información que puede ser utilizada para la toma de decisiones.

**Salida de Información:** La salida es la capacidad de un Sistema de Información para sacar la información procesada o bien datos de entrada, al exterior (p. 89).

Para Gordon (2008), la información proporcionada por sistema de información debe cumplir con los siguientes cuatro supuestos básicos: Calidad, Oportunidad, Cantidad y Relevancia.

- **Calidad:** Para los gerentes es imprescindible que la información suministrada sea un fiel reflejo de la realidad planteada.
- **Oportunidad:** La información suministrada por un Sistema de Información Gerencial debe estar disponible a tiempo para la toma de decisiones.
- **Cantidad:** Es probable que los gerentes casi nunca tomen decisiones acertadas y oportunas si no disponen de información suficiente, pero tampoco deben verse desbordados por información irrelevante e inútil, pues ésta puede llevar a decisiones desafortunadas.
- **Relevancia:** La información que es proporcionada a un gerente debe estar relacionada con sus tareas y responsabilidades (p. 112)

### **1.1.3 Beneficios de los sistemas de Información de Gestión Hotelera.**

Los sistemas de información han evolucionado al igual que la tecnología y se han adaptado a los avances que se han producido en el hardware y el software.

Figuroa (2006) señala que los Sistemas de Información de Gestión Hotelera son:

...programas informáticos o software que facilitan la gestión diaria de los alojamientos turísticos (hoteles, apartamentos, etc.). El objetivo de un PMS<sup>1</sup> es la automatización de ciertos procesos desarrollados para la prestación de servicios hoteleros, que se pueden dividir en dos tipos: (1) Gestión de *back-office*: reservas de los clientes, contratos con agencias de intermediación, gestión comercial, de RRHH, financiera, contable, etc.; (2) Gestión *front-office*: recepción, conexiones telefónicas, facturación, supervisión nocturna, gobernanza, etc.

En la actualidad muchos hoteles, han implantado sistemas de información de forma integral que consisten en una serie de funciones interconectadas con otros sistemas que permiten monitorear operaciones de control, dar respuestas y soluciones a las necesidades de las empresas. Un sistema de información de Gestión Hotelero posee módulos como sistema de reservas, módulo de *check-in/ check-out*, control de inventarios y tarifas al cliente.

Por lo tanto dentro de la organización de un hotel se complementan tanto las actividades del capital humano como los trabajos que dependen de la tecnología.

### **1.1.4 Crecimiento tecnológico y su impacto en el Ecuador.**

El crecimiento tecnológico ha logrado que las empresas inviertan en nuevos sistemas de información gerencial, debido a que Ecuador ha

---

<sup>1</sup> *Property Management System* (PMS)

alcanzado nuevos mercados internacionales, por ser la industria ecuatoriana bastante competitiva. El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL) ha logrado alcanzar exitosos resultados en programas enfocados en la Estrategia Ecuador Digital 2.0., como: Plan Nacional de Banda Ancha, Infocentros Comunitarios, Televisión Digital Terrestre, entre otros, con la finalidad de socializar la información y conocimiento en la ciudadanía ecuatoriana.

Con la implementación de políticas y estrategias gubernamentales de conectividad y prestación de servicios se incrementaron los índices de usuarios con acceso a Internet. En los últimos años el crecimiento de las conexiones a Internet se han incrementado, en 2014 solo se contaba con 82.55% conexiones y a marzo del 2015 se incrementó a 87.28%.

Según Merino (2003) las telecomunicaciones son un indicador prescindible que ayuda a promover el desarrollo económico, social y cultural, así como una conexión al mundo. Ecuador mejoro su posicionamiento en el Índice de Disponibilidad de Tecnología (NRI)<sup>2</sup> en red, ocupando, en el año 2014 el puesto 82 entre 144 países.

### **1.1.5 Beneficios de la tecnología en el sector hotelero y turístico**

La tecnología juega un papel fundamental en el sector turístico, al igual que en muchas ramas de la economía ecuatoriana, sometida a una variedad de cambios que se reflejan en la productividad y eficiencia del servicio hotelero. Las innovaciones tecnológicas son los principales factores de transformación de la economía nacional de un país; para la industria del turismo los sistemas de información gerencial se han convertido en recursos claves en la gestión operativa y administrativa.

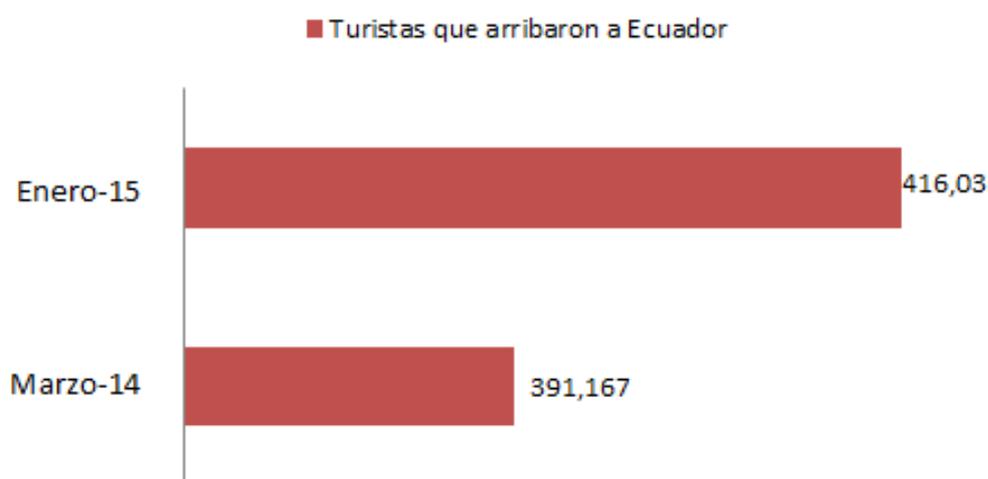
Según datos del Ministerio de Turismo (2015), El sector turístico ha reflejado un importante crecimiento en los últimos diez años, en la actualidad

---

<sup>2</sup> *Networked Readiness Index*: Índice de grado de preparación de los países respecto a las TICS

el turismo genera más de 200 millones de empleos en el mundo. El MINTUR<sup>3</sup> informó que hasta marzo de 2015 se registra un total de 405.819 empleados en el sector turístico (alojamiento y servicio de alimentación), alcanzando un crecimiento del 16,3% frente al mismo período del año pasado. Para la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramerica ANDES (2015) Un total de 416.030 turistas arribaron a Ecuador durante el primer trimestre de 2015, lo que evidenció un crecimiento de 6.4% con relación a igual periodo de 2014 cuando llegaron 391.167 visitantes (véase Gráfico 1). En enero de 2015 arribaron al país 169.378 turistas; en febrero 119.665 y en marzo 126.987 (Véase Gráfico 2).

**Gráfico 1** Turista que arribaron al Ecuador en el 2015.

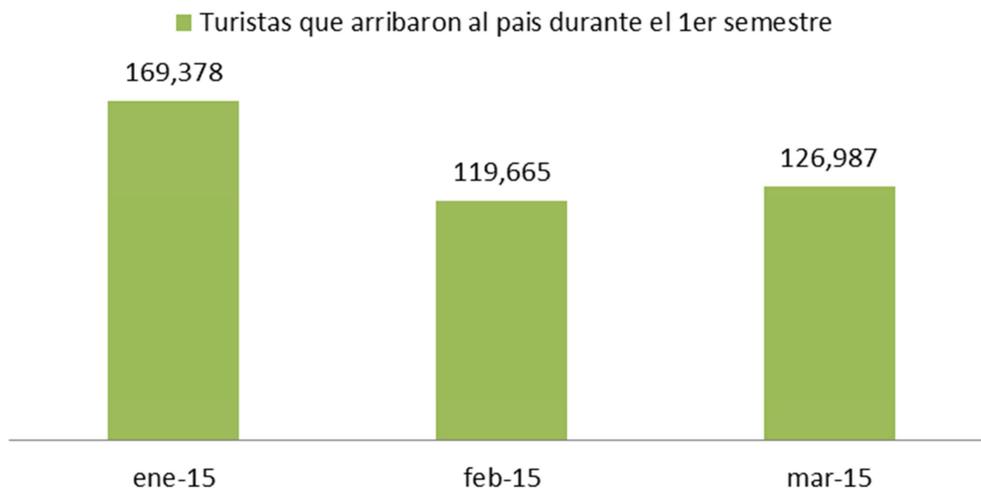


**Fuente:** Ministerio de Turismo (2015)

**Elaboración:** Las Autoras

**Gráfico 2** Turistas que arribaron al país durante el primer semestre del 2015

<sup>3</sup>Ministerio de Turismo



**Fuente:** Ministerio de Turismo (2015)

**Elaboración:** Las autoras

El sector turístico es líder en el uso de las tecnologías, debido a la cantidad de datos que las empresas turísticas manejan, usan Internet para obtener información del mercado tanto de la competencia como de los turistas, por lo tanto las nuevas tecnologías son un factor estratégico para mejorar los procesos operativos y administrativos de los sectores hoteleros. Actualmente, es fundamental que los hoteles implementen sistemas de información en función de las necesidades de cada establecimiento, los consumidores se han vuelto más exigentes, buscan servicios más personalizados y servicios inteligentes que les proporcionen información de alta calidad, en cualquier momento y en cualquier lugar. Gracias a la globalización, a muchos consumidores les gusta encontrar toda la información relevante en internet como, fotos, mapas, presupuestos y reservas con mayor rapidez y exactitud sobre cualquier destino o actividad del hotel.

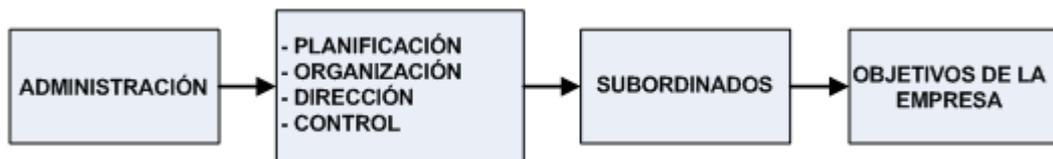
La introducción de nuevas tecnologías aplicadas a la sostenibilidad de los sectores hoteleros deben contar con el soporte público pero también con una adecuada inversión y gestión hotelera por parte de las empresas privadas para poder conseguir un mayor desarrollo en el sector turístico,

utilizando adecuadamente herramientas que aporten mejoras en la gestión administrativa.

### 1.1.6 Teoría de los procesos administrativos dentro de una organización

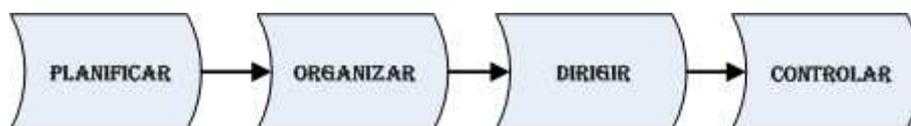
La teoría administrativa en la que se sustenta éste estudio es en la teoría neoclásica, por lo que pone énfasis en tareas, funciones y en la organización con el objetivo de buscar mejoras en los procesos administrativos y obtener como resultado eficiencia y eficacia en todos los procesos de la organización.

Chiavenato en coincidencia con Taylor y Fayol señalan cuatro principios de los procesos administrativos: planeación, organización, dirección y control (véase Figura 3).



**Figura 3:** Proceso Administrativo de una organización  
**Fuente:** (Chiavenato, 2000)

En la figura 4 se muestra como se entiende las funciones del administrador:



**Figura 4:** Funciones del Administrador  
**Fuente:** (Chiavenato, 2000)

En la figura 5 se observa las funciones del ciclo administrativo, que refleja el desempeño de las funciones.



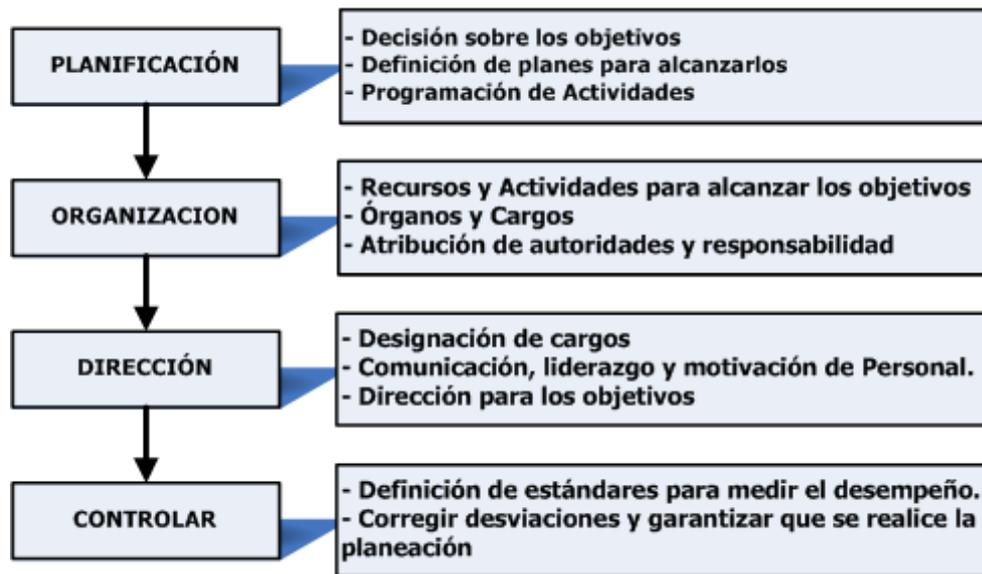
**Figura 5:** Ciclo Administrativo  
**Fuente:** (Chiavenato, 2000)

El proceso administrativo no se relaciona solamente de manera secuencial con las funciones del administrador, sino que estas pueden ir en diferentes direcciones, por lo que se dice que el proceso administrativo es una secuencia cíclica, interactiva y dinámica, como se observa en la figura 6:



**Figura 6:** Proceso Administrativo  
**Fuente:** (Chiavenato, 2000)

Chiavenato (2000) refiere a las funciones Administrativas en un enfoque sistémico, conforman el proceso administrativo, cuando se consideran aisladas de elementos de Planificación, Organización, Dirección y Control, son solo funciones administrativas, pero cuando se consideran estos cuatro elementos (Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar) en un enfoque global de interacción para alcanzar objetivos, forman el Proceso Administrativo (véase Figura 7).



**Figura 7:** Proceso administrativo  
**Fuente:** (Chiavenato, 2000)

Las funciones del administrador son: Planificación, Organización, Dirección y Control que conforman el Proceso Administrativo cuando se las considera desde el punto de vista sistémico.

Aplicar el proceso administrativo en las empresas es fundamental porque permite crear bases sobre la organización, y está compuesto de varias etapas que siguen diferentes lineamientos para realizar actividades de planeación, organización, dirección y control (p. 119).

## 1.2 Marco Conceptual

### 1.2.1 Sistemas de Información Gerencial

Laudon (2007), define los sistemas de información como: “Conjunto de componentes interrelacionados que capturan, almacenan procesan y distribuyen información, para apoyar la toma de decisiones y el control de una organización” (p. 39).

Por definición se entiende como Sistema de Información Gerencial la técnica de poner a disposición de los gerentes la información confiable y oportuna que se necesite para facilitar el proceso de toma de decisiones y

permitir que las funciones de planeación, control y operaciones se realicen eficazmente en la organización.

Los sistemas de información “son cruciales para: la planificación, el control, la organización y la realización de los procesos y la toma de decisiones en las empresas” (Montejo, 2005, p. 15).

### **1.2.2 Tecnologías de información y comunicación**

ALAS A. (2002) define a las Tecnologías de Información y Comunicaciones, TIC, como:

El conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética. Las TIC incluyen la electrónica como tecnología base que soporta el desarrollo de las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual. (p.58)

Para CASTRO, C. y ROA, G. (2003), afirman que: “El uso adecuado de las Tecnologías de la información y comunicación (TIC's), tiene una influencia directa en el progreso económico de las sociedades en vías de desarrollo, en aspectos como el empleo, productividad e innovación de métodos de comercialización de productos” (p. 60).

### **1.2.3 Programas informáticos o software**

Por definición un programa informático es un conjunto de instrucciones, procedimientos, reglas, documentación y datos que forman parte de las operaciones de un sistema de computación, que se denomina software.

La Real Academia Española define un software como "Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora".

## **Software libre**

Para la Free Software Foundation (2015) el software libre es aquel que puede ser suministrado con autorización para que cualquier persona pueda usarlo, copiarlo y/o distribuirlo, ya sea con o sin modificaciones, gratuitamente o mediante pago. Esto implica que el código fuente debe ser libre y disponible. El software es libre si los usuarios tienen las cuatro libertades esenciales:

- La libertad de ejecutar el programa como se desea, con cualquier propósito.
- La libertad de estudiar cómo funciona el programa, y cambiarlo para que haga lo que usted quiera. El acceso al código fuente es una condición necesaria para ello.
- La libertad de redistribuir copias para ayudar a su prójimo.
- La libertad de distribuir copias de sus versiones modificadas a terceros. Esto le permite ofrecer a toda la comunidad la oportunidad de beneficiarse de las modificaciones. El acceso al código fuente es una condición necesaria para ello.

## **Software propietario**

La Free Software Foundation (2015) expresa textualmente la definición del software propietario como:

Un software que es propiedad de un individuo o una empresa (generalmente el que lo desarrolló). Casi siempre existen importantes restricciones en su uso, y su código fuente casi siempre es mantenido en secreto. El código fuente es la forma en la que un programa está escrito originalmente por un humano utilizando un lenguaje de programación y antes de ser convertido en código de máquina que es legible directamente por la CPU de un ordenador (unidad central de procesamiento). Es necesario tener el código fuente con el fin de ser capaz de modificar o mejorar un programa.

## **Hardware**

El concepto de hardware se refiere a las partes físicas de un ordenador y dispositivos relacionados. Los dispositivos de hardware internos

incluyen placas base, discos duros y memoria RAM, mientras que los dispositivos de hardware externos incluyen monitores, teclados, ratones, impresoras y escáneres. Las piezas de hardware internas de un ordenador se refieren a menudo como componentes, mientras que los dispositivos de hardware externos son generalmente llamados periféricos. Juntos, todos ellos entran en la categoría de equipos informáticos (Christensson, 2006).

### **1.3 Marco Legal**

La implementación de Sistemas de Información Gerencial en el sector turístico tanto a hoteles como a otros negocios requiere de una base legal que garantice el buen funcionamiento y cumplimiento del mismo. En el Ecuador aún no están cubiertas en su totalidad las leyes que respaldan el uso de las TIC, pero su uso ha sido de gran importancia para el desarrollo del país; por lo que para lograr el correcto funcionamiento del SIG se ha analizado la importancia de la aplicación del siguiente reglamento.

De acuerdo al artículo 1 de la Ley No. 67, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 577 de 17 de abril del 2002 se expide la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos. Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

Según la sección 1 entre los principios generales de los mensajes de datos se consideran:

Art. 3.- Incorporación por remisión.- Se reconoce validez jurídica a la información no contenida directamente en un mensaje de datos, siempre que figure en el mismo, en forma de remisión o de anexo accesible mediante un

enlace electrónico directo y su contenido sea conocido y aceptado expresamente por las partes.

Art. 4.- Propiedad Intelectual.- Los mensajes de datos estarán sometidos a las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual.

Art. 5.- Confidencialidad y reserva.- Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia.

Todo empresa debe tener en cuenta que para implementar un SIG es necesario cumplir con reglamentos establecidos por la ley, sustentados sobre una base legal, para así poder garantizar la legalidad de las licencias del respectivo software, además de definir un marco previsible que asegure la confiabilidad, seguridad y protección tanto para el usuario como para el distribuidor en la aplicación del sistema.

Además, indica que el contenido de mensajes de datos, por prestación de servicios, ya sea recepción o envío, bases de datos, registros electrónicos, exime de responsabilidades a quien ofrece los servicios, siendo responsable quien proporciona la información, teniendo claro los riesgos de vulnerabilidad o inseguridad y pueda tomar las precauciones necesarias para evitar perjuicios y prevenir fallas de seguridad. Este aviso deberá ser realizado antes de iniciar cualquier proceso de transacción comercial negociación, o contratación electrónica. Para la prestación de servicios electrónicos la información debe ser transmitida por sistemas seguros, en la que el titular tenga pleno conocimiento sobre las limitaciones, alcances y medios de seguridad con los que cumple el sistema. Se consideran datos sensibles del consumidor sus datos personales, información financiera de cualquier tipo como números de tarjetas de crédito, o similares que

involucren transferencias de dinero o datos a través de los cuales puedan cometerse fraudes o ilícitos que le afecten.

Art. 9.- Prestación de servicios de conservación de mensajes de datos.- La conservación, incluido el almacenamiento y custodia de mensajes de datos, podrá realizarse a través de terceros, de acuerdo a lo que establece el Art. 8 de la Ley 67. Los sistemas, políticas y procedimientos que permiten realizar las funciones de conservación de mensajes de datos se denominan Registro Electrónico de Datos. Una vez cumplidos los requisitos establecidos en las leyes, cualquier persona puede prestar servicios de Registro Electrónico de Datos que incluyen:

- Conservación, almacenamiento y custodia de la información en formato electrónico con las debidas seguridades;
- Preservación de la integridad de la información conservada;
- Administración del acceso a la información y la reproducción de la misma cuando se requiera;
- Respaldo y recuperación de información; y,
- Otros servicios relacionados con la conservación de los mensajes de datos.

A través de la implementación de las TIC's se puede garantizar el acceso, proteger al consumidor, al usuario, a la empresa, en base a la responsabilidad en la creación de medios y métodos de comercio o tecnología que garanticen un uso de la información orientado a evitar daños y posibles prejuicios, proteger instituciones o personas contra el fraude informático o el espionaje industrial, emplear dispositivos que incorporen electrónica y software, y propiciar el tratamiento responsable de información, el respeto de la privacidad, para de esta manera evitar el mal uso de las TIC's como en crímenes o delitos electrónicos.

## **Facturación Electrónica**

La facturación electrónica brinda varias ventajas para dar validez tributaria a la documentación física y agilizar los procesos administrativos-financieros de contribuyentes obligados a llevar un control contable.

El artículo 1 de la Resolución N° NAC-DGERCGC12- 0032, publicada en el Registro Oficial N° 635 de 7 de febrero del 2012, dispone que las declaraciones de impuestos administrados por el Servicio de Rentas Internas por parte de los contribuyentes, se realicen exclusivamente en medio magnético vía internet, de acuerdo con los sistemas y herramientas tecnológicas establecida para tal efecto por esta Administración Tributaria.

Artículo 2.- los sujetos pasivos de tributos, podrán emitir como "mensajes de datos" conforme la definición de la "Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos", los siguientes comprobantes de venta, retención y documentos complementarios:

- Facturas;
- Comprobantes de retención;
- Guías de remisión;
- Notas de Crédito;
- Notas de Débito.

El artículo 4 de la Resolución No. NAC-DGERCGC14-00790, indica que el emisor deberá poner en conocimiento del usuario o consumidor, la posibilidad de recibir el comprobante de manera electrónica o impresa - representación impresa del documento electrónico (RIDE).

Los sujetos pasivos están obligados a emitir comprobantes electrónicos de acuerdo con las siguientes tablas:

**Tabla 1** Sector Privado para emisión de comprobantes electrónicos

GRUPO	FECHA DE INICIO	SUJETOS PASIVOS
1	A partir de 01/08/2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sociedades emisoras y administradoras de tarjetas de crédito</li> </ul>
2	A partir de 01/10/2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instituciones financieras bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros excepto mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y sociedades emisoras y administradoras de tarjetas de crédito.</li> <li>Contribuyentes Especiales que realicen, según su inscripción en el RUC actividades económicas correspondientes al sector telecomunicaciones y subsector: televisión pagada.</li> <li>Exportadores calificados por el SRI como contribuyentes especiales.</li> </ul>
3	A partir de 01/01/2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los demás contribuyentes especiales no señalados en los grupos anteriores.</li> <li>Contribuyentes que posean autorización de impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, a través de sistemas computarizados (auto impresores).</li> <li>Contribuyentes que realicen ventas a través de internet.</li> <li>Los sujetos pasivos que realicen actividades económicas de exportación.</li> </ul>

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

**Tabla 2** Sector Público para emisión de comprobantes electrónicos

GRUPO	FECHA DE INICIO	SUJETOS PASIVOS
1	01/01/2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresas públicas y empresas de servicios públicos.</li> <li>Entidades del Sector Público Financiero.</li> <li>Empresas de economía mixta.</li> </ul>

<b>GRUPO</b>	<b>FECHA DE INICIO</b>	<b>SUJETOS PASIVOS</b>
2	01/04/2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organismos y entidades de la Función Ejecutiva.</li> <li>• La Asamblea Nacional</li> <li>• Organismos y entidades de la Función Judicial, con excepción de sus organismos auxiliares mencionados en el Art. 178 de la Constitución de la República del Ecuador.</li> <li>• Los organismos y entidades de la Función de Transparencia y Control Social.</li> <li>• Los organismos y entidades de la Función Electoral.</li> <li>• Universidades y Escuelas Politécnicas públicas.</li> </ul>
3	01/07/2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los organismos y entidades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, incluidas las mancomunidades conformadas por los mismos.</li> <li>• Los organismos y entidades públicas no descritas en ninguno de los grupos señalados anteriormente.</li> </ul>

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

### **Uso de Software Libre en Ecuador**

El presidente de la Republica Rafael Correa Delgado emitió el Decreto Presidencial No. 1014 con fecha 10 de Abril del 2008, en el cual establece el uso del Software Libre en la Administración Pública Central (Subsecretaria de Informática, 2009):

Artículo 1: Establecer como política pública para las Entidades de la Administración Pública Central la utilización de Software Libre en sus sistemas y equipamientos informáticos.

Artículo 2: Se entiende por Software Libre a los programas de computación que se pueden utilizar y distribuir sin restricción alguna, que permite el acceso a sus códigos fuentes y que sus aplicaciones pueden ser mejoradas.

Artículo 3: Las Entidades de la Administración Pública Central previa a la instalación del software libre en sus equipos, deberán verificar la existencia de la capacidad técnica que brinde el soporte necesario para el uso de este tipo de software.

Artículo 4: Se faculta la utilización de software propietario (software no libre) únicamente cuando no exista una solución de Software Libre que supla las necesidades requeridas, o cuando esté en riesgo la seguridad nacional, o cuando el proyecto informático se encuentre en un punto de no retorno.

Artículo 5: Tanto para software libre como software propietario, siempre y cuando se satisfagan los requerimientos, se debe preferir las soluciones en este orden:

- Nacionales que permitan autonomía y soberanía tecnológica.
- Regionales con componente nacional.
- Regionales con proveedores nacionales.
- Internacionales con componente nacional.
- Internacionales con proveedores nacionales.
- Internacionales.

Aprobado el Reglamento a la Ley de Educación Superior (LOES). El presidente Rafael Correa emitió el decreto 865 y el reglamento entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Art. 32.- Programas informáticos.- Las empresas que distribuyan programas informáticos tienen la obligación de conceder tarifas preferenciales para el uso de las licencias obligatorias de los respectivos programas, a favor de las instituciones de educación superior, para fines académicos.

## 1.4 Marco Referencial

Frente a los avances tecnológicos, la implementación de sistemas de información gerencial ha generado gran impacto en el manejo de procesos de control interno, se ha tomado como referencia los siguientes casos de estudio.

Las tecnologías de información y comunicación se han vuelto imprescindibles con la era de la globalización. Para empresas como BARCELO Hotels & Resorts una de las principales cadenas hoteleras españolas, que comenzó sus actividades hace 50 años como empresa líder en el transporte de viajeros, se enfrentó en los últimos años a un plan de transformación en tecnología de información y comunicación lo que mejoró significativamente su actividad y servicio al cliente. Las TIC's es una herramienta que presenta ventajas competitivas para la empresa, facilita los procesos de innovación, permitiendo tener resultados de productividad en el trabajo.

Otro caso de estudio en el cual los sistemas de información lograron alcanzar un mejor desempeño fue en Wall-Mart, quien se expandió rápidamente con la estrategia de bajar los precios diariamente, para esto utilizó tecnología de información con el propósito de dar seguimientos a todas sus tiendas y reabastecer los productos que más rápido se vendían. Wall Mart hizo una gran inversión en tecnología y a finales de los años 70 y principios de los años 80, instalaron cajas registradoras con lectores de códigos de barra, las cuales enviaban la información online de sus ventas.

Para Martina López administradora del Hotel Ceibo Real en la parroquia Crucita de la provincia de Manabí, la implementación del software HOTELOGIX ha mostrado grandes beneficios, ella relata:

Cuando comenzamos en este negocio, no disponíamos de las herramientas necesarias para satisfacer los requerimientos de los huéspedes, lo que se reflejaba en la disminución de ingresos para el hotel. Con HOTELOGIX los clientes volvieron a tener confianza en nosotros, pudimos ofrecer un servicio personalizado de alta calidad, llegando a establecernos dentro del mercado competitivo (López, 2015).

Los sistemas de información gerencial proporcionan un gran aporte al sector turístico puesto que este puede desarrollarse gracias a la información que se obtiene en la era de la globalización y la tecnología.

Uno de los principales problemas dentro del hotel era la falta de un registro de huéspedes, falta de personal, no existía control de inventario ni registros contables de pérdidas y ganancias de cada año. Con la implementación del software se lograron reducir tiempos en los procesos administrativos, un aspecto importante de servicio al cliente, este mecanismo abrió las puertas, situándose en el mercado con una ventaja competitiva que le permite atraer más turistas por la innovación de sus procesos mediante el uso de las TIC's, permitiendo que el Hotel Ceibo Real no quede rezagado y al margen de la innovación.

Las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación aseguran contactos de negocios más rápidos y fáciles, sin la necesidad de viajes de negocios. Las tecnologías de información son esenciales para determinar la localización óptima de los hoteles, porque brindan muchas ventajas a las organizaciones tales como mejoras en la eficiencia operativa o la habilidad de proveer nuevos servicios para clientes que a su vez son esenciales para formular estrategias convenientes que al final soporten relaciones con los clientes e incrementar la competitividad hacia nuevos niveles (Conesa, 2003).

## **CAPITULO 2**

### **ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA**

#### **2.1 Historia**

El hotel "Ocean Blue" fue creado en 2010, en un principio comenzó como una idea familiar, contaba con la construcción de una casa grande con varias habitaciones para los visitantes, pero un amigo del dueño le dio la idea de hacer una posada en Crucita por ser un lugar turístico que acoge muchos visitantes, fue entonces cuando el Sr. Kleper Bowen comenzó con la construcción de una casa de 2 pisos, con 20 habitaciones y 3 suites.

En 2009 la infraestructura del hotel fue remodelada por lo que logró brindar un servicio tres estrellas, lo cual lo llevo a ser uno de los hoteles más prestigioso en Crucita, provincia de Manabí, no solo ofrecía un estilo de vida diferente sino que era un lugar para vivir la experiencia única de sentirse bien, con una vista incomparable a sólo 100 metros del mar.

En la actualidad el hotel "Ocean Blue" cuenta con 4 pisos y ofrece 70 confortables habitaciones, 10 suites, totalmente equipadas, la mayoría con balcón y vista al mar, aire acondicionado, internet inalámbrico, caja fuerte, secador de pelo, TV por cable. Además, los huéspedes pueden disfrutar de la piscina con jacuzzi, bar-restaurant y dos salas de reuniones grandes en las cuales se llevan a cabo espectáculos.

Los huéspedes son el principal componente del hotel Ocean Blue, es por eso que ofrece una excelente infraestructura y personal capaz de satisfacer las más altas exigencias (véase figura 8).



**Figura 8:** Exteriores del Hotel Ocean Blue

**Fuente:** Las autoras

## **2.2 Clasificación de la Empresa**

### **2.2.1 Según el Sector de Actividad**

El Hotel Ocean Blue pertenece al sector de servicios, debido a que su principal rubro es el alquiler de habitaciones.

### **2.2.2 Según el Tamaño**

El Hotel Ocean Blue está considerado una PYMES<sup>4</sup>, ya que cuenta con ingresos mayores a \$100000.

### **2.2.3 Según la Propiedad del Capital**

El Hotel Ocean Blue es una compañía de capital privado, por motivo que el capital se encuentra en poder de personas particulares.

---

<sup>4</sup> Conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

#### **2.2.4 Según el Ámbito de Actividad**

Debido a que el Hotel Ocean Blue mantiene sus operaciones solo en la ciudad de Crucita de la provincia es considerada una empresa local.

#### **2.2.5 Según el Destino de los Beneficios**

La empresa es categorizada con fines de lucro debido a que los beneficios económicos obtenidos a partir de sus rubros corresponden mayormente a sus propietarios y accionistas.

#### **2.2.6 Según la Forma Jurídica**

Atendiendo a la titularidad de la empresa se define al Hotel Ocean Blue como empresa individual, a la cual responde la Sra. Gina Alcívar Salazar.

### **2.3 Misión**

Buscar la satisfacción y fidelidad de nuestros clientes, proporcionando un servicio de calidad y ofreciendo soluciones a sus necesidades (vivienda, alimentación, recreación, etc.) a través de la mejora continua de nuestros empleados.

### **2.4 Visión**

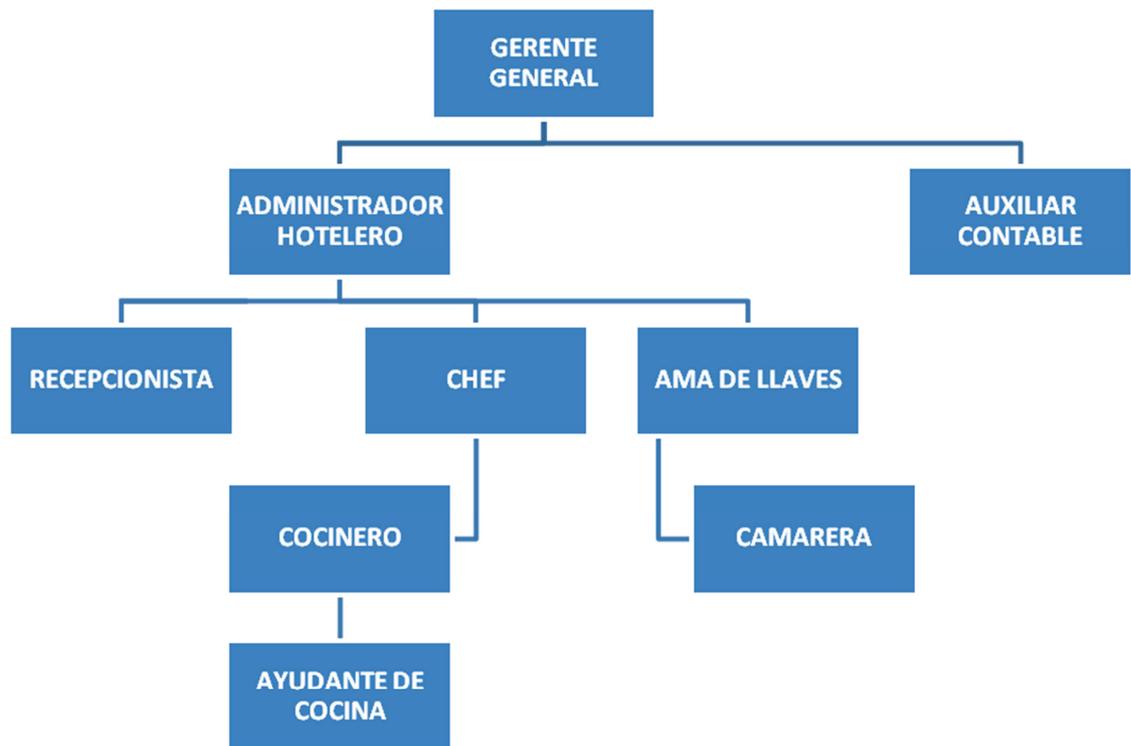
Posicionar al Hotel Ocean Blue como la mejor opción de alojamiento para los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Manabí, proyectando una imagen de confianza, fuerza y excelencia a nuestros clientes.

### **2.5 Instalaciones**

Basado en el propósito de la empresa en ofrecer una atención eficiente y satisfactoria a los clientes, el hotel Ocean Blue cuenta con 70

habitaciones con Televisión y DVD, una piscina con hidromasaje, bar-restaurante y salón de eventos (Ver Anexo 1).

## 2.6 Organigrama estructural



**Figura 9:** Organigrama estructural del Hotel Ocean Blue

**Fuente:** Hotel Ocean Blue

## 2.7 Funciones del personal

### 2.7.1 Gerente General

El Gerente General del hotel se encarga de la gestión general del hotel, de revisar que todos los empleados cumplan con sus funciones, realiza la planificación de eventos o conferencias, y cancela las remuneraciones a todos los empleados del hotel.

### 2.7.2 Administrador Hotelero

El Administrador del hotel se encarga de la gestión del día a día del hotel y su personal. Él se encarga de registrar todos los consumos de cada

huésped en la carpeta para hacer el *check out* y conocer el saldo total, aunque este proceso toma mucho tiempo ya que debe contabilizar cada rubro de consumos y servicios por medio de la calculadora. Además contacta a los proveedores para realizar pedidos de los recursos que faltan y responde por todas las quejas que se presenten por parte de los huéspedes.

Cuando es temporada alta el administrador debe realizar otras funciones como pasar platos, tomar pedidos, preparar cocteles, etc.

### **2.7.3 Recepcionista**

La recepcionista del hotel se encarga de recibir a todas las personas que ingresan al hotel y de proporcionar información, si la persona está de acuerdo con las tarifas que tiene el hotel, entrega una cartilla para que llene todos sus datos y realiza el ingreso en el libro de *check in* de esta forma puede asignar la habitación y entregar las llaves.

No sólo proporciona información, sino también responde mails de reservas, toma las llamadas telefónicas para brindar información y así mismo cuando es temporada alta debe realizar otras actividades como ayudar en la cocina, preparar platos, tomar pedidos, y ejecutar el trabajo de limpieza dentro de la cocina.

### **2.7.4 Chef**

El Chef es la persona responsable de preparar todos los menús y revisar que el hotel se abastezca con los alimentos para la temporada dependiendo del mes y la temporada.

Adicionalmente, él se encarga de coordinar la distribución de tareas con su ayudante, lavar utensilios de cocina, como organizar y limpiar toda el área, etc.

### **2.7.5 Ayudante de cocina**

El ayudante de cocina es responsable de la preparación y presentación de todos los platos, asegurando que todos los huéspedes reciben un servicio eficiente y platos de alta calidad. También debe

responder como camarero, tomar los pedidos, ser asistente del chef, perchar los productos en bodega, verificar las fechas de vencimiento de los productos, limpieza y mantenimiento alrededor de la piscina, y ayudar a la mucama en la limpieza de habitaciones.

#### **2.7.6 Ama de llaves**

El ama de llaves tiene la función de limpiar todas las habitaciones, pasillos, escaleras, salones, así como distribuir la ropa de cama, toallas y suministros de habitación; almacenar toda la ropa sucia, reemplazar los productos de higiene personal, supervisar las bolsas de lavandería; garantizar la confidencialidad y la seguridad de las habitaciones; seguir todos los procedimientos de seguridad de la empresa; informar de cualquier problema de mantenimiento o riesgos de seguridad; observar y reportar daños de propiedad del hotel.

Además ayuda en la cocina al momento de servir el almuerzo, limpiar las mesas, lavar los utensilios de cocina, etc.

#### **2.7.7 Camarera**

La camarera es la persona encargada de tomar pedidos y servir alimentos y bebidas a los clientes en las mesas de establecimiento de comedor, registrar ordenes de consumo de alimentos 'en hojas de pedido, para luego registrarlas la carpeta de cada habitación, servir los alimentos o bebidas a los clientes, informar a los clientes de los especiales del día, retirar los platos y vasos de las mesas o mostradores, y llevarlos a la cocina para la limpieza; llenar la sal, pimienta, azúcar, crema, condimento, y los contenedores de la servilleta. De igual forma en temporada alta se encarga de lavar la vajilla y la limpieza en el restaurante.

#### **2.7.8 Auxiliar contable**

El Asistente de Contabilidad o auxiliar contable es el encargado en conjunto con el recepcionista y el administrador del hotel de la realización de

los procedimientos administrativos, esto es: registro de facturas, mantenimiento de asientos contables en el libro mayor, la conciliación de cuentas de acuerdo a la planificación del hotel así como la expedición y análisis de los estados financieros de la empresa, aunque esta información no es veraz ya que no existe un control de inventario ni cuentan con un sistema que registre los ingresos y egresos diarios que tiene el hotel.

## 2.8 Cobertura

Como se muestra en la figura 10, el hotel Ocean Blue cubre parte de la demanda de turistas que visitan la parroquia Crucita, donde a pesar de los diversos tipos de hoteles de la zona se destaca por su amplia infraestructura y servicio que ofrece a los huéspedes.



**Figura 10:** Cobertura del mercado local  
**Fuente:** Google maps

## 2.9 Forma de Contratación

Según el Registro Oficial N 483 capítulo 1 de las Reformas del Código de Trabajo indica lo siguiente:

Art 3.- Período de prueba.- En todo contrato de plazo indefinido, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Únicamente para el caso de los contratos de servicio doméstico o trabajo remunerado del hogar, el período de prueba será de hasta quince días. No podrá establecerse más de un período de prueba entre el mismo trabajador y empleador, sea cual sea la modalidad de contratación. Durante el período de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente. El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con período a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio. Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales. La violación de esta disposición dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje antes indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores.

## **2.10 Normativas Fundamentales de la Empresa**

El establecimiento regido por las normas y derechos del trabajador en la ley de contrato de trabajo y del código de trabajo establece que sean respetados los derechos de todos los trabajadores que lo conforman, así como la afectiva ejecución de todas las funciones que tienen que realizar los empleados de la empresa. Entre las normativas se incluyen:

- Brindar atención de calidad a los clientes del Hotel Ocean Blue, para así satisfacer las necesidades de los mismos y ofrecer un servicio rápido.
- Incentivar a los trabajadores con bonos para poder promover la eficiente y rápida actividad de sus funciones.
- Determinar un adecuado ambiente de trabajo con una cultura laboral que vea por el bienestar de los trabajadores.
- Mantener un ambiente pulcro en las instalaciones de la empresa.
- Procurar dar un servicio de calidad a la empresa, en especial cuidar el estado de las habitaciones y la calidad de los alimentos.

## 2.11 Análisis Foda

A través del análisis FODA es posible diagnosticar la situación actual de los procesos operativos y administrativos dentro del hotel Ocean Blue, lo que permitirá destacar aspectos positivos y enfocar los aspectos negativos. (Ver tabla 3).

**Tabla 3** Análisis Foda

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente imagen</li> <li>• Hermosa vista y espacioso</li> <li>• Cerca de la playa</li> <li>• Es el único hotel que cuenta con 2 salones de eventos</li> <li>• Cuenta con 70 habitaciones</li> <li>• Satisfacer todas las necesidades de cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existen programas de animación turística dentro del hotel</li> <li>• Falta de personal</li> <li>• Retraso en el <i>check-in/check-out</i></li> <li>• Falta de publicidad</li> <li>• Retraso en la implementación de tecnología</li> <li>• Poca explotación de recursos</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos nichos de mercado</li> <li>• Bajos costos para la implementación de nuevas tecnologías</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia directa con establecimientos del sector</li> <li>• Demanda estacional</li> </ul>

- Mejor acceso a la información
  - Variedad de servicios con relación a otros hoteles
  - Amplia variedad de atracciones durante todo el año
  - Visitantes aumentan cada año especialmente extranjero.
  - Falta de seguridad en el sector
  - Cambios Climáticos
  - Precios bajos de la competencia en el sector
  - Falta de empleos
- 

**Elaboración:** Las autoras

### **2.11.1 Análisis interno**

#### **Fortalezas**

El hotel Ocean Blue cuenta con una excelente imagen, debido a su moderna infraestructura, además de ser amplio y espacioso por lo es el único hotel que cuenta con 2 salones de eventos lo que lo diferencia de la competencia del sector, su excelente ubicación frente al mar garantiza una hermosa vista al huéspedes desde las 70 habitaciones que posee, características que destacan como fortalezas y permiten satisfacer todas las necesidades del huésped.

#### **Debilidades**

Dentro de una organización también existen debilidades que es necesario saber identificar para plantear estrategias que permitan mantener el equilibrio; la falta de personal, la poca explotación de recursos, el no existir un programa de animación turística dentro del hotel o el no contar con tecnología que optimice tiempo en el *check-in/check out* de los huéspedes son procesos administrativos que merecen atención, esto con el fin de que no se vea afectado el nivel en el rendimiento y servicio que ofrece el hotel Ocean Blue.

## **2.11.2 Análisis externo**

### **Oportunidades**

El hotel Ocean Blue cuenta con oportunidades claves para seguir a la vanguardia del sector hotelero, la variedad de servicios con los cuales dispone brinda ventajas frente a la competencia; con el desarrollo de atractivos turísticos que se implementarán en el sector se podrá tener disponibilidad a nuevos nichos, además los bajos costos de tecnologías que existen actualmente en el mercado se puede adquirir nuevos sistemas que ayuden a optimizar de forma rápida y eficaz los procesos administrativos dentro del establecimiento.

### **Amenazas**

Para toda organización las amenazas son un punto crítico que debe ser diagnosticado, los cambios climáticos, la demanda estacional, la falta de seguridad en el sector, así como la los precios bajos de la competencia directa y la falta de empleo son amenazas que si no han sido identificadas a tiempo puede ser un riesgo para el hotel, aunque pueden evitarse o ser convertidas en oportunidades.

## 2.12 Análisis Mix Foda

Tabla 4 Análisis Mix Foda

<p style="text-align: center;"><b>AMBIENTO INTERNO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>AMBIENTE EXTERNO</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p><b>F1</b> Excelente imagen  <b>F2</b> Hermosa vista y espacioso  <b>F3</b> Cerca de la playa  <b>F4</b> Es el único hotel que cuenta con 2 salones de eventos  <b>F5</b> Cuenta con 70 habitaciones  <b>F6</b> Satisfacer todas las necesidades de cliente</p>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p><b>D1</b> No existen programas de animación turística dentro del hotel  <b>D2</b> Falta de personal  <b>D3</b> Retraso en el <u>check-in/check-out</u>  <b>D4</b> Falta de publicidad  <b>D5</b> Retraso en la implementación de tecnología  <b>D6</b> Poca explotación de recursos</p>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p><b>O1</b> Nuevos nichos de mercado  <b>O2</b> Bajos costos para la implementación de nuevas tecnologías  <b>O3</b> Mejor acceso a la información  <b>O4</b> Variedad de servicios con relación a otros hoteles  <b>O5</b> Amplia variedad de atracciones durante todo el año  <b>O6</b> Visitantes aumentan cada año especialmente extranjero.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FUERZAS - OPORTUNIDADES</b></p> <p>Atraer la máxima cantidad de huéspedes, basado en la implementación de tecnologías y excelente calidad del servicio (<b>F1</b>), (<b>F2</b>), (<b>F3</b>), (<b>F4</b>), (<b>F5</b>), (<b>O2</b>), (<b>O3</b>), (<b>O5</b>), (<b>O6</b>)</p> <p>El logro de liderazgo en el mercado en el largo plazo. (<b>O1</b>), (<b>F5</b>), (<b>O4</b>)</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DEBILIDADES - OPORTUNIDADES</b></p> <p>El uso las TIC's para crear estrategias de publicidad que permitan ser más conocidos en el sector (<b>O1</b>), (<b>O4</b>), (<b>O5</b>), (<b>O6</b>), (<b>D6</b>), (<b>D4</b>)</p> <p>La implementación de un SIG y reclutar más personal calificado para mejorar el servicio al huésped. (<b>D1</b>), (<b>D2</b>), (<b>D3</b>), (<b>D5</b>), (<b>O2</b>), (<b>O3</b>),</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1</b> Competencia directa con establecimientos del sector  <b>A2</b> Demanda estacional  <b>A3</b> Falta de seguridad en el sector  <b>A4</b> Cambios Climáticos  <b>A5</b> Precios bajos de la competencia en el sector  <b>A6</b> Falta de empleos</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FUERZAS - AMENAZAS</b></p> <p>El estudio de los competidores para determinar lo que podemos cambiar y así tomar ventaja de nuestros servicios. (<b>F1</b>), (<b>F2</b>), (<b>F3</b>), (<b>F4</b>), (<b>F5</b>), (<b>A1</b>), (<b>A2</b>), (<b>A5</b>)</p> <p>Contratar personal de seguridad y la instalación de cámaras para la tranquilidad de los huéspedes. (<b>A3</b>), (<b>F6</b>)</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DEBILIDADES - AMENAZAS</b></p> <p>Dar más armonía en el lugar de trabajo, motivar a los empleados con planes de incentivos para evitar los conflictos generados por preferencias (<b>D1</b>), (<b>D2</b>), (<b>D3</b>), (<b>D4</b>), (<b>A1</b>), (<b>A6</b>)</p> <p>Estar actualizado con precios competitivos para no perder nuestros clientes leales (<b>A1</b>), (<b>A2</b>), (<b>A5</b>)</p>

**Elaboración:** Las autoras

En la tabla 4 se explican las cuatro estrategias alternativas de la matriz FODA las cuales se basan en el análisis de las condiciones internas y externas del hotel Ocean Blue, a continuación se explican los cuadrantes:

- Las estrategias FO, permiten hacer uso de las fortalezas que posee el hotel para de esta manera aprovechar las oportunidades, es decir atraer la máxima cantidad de huéspedes, ofreciendo un servicio de alta calidad con la implementación de tecnologías, las mismas que acaparen nuevos nichos de mercados de acuerdo a la variedad de servicios que brinda el hotel.
- Las estrategias DO, tienen como objetivo disminuir debilidades y optimizar las oportunidades de este modo, los procesos administrativos en los que existen problemas y se evidencian ciertas debilidades pueden desarrollar o adquirir instrumentos necesarios que permita aprovechar esas oportunidades, como por ejemplo con el uso de las TIC's y la implementación de un SIG es posible mejorar el servicio en la atención al cliente, además de reclutar personal capacitado para atender las distintas funciones que demanda este establecimiento.
- Las estrategias FA, se destacan por optimizar fortalezas y reducir las amenazas, vigilar de cerca la competencia en el sector y establecer cuáles son los servicios que ofrece el hotel Ocean Blue cuáles sobresalen y cuáles son los que necesitan ser reestructurados o modificados, además de incluir la contratación de personal de seguridad y la instalación de cámaras para la tranquilidad de los huéspedes. De esta forma una empresa puede servirse de sus virtudes para combatir con el nuevo servicio propuesto por el competidor.
- Las estrategias DA, persigue la reducción de debilidades como amenazas en la organización, el motivar a los empleados con planes de incentivos para evitar conflictos generados por preferencias y estar

actualizado con precios competitivos para no perder nuestros clientes leales, son factores determinantes para hacer frente a las debilidades y amenazas que posee el hotel Ocean Blue.

### **2.13 Enfoque de las debilidades más importantes y estrategias a implementarse.**

Después de identificar y diagnosticar la situación actual de los procesos operativos y administrativos del hotel Ocean Blue mediante el análisis FODA y el análisis mix se puede evidenciar que uno de los problemas más notorios es la planificación, dirección y control de los procesos dentro del hotel. Por lo tanto uno de los problemas en el que se enfocará este proyecto, es en mejorar los procesos con la finalidad de brindar un mejor servicio al cliente, así como redefinir funciones por la falta de personal.

Para esto es necesario el uso de las TIC's y la implementación de un Sistema de Información Gerencial que se ajuste a las necesidades identificadas actualmente en la empresa.

## **CAPITULO 3**

### **ESTUDIO Y ANALISIS DEL MERCADO**

#### **3.1 Tipo de Investigación**

Para el estudio de implementación del SIG se empleará la investigación descriptiva.

##### **3.1.1 La Investigación descriptiva**

Consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández S, Fernández C, y Baptista L, 2010, p. 79).

#### **3.2 Metodología de la Investigación**

El presente proyecto está basado en una perspectiva mixta, tanto cuantitativa como cualitativa.

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio, se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados (Bernal Torres, 2010, p. 60).

Además es importante mencionar el enfoque cualitativo, y de acuerdo a Castro y Rodríguez (2005):

Se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean

percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada (p.105).

En el proyecto se va utilizar el enfoque cualitativo debido a que se realizarán entrevistas a expertos y empleados sobre la importancia de la implementación de un SIG, de la misma manera se hará uso del enfoque cuantitativo a través de encuestas a los huéspedes para conocer los problemas actuales del hotel y conocer sus necesidades y sugerencias para tener un servicio más eficaz.

### **3.3 Técnicas e instrumentos para la recolección y análisis de datos.**

Con el fin de conocer la opinión de los clientes del Hotel Ocean Blue sobre la gestión administrativa del mismo, se va a utilizar encuestas y entrevistas, las cuales serán interpretadas y tabuladas en el software SPSS con el fin de obtener una visión más clara de la problemática a investigar de manera cuantitativa y cualitativa.

#### **3.3.1 Encuestas**

La encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas (Bernal Torres, 2010, p.75).

#### **3.3.2 Entrevistas**

La entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s), en el cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador (Buendía Eisman y Colás Bravo, 2005, p. 52).

### 3.4 Población y Muestra

Selltiz (1980) define a la población como *“el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”*.

Para el proceso cuantitativo la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra logren generalizarse o extrapolarse a la población (en el sentido de la validez externa que se comentó al hablar de experimentos). El interés es que la muestra sea estadísticamente representativa (Bernal Torres, 2010, p.86).

Para definir la muestra representativa en la encuesta, se tomó en cuenta el total de visitantes promedio del año 2014 que se hospedaron en el hotel Ocean Blue, como se puede observar a continuación en la tabla 5:

**Tabla 5** Demanda Anual Promedio de clientes del Hotel Ocean Blue

<b>Mes del año</b>	<b>Demanda promedio</b>
Enero	495
Febrero	985
Marzo	601
Abril	491
Mayo	247
Junio	298
Julio	649
Agosto	1.315
Septiembre	599
Octubre	295
Noviembre	244
Diciembre	590
<b>Demanda Anual</b>	<b>6809</b>

**Fuente:** Recopilación de información del Hotel Ocean Blue  
**Elaboración:** Las autoras

### 3.4.1 Cálculo de la Muestra

Según Suárez (2004), para calcular el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula de población finita:

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

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

$$n = \frac{6809 \times 0.5^2 \times 1.96^2}{(6809 - 1) \times 0.05^2 + 0.5^2 \times 1.96^2}$$

$n = 384$  encuestas

## 3.5 Estudio de mercado por encuestas

### 3.5.1 Encuestas

Para saber cuál sería el impacto que tendrá el Hotel Ocean Blue con la implementación de un sistema de información gerencial para mejorar las operaciones administrativas, se realizó la tabulación de las encuestas obtenidas de los clientes fijos del Hotel Ocean Blue en el software SPSS para una mejor apreciación de los resultados (*Ver anexo 2*)

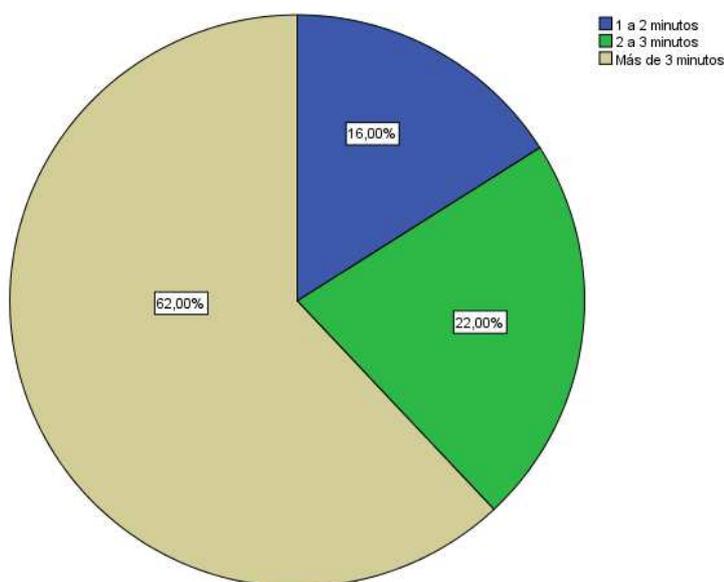
**PREGUNTA 1: ¿En promedio, cuanto tiempo emplea el administrador/(o persona encargada del registro) en realizar el *check-in*?**

**Tabla 6** Tiempo promedio que emplea el administrador/ persona encargada del registro en realizar el *check-in*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos de 5 minutos	61	16,0	16,0	16,0
Entre 5 y 10 minutos	84	22,0	22,0	38,0
Más de 10 minutos	238	62,0	62,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente y Elaboración: Las autoras

**Gráfico 3** Tiempo promedio que emplea el administrador/(o persona encargada del registro) en realizar el *check-in*



Fuente y Elaboración: Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 3 se puede apreciar el tiempo promedio que emplea el administrador en realizar el *check-in*, en base a los resultados, el 16% de los encuestados afirma que el tiempo promedio que se emplea es menos de 5 minutos, el 22% emplea un tiempo entre 5 y 10 minutos en el proceso de *check-in* y un 62% determina un tiempo de más de 10 minutos.

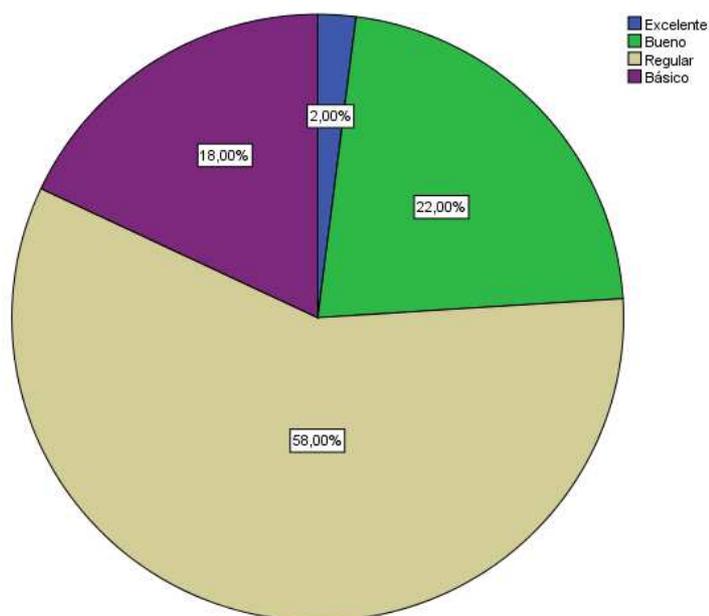
## PREGUNTA 2: ¿Cómo califica nuestro hotel?

**Tabla 7** Calificación del Hotel Ocean Blue

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	% acumulado
Válido	Excelente	8	2,0	2,0	2,0
	Bueno	84	22,0	22,0	24,0
	Regular	223	58,0	58,0	82,0
	Básico	69	18,0	18,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente y Elaboración: Las autoras

**Gráfico 4** Calificación del Hotel Ocean Blue



Fuente y Elaboración: Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 4, solo un 2% del total de encuestados considera como excelente el servicio ofrecido en el hotel Ocean Blue, un 22% sin embargo, lo califica de bueno, del 76% restante, un 58% lo considera regular y el 18% básico.

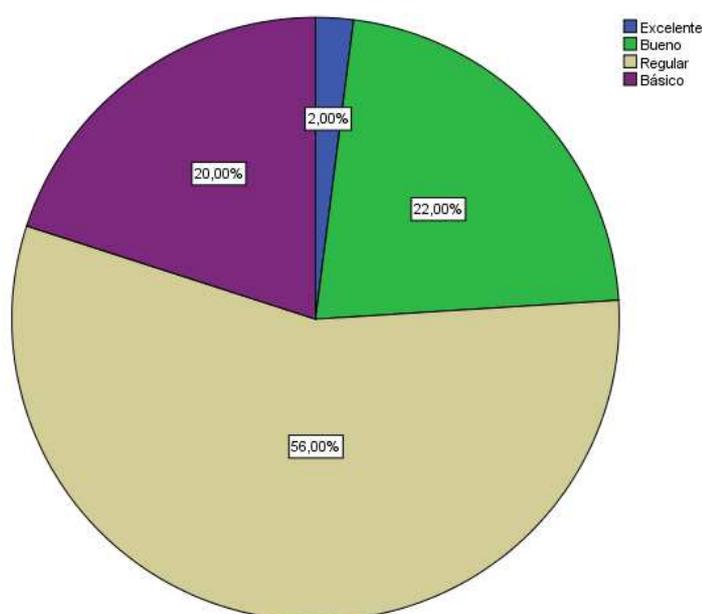
**PREGUNTA 3: Cómo calificaría el servicio de recepción de nuestro hotel basado en los siguientes puntos:**

**Tabla 8** Eficiencia en *Check-In/Out*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	8	2,0	2,0	2,0
	Bueno	84	22,0	22,0	24,0
	Regular	215	56,0	56,0	80,0
	Básico	77	20,0	20,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente y Elaboración: Las autoras

**Gráfico 5** Eficiencia en *Check-In/Out*



Fuente y Elaboración: Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 5, respecto a la eficiencia en *Check-In/Out*, el 76% de los encuestados le asigna una mala calificación, de los cuales el 56% lo califica de regular, y un 20% de básico, por otra parte, un 24% respondió positivamente a la pregunta, 22% correspondiente a una calificación buena, y el restante 2% le otorgo la calificación “excelente”.

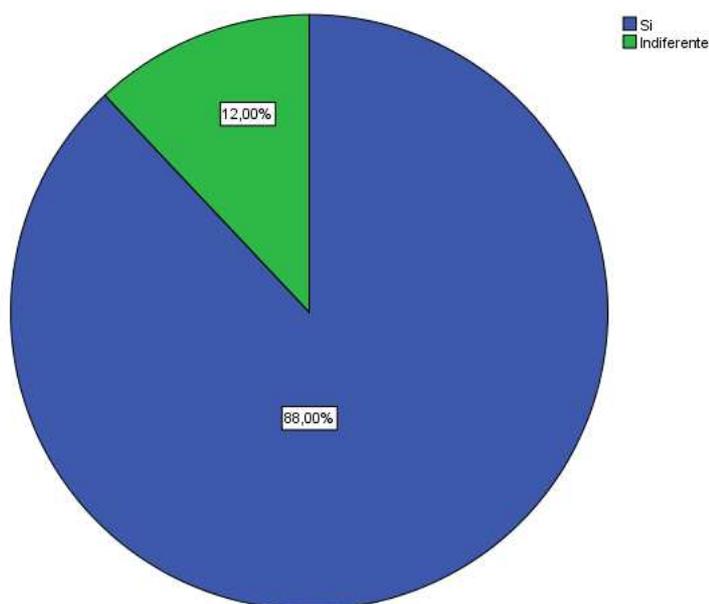
**PREGUNTA 4: ¿Desearía poder contar con un número único de identificación (ID) para facilitar su registro *check-in* en una próxima ocasión?**

**Tabla 9** Interés de los encuestados en obtener un número único de identificación (ID) para facilitar el registro *check-in*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	338	88,0	88,0	88,0
Indiferente	46	12,0	12,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Gráfico 6** Interés de los encuestados en obtener un número único de identificación (ID) para facilitar el registro *check-in*



**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 6, el 80% de los encuestados tiene interés en obtener un número único de identificación (ID) para facilitar el registro *check-in*, lo cual reduciría el tiempo del proceso, el restante 12% se mantiene indiferente ante la propuesta.

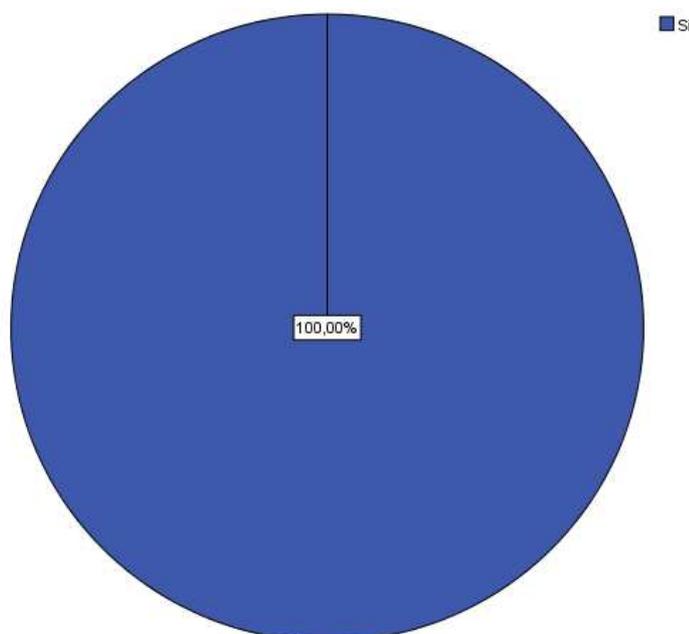
**PREGUNTA 5: ¿Recibe usted un comprobante de compra luego de realizar el *check-out* del hotel?**

**Tabla 10** Porcentaje de recepción de comprobante de compra luego de realizar el *check-out* del hotel

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	384	100,0	100,0	100,0

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Gráfico 7** Porcentaje de recepción de comprobante de compra luego de realizar el *check-out* del hotel



**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 7, el 100% de los encuestados asegura recibir un comprobante de compra luego de realizar el *check-out* del hotel.

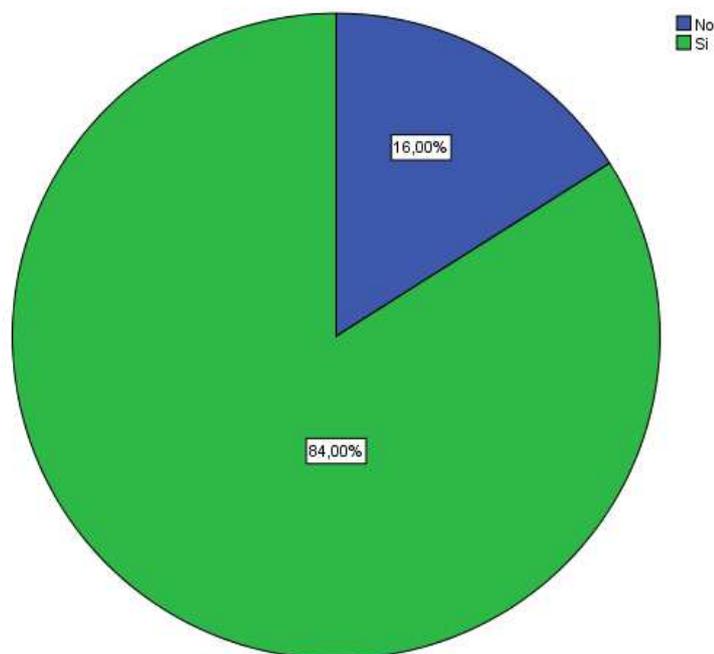
**PREGUNTA 6: ¿Ha tenido inconvenientes al recibir su comprobante de compra al realizar el *check-out*?**

**Tabla 11** Inconvenientes de clientes al recibir su comprobante de compra al realizar el *check-out*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	61	16,0	16,0	16,0
	Si	323	84,0	84,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente y Elaboración: Las autoras

**Gráfico 8** Inconvenientes de clientes al recibir su comprobante de compra al realizar el *check-out*



Fuente y Elaboración: Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 8, el 84% de los encuestados afirma tener inconvenientes al recibir su comprobante de compra al realizar el *check-out* mientras que el 26% no ha presentado inconvenientes.

**PREGUNTA 7: Si la respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa:  
Escoja las razones por las cuales ha tenido inconvenientes**

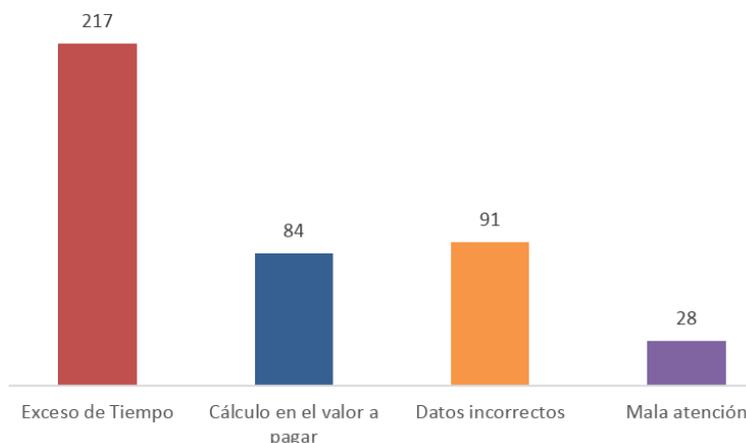
**Tabla 12** Inconvenientes de clientes al recibir su comprobante de compra al realizar el *check-out*

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Inconvenientes <sup>a</sup>	Exceso de Tiempo	217	51,7%	73,8%
	Cálculo en el valor a pagar	84	20,0%	28,6%
	Datos incorrectos	91	21,7%	31,0%
	Mala atención	28	6,7%	9,5%
Total		420	100%	142,9%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Gráfico 9** Razones de los inconvenientes al recibir comprobante de compra



**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 9, el total de personas que percibieron inconvenientes al recibir el comprobante de pago en el momento del *check-out*, un 73,8% atribuyen sus inconvenientes a excesos en el tiempo de entrega del comprobante, 28,6% al cálculo incorrecto del valor a pagar, 31% a la entrega de datos incorrectos en el comprobante de venta entregado, mientras que el 9,5% de los encuestados ha recibido mala atención al momento de recibir el *check-out* del hotel.

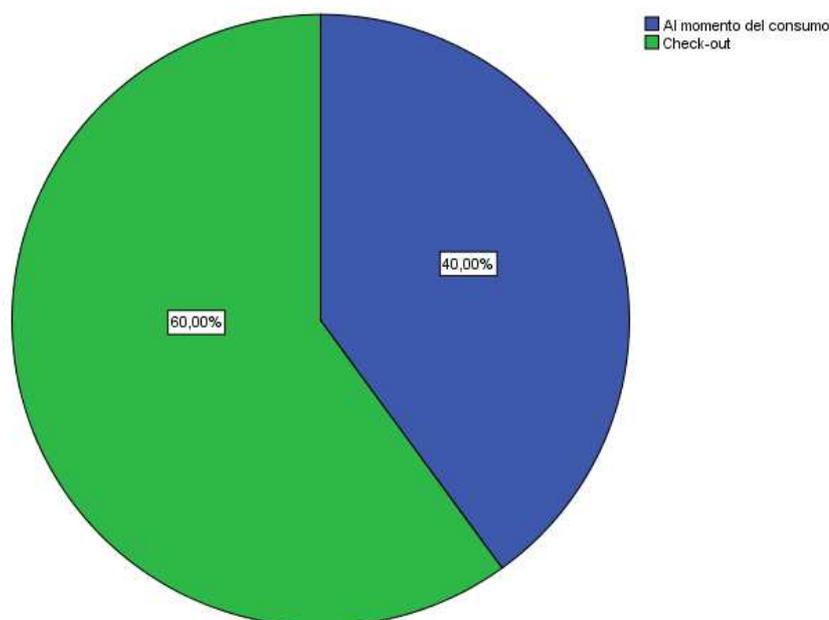
**PREGUNTA 8: ¿De qué manera desearía que se registre la facturación de los consumos diarios dentro del establecimiento?**

**Tabla 13** De qué manera desearía que se registre la facturación de los consumos diarios dentro del establecimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Al momento del consumo	154	40,0	40,0	40,0
	Check-out	230	60,0	60,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Gráfico 10** De qué manera desearía que se registre la facturación de los consumos diarios dentro del establecimiento



**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Interpretación:** Se preguntó a los clientes del hotel la manera en la que desearían se registre la facturación de los consumos diarios dentro del establecimiento. En el gráfico 10, el 60% respondió que al momento de facturación debería ser durante el *check-out*, es decir al momento de finalizado el servicio de hospedaje del hotel, mientras que un 40% desean que la facturación de los consumos diarios sea al momento de la compra.

**PREGUNTA 9: Seleccione si desearía contar con algunos de los siguientes servicios**

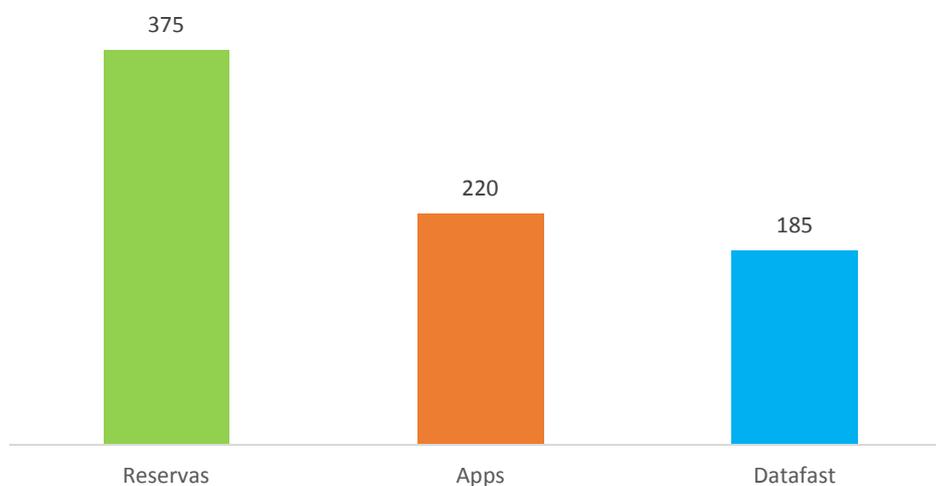
**Tabla 14** Servicios Adicionales del Hotel Ocean Blue

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Servicios Adicionales <sup>a</sup>	Reservas online	375	48,08%	97,66%
	Apps	220	28,21%	57,29%
	Datafast	185	23,72%	48,18%
Total		780	100,00%	203,13%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Gráfico 11** Servicios Adicionales del Hotel Ocean Blue



**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Interpretación:** En el grafico 11, respecto a los servicios adicionales, los encuestados presentaron preferencias similares, un 100% de los encuestados desearía realizar sus reservas online, el 92% optó adicionalmente su deseo de contar con una aplicación para teléfono inteligentes (*Apps*) y un 72% selecciono el servicio de *datafast*.

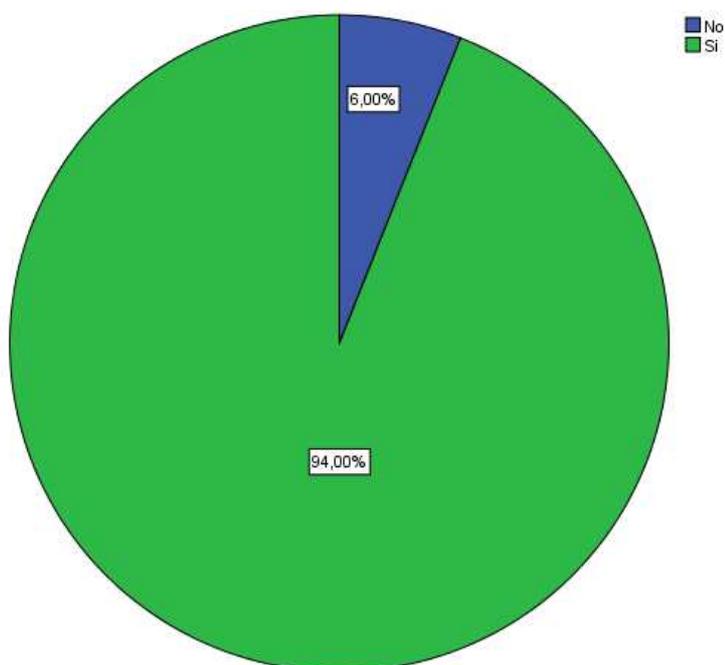
**PREGUNTA 10: ¿Desearía recibir información adicional de promociones, eventos y tarifas especiales del hotel?**

**Tabla 15** Interés de los clientes en recibir información adicional de promociones, eventos y tarifas especiales del hotel

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	23	6,0	6,0	6,0
	Si	361	94,0	94,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente y Elaboración: Las autoras

**Gráfico 12** Interés de los clientes en recibir información adicional de promociones, eventos y tarifas especiales del hotel.



Fuente y Elaboración: Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 12, sobre el interés de los clientes en recibir información adicional de promociones, eventos y tarifas especiales del hotel se obtuvo que el 94% desea recibir tal información mientras que el 6% restante no.

**PREGUNTA 11: ¿A través de qué medios desearía recibir tal información?**

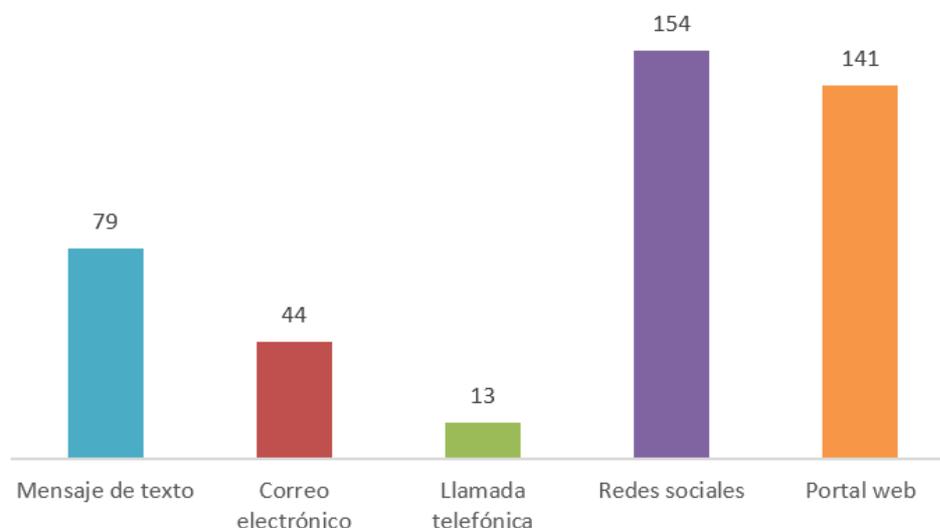
**Tabla 16** Medios de Información

Medios de Información <sup>a</sup>	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Mensaje de texto	79	18%	21%
Correo electrónico	44	10%	11%
Llamada telefónica	13	3%	3%
Redes sociales	154	36%	40%
Portal web	141	33%	37%
Total	432	100%	113%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Gráfico 13** Medios de Información



**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Interpretación:** En el gráfico 13, el total los clientes encuestados que tenían interés en recibir información adicional del hotel, el 18% desean recibirla a través de mensajes de texto, el 10% recibirlo por correo electrónico, el 3% por llamada telefónica, mientras que la mayoría prefirió recibir la información a través de redes sociales (*facebook, twitter*) o a través de un portal web.

**PREGUNTA 12: ¿Qué métodos de recepción de pagos desearía que el hotel disponga?**

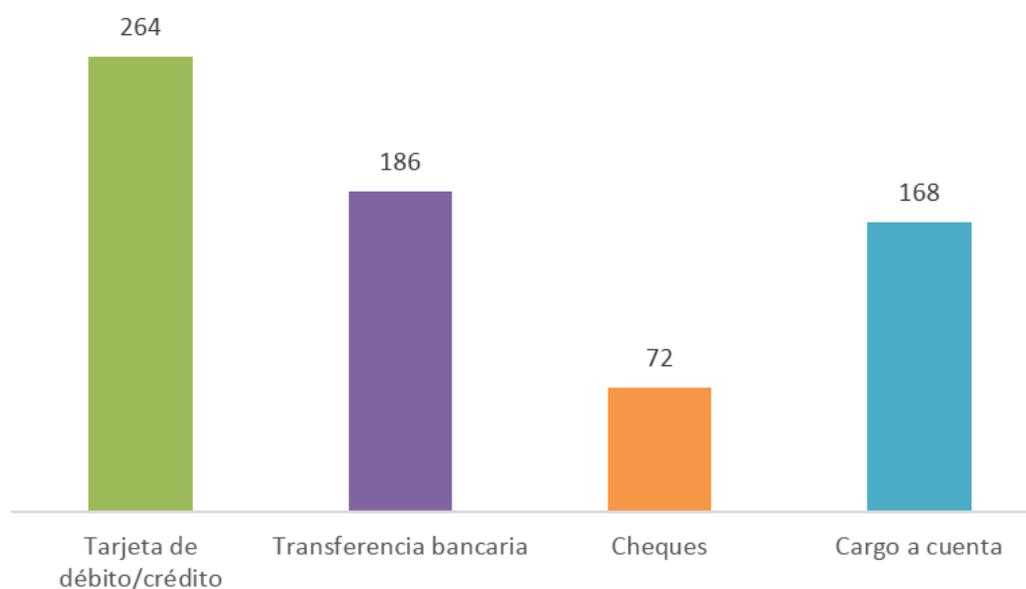
**Tabla 17** Medios adicionales de pago

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Medios adicionales de pago <sup>a</sup>	Tarjeta de débito/crédito	264	38,30%	68,75%
	Transferencia bancaria	186	27,00%	48,44%
	Cheques	72	10,40%	18,75%
	Cargo a cuenta	168	24,30%	43,75%
Total de respuestas (muestra total = 300)		690	100,0%	179,69%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

**Gráfico 14** Medios adicionales de pago



**Fuente y Elaboración:** Las autoras.

**Interpretación:** En el gráfico 14, el total encuestado, un 38% desearía tener la opción de pagar los servicios del hotel a través de una tarjeta de débito o crédito, el 27% lo desea a través de transferencias bancarias, el 24% prefiere que le cobren por medio de la cuenta bancaria, mientras que el 11% prefiere tener como opción el pago los cheques.

### **3.5.2 Análisis de las encuestas**

En base a los resultados obtenidos de las encuestas se puede determinar la necesidad de la implementación de un sistema de información gerencial para poder brindar un servicio más rápido y eficaz al momento del *check-in* y *check-out* ya que según el análisis presentado la mayoría de los encuestados han tenido inconvenientes por el exceso de tiempo en el proceso y el cálculo incorrecto del valor a pagar.

Además de esto, las encuestas mostraron como resultado, la preferencia de los clientes para recibir la información del hotel por medio de un portal web y como también que las promociones y eventos se publiquen por medio de las redes sociales. Finalmente, como servicios adicionales los clientes mostraron un gran interés en poder contar con un manejo de reserva online y el uso de tarjetas de crédito/debito como forma de pago.

### **3.6 Las 5 fuerzas de Porter**

El estudio de las cinco Fuerzas de Porter es un método que fue creado por Michael E. Porter en 1979, este modelo identifica y analiza 5 fuerzas competitivas que dan forma a todas las industrias, y ayuda a reconocer las debilidades y fortalezas de una industria, usado en economía para estudiar el entorno específico de un determinado sector y así demostrar su atractivo, es decir, si interesa o no entrar en dicho sector.

Según Porter (2008) las cinco fuerzas competitivas establecen conjuntamente la intensidad de la competencia en la industria, la rentabilidad, y la fuerza que está gobernando, las mismas que se convierten en cruciales desde el punto de vista de la formulación de la estrategia.

Este modelo es una herramienta simple pero potente para comprender que poder se encuentra en una situación de negocios. Esto es

útil, ya que ayuda a entender tanto la fuerza de su posición en la ventaja competitiva actual, y la fuerza de una posición a la que se enfrentan los vendedores y gerentes de negocios para mirar el "equilibrio de poder" en un mercado entre los diferentes tipos de organizaciones, además de analizar el atractivo y la rentabilidad potencial de un sector de la industria.

### **3.6.1 Amenaza de Entrada**

En el Hotel Ocean Blue una de las amenazas de entrada son los diferentes competidores que ofrecen el mismo servicio en la parroquia Crucita; para el hotel Ocean Blue esta competencia no representa un gran impacto, ya que la infraestructura de la compañía es lo suficientemente grande como para dar alojamiento a un gran número de huéspedes, además de contar con 3 salas de reuniones que lo diferencia de los demás.

Por lo tanto, la posibilidad de entrada de competidores potenciales en la industria hotelera es una fuerza de escasa importancia, en consecuencia, el poder de amenaza de entrada es bajo, a menos que ingrese una cadena internacional y ofrezca una mejor atención a precios más bajos.

### **3.6.2 Intensidad de rivalidad entre competidores existentes**

En el sector Crucita existen 5 hoteles entre los que se destacan: Hotel Casa Grande, Venecia, Hipocampo, Costa Azul y Terrazas del Mar, los mismos que compiten con el nivel de servicio del Hotel Ocean Blue. La tasa de crecimiento de la industria es muy baja (10% anual) y el costo fijo es de 30% (coste de mantenimiento).

En la tabla 18 se muestran los servicios y precios de cada hotel de la parroquia Crucita.

**Tabla 18** Competencia de otros hoteles en la parroquia Crucita

Hotel	# de habitaciones	Precios		Servicios Adicionales
		Habitación Simple	Habitación doble	
Casa Grande	45	\$20	\$50	
Venecia	38	\$18	\$45	
Terrazas del Mar	30	\$15	\$35	
Hipocampo	50	\$15	\$35	
Las Dunas	40	\$20	\$55	

**Fuente:** Información del Sector Hotelero de la parroquia Crucita.

**Elaboración:** Las autoras

De acuerdo a los datos proporcionados en la anterior tabla se puede observar que los hoteles del sector a pesar de ser competitivos y contar con servicios de calidad y precios cómodos, se considera que no existe un alto grado de rivalidad debido a que los servicios que ofrecen no influyen en la demanda que recibe el hotel anualmente. Por lo tanto, se determina que el poder de rivalidad es bajo.

### 3.6.3 Amenaza de Productos o Servicios de Sustitución

Los servicios sustitutos directos son los hostales, restaurantes, apartamentos, casas de alquiler, moteles, albergues, etc. El precio de estos servicios son inferiores al hotel Ocean Blue, Estos servicios van a limitar los beneficios en temporadas bajas y también en temporada alta en el sector, por lo que el hotel debe marcar una ventaja competitiva que lo diferencie brindando servicio de excelencia.

En el análisis de los servicios sustitutos es indudable que la combinación calidad – precio sea el factor más importante a tener en cuenta. El efecto sustitución será mayor cuanto más beneficiosa sea esta relación para el consumidor. La amenaza de los sustitutos no genera gran impacto en la productividad del hotel debido al posicionamiento que tiene en Crucita, pero de igual manera es necesario procurar mejorar el nivel de servicio y dar cumplimiento de calidad a los requerimientos de los huéspedes, por lo que

se puede determinar que la presencia de servicios sustitutos muestra un poder medio para el hotel Ocean Blue.

#### **3.6.4 Poder de Negociación de Proveedores**

El Hotel Ocean Blue dispone de un gran número y variedad de productos y materias primas. Muchos de estos productos son fundamentales para el éxito de la empresa, por lo que es necesario que el hotel cuente con varios proveedores que ofrezcan productos de diferentes marcas y a la vez permitan negociar precios de compra-venta sin la necesidad de estar comprometidos con un solo proveedor, esto permitirá mejorar la calidad de productos y optimizar el capital de acuerdo a los precios ofertados, de la misma forma brinda la oportunidad de negociación con crédito. En conclusión se puede decir que la dependencia de los proveedores es relativa y su poder es bajo.

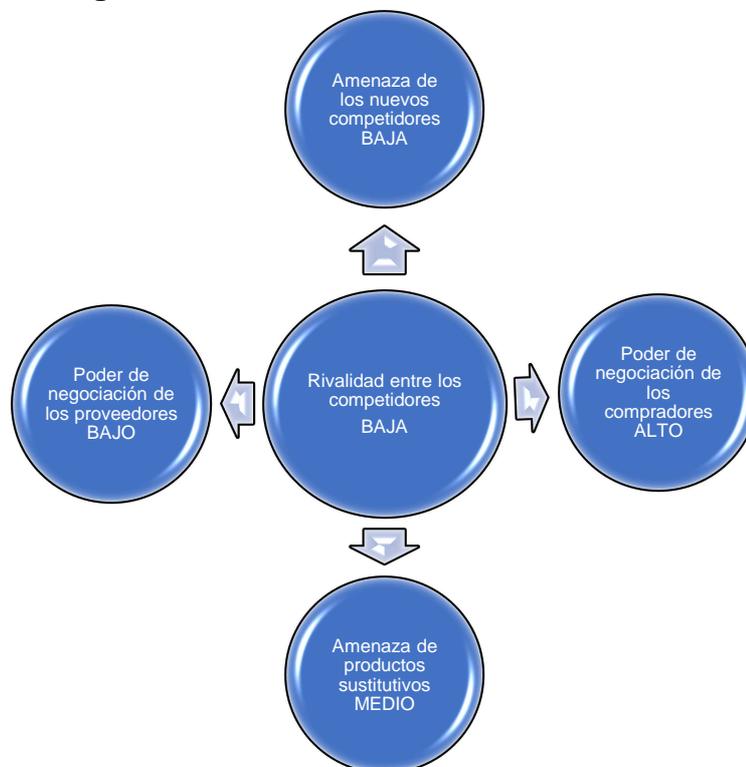
#### **3.6.5 Poder de Negociación de Clientes (Compradores)**

En la actualidad los turistas manejan gran cantidad de información referente a precios y calidad, aunque no todos buscan los mismos servicios, el poder de negociación es alto debido a que son ellos quienes influyen en la decisión de destino o alojamiento en determinado sector u hotel. El punto clave del poder de negociación es el tamaño y concentración de los consumidores. De acuerdo a la información con la que cuentan los turistas, estos tienen la capacidad de enfrentarse a la variedad de ofertas del sector hotelero, exigir niveles de precios acorde al mercado y servicios de alta calidad.

El Hotel Ocean Blue recibe unos 4.000 huéspedes durante el año, lo que representa el 20% de la población de Crucita, debido a la competencia del sector. El servicio brindado es poco diferenciado lo que hace que el consumidor se vuelva más sensible al precio y esto hace que se eleve el poder de negociación. Su poder de negociación es alto.

En conclusión, se puede decir que, según el análisis de las fuerzas competitivas de Porter, el Hotel Ocean Blue, para ser rentable, solo tendría que preocuparse por los competidores potenciales como cadenas de hoteles internacionales. Por otro lado los competidores existentes no representan mayor grado de rivalidad en el sector, además los servicios sustitutos son relativos en comparación al servicio de calidad y excelencia que brinda el Hotel Ocean Blue. El poder de negociación de proveedores es bajo, por lo que la exclusividad de los mismos permite al hotel poder elegir una amplia gama de productos basándose en la calidad y precios a su alcance. Finalmente el poder de negociación de clientes es alto debido a que son los consumidores quienes tienen el poder de decisión, como en que hotel hospedarse de acuerdo a sus exigencias y niveles de ingreso.

**Figura 11** Modelo de las 5 Fuerzas de Porter



**Fuente:** Michael Porter  
**Elaboración:** Las Autoras

## 3.7 Entrevista a expertos

### 3.7.1 Contenido de la entrevista

La entrevista a expertos se realizó con el fin de obtener información primaria sobre la importancia en la implantación de un sistema de información gerencial en las empresas, a nivel general, así como también a nivel específico, es decir, enfocado en el sector hotelero. Entre los principales temas de consulta se encuentran: uso del internet en el país, incremento de compras en línea en el país, manejo de redes sociales, preferencias de compra, aceptabilidad, formas de pago, interfaz necesaria en el sitio web para asegurar la confianza del cliente.

### 3.7.2 Elección de expertos

Para la realización de la entrevista se seleccionaron seis profesionales, cuatro pertenecientes al área de Sistemas de Información y dos pertenecientes al sector hotelero (ver tabla 19).

Detalles de la encuesta a los expertos en el tema (Ver anexo 3)

**Tabla 19** Expertos escogidos para la entrevista

<b>NOMBRE</b>	<b>PROFESIÓN</b>	<b>LUGAR DE TRABAJO</b>
Tatiana Rivera	Ingeniera Diseño de sistemas	Universidad San Gregorio
Paul Suarez	Ingeniero en Informática	SECAP
Adriana Steves	Ingeniera en Sistemas	Banco del Pacifico
Israel Álava	Ingeniero en Sistemas	Escuela Superior
Delgado	Computacionales	Politécnica del Litoral
Wilmer Carbache	Ingeniero en Turismo	Escuela Superior Politécnica del Litoral
Marisol Guillen	Ingeniera en Administración	Hotel Ceibo Real de

	de Empresas	Portoviejo
Norma García	Ingeniera en Turismo	Hotel El Emperador de Portoviejo

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

### 3.7.3 Conclusiones de la entrevista

A través de las entrevistas realizadas a los expertos respecto a la importancia de un sistema de información gerencial se pudieron identificar las siguientes consideraciones:

La implementación de un SIG permite la integración entre diferentes procesos organizacionales de la empresa, facilita la toma de decisiones, reduce tiempos con relación a años anteriores y es una herramienta de marketing, ya que permite a los clientes hacer reservas online y mantener contacto con los clientes a través de las redes sociales.

El éxito de la implementación de un SIG depende de que tan adaptable sea el sistema a las necesidades de la empresa. El uso de servicios adicionales como el pago con tarjetas de crédito son factores fundamentales para la facilidad y seguridad del cliente.

Los beneficios más importantes cuando se implementa un SIG son la recopilación, registro y organización de datos, así como una toma de decisiones en tiempo real.

Antes de implementar un SIG en una empresa es fundamental considerar el tamaño de la empresa, módulos requeridos, inversión a realizar y personal que esté capacitado para usar el sistema.

### **3.8 Descripción de los procesos operativos actuales del área administrativa del hotel**

A través de las entrevistas realizadas a los empleados del hotel se pudo identificar la situación actual de la gestión administrativa con el fin de poder determinar los procesos ineficientes de la misma.

Detalles de la entrevista (Ver Anexo 4)

#### **3.8.1 Check in**

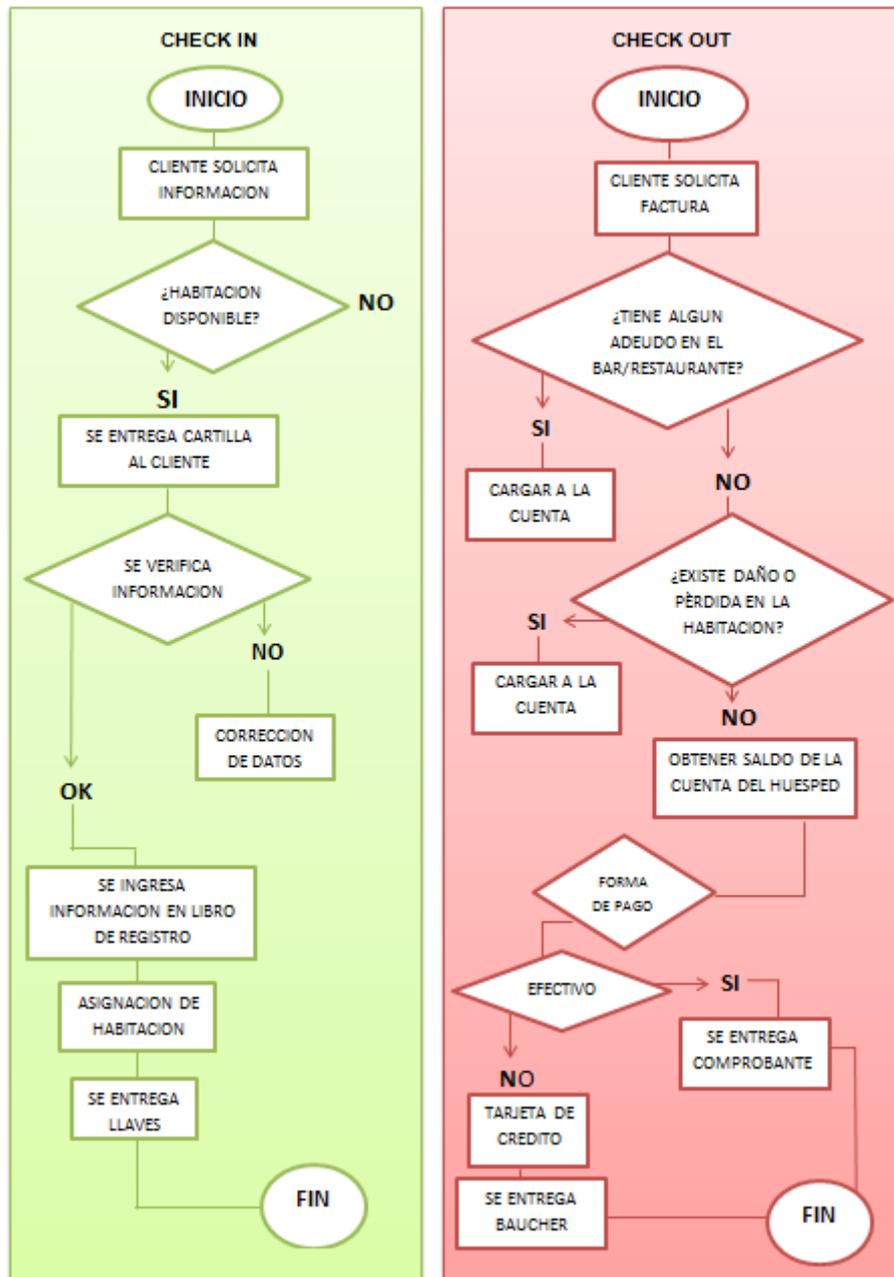
Una vez que el huésped ingresa en las instalaciones del hotel Ocean Blue, solicita información a la recepcionista acerca de las tarifas y promociones disponibles, quien verifica la disponibilidad de habitaciones, si el cliente está de acuerdo con los servicios que ofrece el hotel, inmediatamente se entrega una cartilla, la misma que contiene campos como: nombres y apellidos, identificación, ciudad de origen, motivo de su visita, etc.

Luego, el huésped le entrega la cartilla a la recepcionista y procede a revisar si los datos están correctos, por consiguiente elabora de forma manual el ingreso de la información en el libro de registros, lo que toma aproximadamente entre 5 a 10 minutos para luego asignar la habitación solicitada por el huésped y finalmente realizar la entrega de llaves.

#### **3.8.2 Check out**

El cliente solicita el comprobante de compra al administrador, quien empieza a revisar en la carpeta todas las bebidas y alimentos consumidos, posteriormente calcula cada rubro para el saldo total de la cuenta del huésped, si la forma de pago es en efectivo se entrega un comprobante de pago, si se lo realiza con tarjeta de crédito se entrega un Boucher. Este proceso toma entre 10 a 15 minutos.

**Figura 12** Proceso Operativo actual del hotel Ocean Blue



**Elaboración:** Las autoras

### 3.8.3 Reservas

Las reservas del hotel son llevadas a cabo a través del envío y recepción de mails, los cuales deben ser atendidos por lo que son

responsabilidad de la recepcionista, el tiempo de asignación de reservas es variable, ya que la recepcionista tiene que realizar otras actividades que no corresponden a su función por lo que le quita la disponibilidad de tiempo para realizar este proceso, encontrándose en un intervalo entre 2 a 5 horas.

#### **3.8.4 Asignación de habitaciones**

La asignación de habitación es realizada de manera empírica a través de papel y lápiz; el proceso consiste en escribir en una hoja numerada (igual al número de habitaciones del hotel) los datos de los huéspedes y los días de su estadía, que luego del proceso de *check-out* es tachada de la lista descrita y luego sobrescrita con el nombre del nuevo huésped al que se le asigne la misma habitación.

El problema con el proceso de asignación de habitaciones es el conflicto que se genera con el tachado o borrado de un huésped anterior y la sobre-escritura de un nuevo huésped, al que le es asignado la misma habitación, ya que este proceso solo puede ser realizado por una única ocasión, luego del cual en una nueva hoja numerada se debe llevar el registro de un nuevo huésped y la recepcionista deberá tener varias hojas para revisar las diferentes reservas.

#### **3.8.5 Registro de consumos del huésped**

De la misma forma en la que se asignan las habitaciones se realiza el registro de consumos, es decir, se asigna una hoja por cada habitación del hotel, las cuales son administradas en una carpeta con los detalles de todos los alimentos y bebidas consumidos.

El problema de este proceso es que al momento de entregar el comprobante de compra, al cercarse el huésped para realizar el *check out* el administrador empieza a calcular todos los consumos de alimentos y bebidas, esto resulta complicado debido a que si es necesario dividir la cuenta entre varias personas de la habitación, el administrador debe detallar

por separado cada consumo, lo que ocasiona que se tome más de 15 minutos y así los huéspedes próximos a registrar el *check out* en ese momento deben esperar por mucho más tiempo, de igual forma si existe perdida de alguna hoja de registro por consumo de una habitación, el administrador debe redactar la información proporcionada por el huésped para de esta manera poder emitir el comprobante de compra.

### **3.8.6 Control de inventario**

Actualmente el hotel no cuenta con un control de inventario sistematizado, y no se registran las compras de insumos, artículos y demás bienes necesarios para el buen funcionamiento del hotel, lo cual ha provocado grandes pérdidas económicas anualmente por el extravió de artículos, e insumos del hotel.

### **3.8.7 Estados Financieros**

El hotel no cuenta con un sistema que registre sus estados financieros de manera frecuente, por lo que el gerente no tiene conocimiento de las utilidades o pérdidas económicas que el hotel pueda generar en un mes determinado, por otro lado, la contabilidad es realizada exclusivamente por el contador del hotel, el cual se encarga del pago de obligaciones tributarias.

## CAPITULO 4

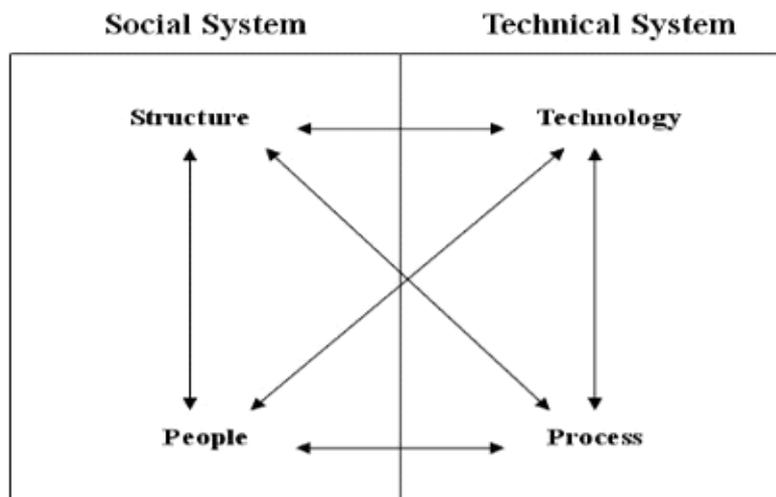
### SELECCIÓN DE PROVEEDORES Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACION DEL SIG

#### 4.1 Requerimientos Generales del sistema

Los requerimientos de un SIG son parte clave en la implementación de un software, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos se puede medir la carencia de recursos necesarios para el buen funcionamiento del mismo.

##### 4.1.1 Los 4 componentes de un sistema de información

**Figura 13** Los 4 componentes de un sistema de información



**Fuente:** Laudon y Laudon

Laudon y Laudon (2004) explica en la figura 13 que un sistema de información se encuentra estructurado como un sistema socio-técnico integrado por dos subsistemas: el subsistema técnico y un subsistema social. El subsistema técnico abarca los componentes tecnológicos y de procesos, mientras que el sub-sistema social abarca las personas y componentes de la estructura, los cuatro componentes tienen que estar presentes y trabajando juntos.

## **Tecnología de la información**

Las organizaciones modernas confían cada vez más en la tecnología de la información como el centro de sus sistemas. Se puede mencionar que dentro de las tecnologías de información se incluye hardware, software y equipos de telecomunicaciones que se utiliza para capturar, procesar, almacenar y distribuir información. Estos tres elementos - el hardware, software y sistemas de telecomunicaciones - comprenden el componente de TI de un sistema de información.

## **Proceso**

Un proceso es el conjunto de pasos utilizados para llevar a cabo un negocio específico o actividad de la organización. En otras palabras, un proceso asigna el conjunto de acciones que un individuo, un grupo o una organización deben realizar para completar una actividad. Dado el caso de un gerente de una tienda de comestibles, él debe verificar el inventario de mercancías para la venta e identificar los elementos necesarios, comparar precios y fechas de entrega cotizados entre varios proveedores, seleccionar uno o más proveedores para cada uno de los productos necesarios en función de la disponibilidad, la calidad, y la entrega, recibir las mercancías, verificar la exactitud y la calidad de los artículos enviados y pagar a los proveedores.

La idea fundamental es que el diseño del proceso debe encajar con los otros componentes del sistema de información y cuando se produzcan cambios se puedan dar ajustes.

## **Capital Humano**

El componente del capital humano dentro de un sistema de información abarca todas aquellas personas que están directamente involucrados con el sistema. El punto crítico es que las personas que

participan en el sistema de información poseen un conjunto de habilidades, actitudes, intereses, prejuicios y rasgos personales que deben tenerse en cuenta cuando la organización implementa un sistema de información.

Muy a menudo, un sistema de información falla porque los usuarios no tienen suficientes habilidades, o tienen una actitud negativa hacia el sistema. Por lo tanto, debe haber suficiente entrenamiento y el tiempo necesario para que los usuarios se acostumbren al nuevo sistema. Los beneficios del sistema deben ser comunicados tanto al personal que labora como a los clientes con el fin de construir actitudes positivas hacia el nuevo sistema.

### **Estructura**

La estructura de la organización, es un componente clave de los sistemas de información se refiere a la relación entre los individuos y el componente del capital humano. Por lo tanto, abarca estructuras jerárquicas de información, y los sistemas de recompensa. El componente de la estructura juega un papel crítico, debido a que estos sistemas a menudo fallan cuando hay resistencia al empleo de un nuevo software por parte de sus usuarios. Esto puede ocurrir porque estos se sienten amenazados por el nuevo sistema de trabajo, o por inherente resistencia humana al cambio.

Para la implementación de un nuevo sistema de información la organización debe tener presente que debe ofrecer beneficios en el largo y corto plazo con el fin de crear incentivos para asegurar su éxito.

La estrecha relación entre los cuatro componentes pueden lograr el éxito de un sistema de información, pero incluso la mejor aplicación de software podría resultar un fracaso si los usuarios lo rechazan y no pueden adoptarse al cambio. Por lo tanto, cuando una organización decide implementar una nueva tecnología para apoyar mejor el funcionamiento de los procesos administrativo, es importante ocuparse de los ajustes

correspondientes en los procesos existentes o desarrollar nuevos. Las personas involucradas deben ser entrenados para asegurarse de que puedan llevar a cabo los procesos. Para finalizar, es necesario evaluar si se debe o no hacer cambios dentro de la organización.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el Capítulo N° 3, donde se puede conocer las necesidades de los huéspedes, los procesos ineficientes, y se procede a plantear junto con los accionistas la elaboración de los requerimientos o necesidades más importante que debe poseer el software para su implementación.

## **4.2 Requerimientos funcionales**

Estos requerimientos definen como debe trabajar el sistema.

- El sistema de información gerencial debe disponer de una base de datos con información actualizada referente a los clientes más frecuentes, temporadas del año con mayor demanda, control de inventarios, etc.
- Deberá contar con manuales de instrucciones o demos que faciliten el fácil uso y acceso a la información.
- Deberá permitir medir los tiempos empleados en las diferentes labores ejecutadas por los empleados a través del sistema.
- Brindar la facilidad de conexión en línea a entidades bancarias, lo cual permitirá el uso de tarjetas de crédito para que los clientes puedan realizar sus pagos.
- Permitirá llevar un registro de operaciones en toda la cadena de procesos. Por cada registro se generara un asiento contable, lo que permitirá obtener una trazabilidad completa.
- Dispondrá de la facilidad de facturar electrónicamente, enviar facturas a los huéspedes por medio de correos lo que no solo ahorra una gran cantidad de papel, si no que este tipo de facturas

tampoco necesitan de una persona que las distribuya.

- Generará informes de resultados y Balances inmediatos.
- El sistema deberá ser accesible desde cualquier dispositivo portátil autorizado que se encuentre dentro del hotel Ocean Blue.

### 4.3 Proceso de Selección de Proveedores

Para selección de proveedores se tomó en consideración el siguiente flujo de procesos:



**Figura 14** Proceso de selección de proveedores

**Fuente:** Schach, Stephen R, Análisis y Diseño de Sistemas

#### 4.3.1 Evaluación de las necesidades del hotel

El primer paso consiste en evaluar las necesidades del hotel Ocean Blue y los requisitos correspondientes para contactar con los proveedores adecuados, para esto se desarrolló una lista de necesidades del hotel en base a las encuestas realizadas y los problemas deficientes del proceso operativo actual con los siguientes puntos:

- *Check-in.*
- *Check-out.*
- Control de Habitación
- Control de Inventario
- Sistema de Reservas *Online*
- Facturación Electrónica
- Gestión de Restaurante o Bar
- Balance del día y generación de Estados Financieros

### 4.3.2 Reunión y entrevista de Proveedores

El segundo paso es enviar invitaciones a un grupo de proveedores a participar en la implementación del proyecto, a través de una “solicitud de propuestas” (RFP) (Ver anexo 5)

Como respuesta a esta invitación se tuvo respuesta de tres proveedores:

- Bisoft
- Openorange
- AM System

El análisis de los términos de referencia (TDR) entregados por cada uno de los proveedores los podemos visualizar en el anexo 6. En algunos casos se recibió *brochures* correspondientes a cada uno de los SIG ofertados; los cuales se describen a continuación:

#### **BISOFT**

Bismark (2015), creador y desarrollador del sistema Bisoft describe a este software como un sistema de información que se adapta a diferentes negocios, cuenta con tres módulos:

- Facturación.
  - Clientes.
  - Proveedores.
  - Especialidades.
  - Facturación.
  - Bancos.
- Reportes.

- Recurso Humano.
- Mantenimiento.

### **Clientes**

Permite mantener un registro de clientes, eliminar, modificar, sacar reportes, exportar datos a Excel para un manejo más dinámico y personal.

### **Proveedores**

Permite mantener un registro de proveedores, escoger el plazo otorgado, el tipo de impuesto para la emisión de comprobantes de retención, poder eliminar, modificar, sacar reportes, exportar sus datos a Excel para un manejo más dinámico y personal.

### **Registro de compras**

Es posible realizar el ingreso de las compras, escoger o cambiar el tipo de impuesto para la retención, y si fuese necesario, el ingreso de los ítems a inventario.

Impresión de:

- Comprobantes de Retención.
- Comprobantes de Egreso.
- Cheques.

### **Ingreso de productos o materia prima**

Realiza el ingreso de los productos para poder controlar el mismo, mediante un inventario.

### **Registro de pagos**

Liquidar una factura de compra ya sea mediante Efectivo, tarjeta, cheque, crédito, canje, etc.

### **Formulación de recetas o subproductos**

Ingreso de fórmulas en los platos o costos que influyan sobre determinado artículo, ejemplo: costos de una importación, seguro, póliza, etc. Y conocer su rentabilidad sobre un artículo.

### **Hoteles**

En cuanto a hoteles cuenta con los siguientes módulos:

### **Reservas**

Reservar una habitación y chequear su disponibilidad para evitar asignar 2 veces una misma habitación.

### **Mantenimiento de reservas**

Permite activar una reserva, asignar tarifas, y muestra la cantidad de huéspedes que van a ocupar dicha habitación. Eliminar reservas, modificar fechas, cambiar de habitación, etc.

### **Planning**

Permite conocer la disponibilidad de las habitaciones, cuenta con 2 modos:

- **Planning express:** visualiza directamente la pantalla hasta 15 días de la fecha deseada.
- **Planning general:** visualiza en excel hasta 1 año calendario.

### **Ingreso de consumos**

Ingresa los consumos a determinada habitación, usted podrá:

- Reversar facturas.
- Generar facturas o facturas ejecutivas (cortesía o posterior facturación).

### **Reporte de facturas**

Reporte de facturas, así como su forma de pago, modificar, eliminar, ingresar los consumos a determinada habitación, lo que permitirá:

- Reversar facturas.
- Generar facturas o facturas ejecutivas.
- Envío automático de email al huésped, agradeciendo por su visita.

### **Registro de cobros**

- Liquidar una factura de consumo, ya sea efectivo, tarjeta, canje, crédito, etc.

### **Situación gráfica del hotel**

Acceder de una manera rápida a la habitación que desee modificar.

Además se puede observar:

- Empresa
- Huésped
- *Check In*
- *Check Out*

### **Ingresos**

Realizar ingresos de las ventas diarias y le permitirá conocer un estado aproximado de los movimientos de sus cuentas registradas.

### **Módulo de Recurso**

Consta de 2 sub-módulos:

- Empleados;
- Datos personales;
- Laborales;
- Familiares;
- Eventos;
- Información de personal eventual, meseros, técnicos, etc.

### **Módulo de Mantenimiento**

Consta de 2 sub-módulos:

- % del IVA;
- Personalice el acceso de los usuarios a los módulos del sistema.

### **Costos**

Si no es necesario llevar inventarios, el costo del Sistema es de \$ 350. NO incluye (Compras, Proveedores, Recetas, Retenciones, Conciliación Bancaria, Egresos). Si necesita llevar inventarios el costo del Sistema es de \$ 600. Incluye (Compras, Proveedores, Recetas, Retenciones, Conciliación Bancaria, Egresos).

## **Openorange**

OpenOrange (2010), es un sistema de aplicaciones comerciales relativamente nueva presentada en el año 2007 que integra ERP, CRM con funcionalidades operativas verticales para diferentes industrias. Es un modelo fácil de usar y adaptar diseñado para reducir costos de adquisición, tiempos de implementación, potenciar el desarrollo y lograr una mejora continua.

Se destaca por la facilidad de encajar perfectamente ya que permite la posibilidad de adaptación del software a las características únicas de la empresa beneficiándose así de las funcionalidades estándar que posee el sistema creando una ventaja competitiva que los diferencia de los demás.

No existen costos de entrada o licencia, ya que se puede acceder a todos los módulos que cuenta el sistema sin problema. El sistema ofrece simplicidad única y funcionalidad múltiple todas sus aplicaciones lo que posibilita que sus usuarios compartan información actualizada de manera instantánea.

Cuenta con la flexibilidad necesaria para adaptarse a cualquier tipo de negocio, siempre respetando las funcionalidades específicas que requiere cada actividad. En situaciones de crisis, cuenta con personal capacitado para brindar el debido respaldo y ayuda.

Siempre conectado, permite tener acceso a la base datos desde cualquier lugar, en cualquier momento, siempre que cuentes con una conexión a Internet. Los consultores realizan una visita mensual, manteniendo un dialogo permanente, verificando como está funcionando el

sistema y como puede ser mejorado.

Ofrece un servicio de soporte técnico permanente para consultas de todo tipo:

- Funcionalidad de OpenOrange.
- *Front Office*.
- Ventas.
- *Housekeeping*.
- Restaurant/POS.
- Integración con centrales telefónicas (PBX).
- *Back Office*, integración 100% con el ERP.
- Seguimiento de requerimientos u observaciones del cliente.
- Servicios web reales.
- Trazabilidad total de las operaciones.
- Web and Mail server.
- Realizar *Web Check In*.

OpenOrange cuenta con once módulos standard, que permiten realizar la gestión de su empresa en forma completa y dinámica. Posibilita el acceso a toda la información integrada por medio de paneles de control o reportes en tiempo real, mejorando la toma de decisiones estratégicas y el funcionamiento operativo de su compañía.

- CRM.
- Compras.
- Ventas.
- Contabilidad.
- Finanzas.
- Órdenes de Compra y Venta.

### **Características Contables**

### **Trazabilidad.**

Con Openorange es posible tener una trazabilidad completa a través de cada una de las operaciones en toda la cadena de procesos. Por cada registro se genera un asiento contable, lo que permite la trazabilidad mencionada, informes de resultados y balances inmediatos.

### **Multimoneda**

Es importante que las transacciones sean multimoneda por lo que los tipos de cambio son actualizados automáticamente desde la página oficial de tipos de cambio.

### **Contabilidad integral**

Asegura una contabilidad integrada y correcta, con informes de resultados claros y fáciles de visualizar. Incluye también un control de costos útil y efectivo. La contabilidad está integrada con el resto de las operaciones de la compañía.

### **Multi-empresa**

Permite gestionar las operaciones de muchas compañías en un solo sistema. El hecho de tener un solo sistema con múltiples bases de datos es conveniente a la hora de actualizar el software.

### **Facturación electrónica**

Con la facturación electrónica no solo se ahorra gran cantidad de papel al evitar la impresión, si no que estas facturas no necesitan de una persona que las distribuya.

### **Conciliaciones**

Ofrece conciliaciones automáticas con el objetivo de reducir al

mínimo el tiempo que demandan estas actividades, debido a que la conciliación de cuentas contables, tarjetas de crédito y cupones suelen ser tareas complejas.

### **Siempre online**

Con OpenOrange la información siempre está disponible y actualizada desde cualquier lugar o dispositivo.

### **AM SYSTEM**

AM/Hotel es un programa informático desarrollado por AM System (2011) dirigido a la completa gestión administrativa del hotel y además cuenta con un sistema de reservas interactivo que facilita las operación online.

El programa permite configurar todo tipo de tarifas desde las más simples basadas en temporadas a las más complejas considerando clientes directos, agencias de viajes, tour operadores, ofertas, cupos, larga estancia, días mínimos, día de la semana de entrada.

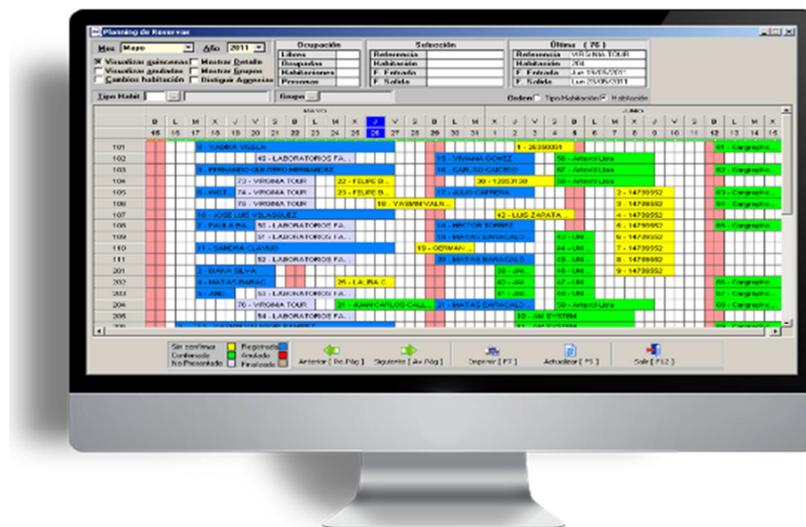
Este software destaca las siguientes funciones:

- Planificación de Reservas.
- Check-in.
- Check-out.
- Tarifas.
- Estadísticas.

Las características de AMHOTEL son:

- Gestión de Empleados y Puestos de Trabajo;
- Control de Habitación;
- Control de Reservas y Recepción;
- Inclusión de Formas de Pago, Tarjetas de Crédito y Tipos de Bono;
- Sistema de Facturación Electrónica (Opcional)
- Gestión y Control de Artículos y Tipos de IVA aplicables;
- Gestión de Restaurante o Bar a través de T.P.V.
- Facturación por Cliente, Habitación, Empresa, o Grupos;
- Informe de Estado de Habitaciones;
- Informe de Ocupación y Próximas Entradas;
- Balance del día y generación de Estados Financieros
- Generación y Restauración de Copias de Seguridad;
- Comprobación, Reparación y Compactación del estado de las Bases de Datos.

**Figura 15** Planning de Ocupación.



**Fuente:** AM System

Como pueden ver en la figura 15 Este sistema permitirá acceder a la información de cada habitación y realizar el registro de los huéspedes, con la

ventaja de modificar o cambiar el estado de la misma e incluso se puede traspasar una reserva de una habitación a otra, logrando así mejorar los procesos del *check in* - *check out* en la asignación de habitaciones disponibles de una manera más eficiente.

El valor de este sistema es de \$1800 y esto ya incluye el sistema completo para toda la administración del hotel, recepción, reservas online, restaurante, control de centra telefónica y spa, incluyendo el soporte técnico y actualizaciones.

Además lo que diferencia de los demás sistemas es que el proveedor nos facilita otra licencia que es un AM táctil para el restaurante, y este es de mucha ayuda para poder hacer el registro de todos los consumos de los huéspedes y de esta manera agilizar el proceso del *check-out*. Este software se parametriza para las diferentes actividades como pueden ser bares, restaurantes, pub, terrazas, comida rápida, servicio a domicilio (véase Figura 16).

**Figura 16** AM táctil software



**Fuente:** AMSystem

### 4.3.3 Selección del tipo de software aplicable

De acuerdo a los términos de referencia de cada software (TDR) y las necesidades del hotel se realizó una tabla de calificación para la selección del SIG, la cual se muestra a continuación:

**Tabla 20** Tabla de Calificaciones de los software

<b>Características del Software</b>	<b>BISOFT</b>	<b>OPENORANGE</b>	<b>AM SYSTEM</b>
Sistema de Reservas Online.	X	X	x
Check-in.	X	X	x
Check-out.	X	X	x
Control de Habitación	X	X	x
Control de Inventario	X	X	x
Facturación Electrónica	X	X	x
Balance del día y generación de Estados Financieros	X	X	x
Gestión de Restaurante o Bar		X	x
<b>Componentes de Evaluación</b>			
Satisfacción de las necesidades del hotel	9	10	10
Facilidad de uso	8	7	10
Precio	10	7	9
Costo de Instalación	8	10	10
Costo de Mantenimiento Anual	9	7	9
Tiempo de entrega del producto	8	10	10
Capacidad de resolver problemas frente a quejas	7	10	10
<b>Calificación General</b>	<b>8,43</b>	<b>8,71</b>	<b>9,71</b>

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

La tabla 20 muestra la calificación general asignada a cada uno de los proveedores, la metodología se basó en la asignación de puntuaciones en un intervalo de 1 al 10, considerándose 1 como “pésimo” y 10 como “excelente” a los distintos componentes de evaluación mostrados, los mismos que fueron añadidos en base a especificaciones concretas por parte del gerente del hotel. Se puede observar que todos los sistemas ofertados

cumplen con la mayoría de necesidades básicas que requiere el hotel para las operaciones administrativas, lo cual se refleja en el componente de evaluación de “Satisfacción a las necesidades del hotel”.

A continuación se analiza cada sistema y se da la explicación de la elección del software AM/SYSTEM.

Bisoft es un sistema de información creado en el Ecuador que se adapta a diferentes modelos de negocios, cuenta con tres módulos: facturación, recursos humanos y mantenimiento. Para el sector de hotelería también brinda otros módulos como son las reservaciones, planificación, ingreso de consumos, reporte de facturas, registro de cobros, etc. Su precio es accesible en el mercado, además de incluir servicio técnico y mantenimiento por un año, pero a pesar de las funciones que ofrece no provee un sistema de reservas *online*, ni características adecuadas que brinden facilidades de uso para la administración del restaurante, ya que son esenciales al momento del *check out* para conocer los consumos del huésped.

Por otro lado, Openorange es un sistema completo, adaptable a cualquier tipo de negocio, diseñado para reducir costos de adquisición, tiempos de implementación, potenciar el desarrollo y lograr mejoras continuas, además de ofrecer un sistema financiero completo para el fácil uso del manejo de inventarios. El precio es elevado debido a que este sistema es ideal para empresas multinacionales que requieran de varios servidores y permitan conectarse con diferentes departamentos, que se beneficien de la diversidad de funciones que ofrece Openorange, por lo que todas estas funciones y características no serán totalmente útiles para las necesidades básicas del hotel Ocean Blue.

AM/System es un programa informático dirigido a la completa

gestión administrativa de los hoteles. Este programa cuenta con una plataforma interactiva y sencilla para su manejo, basada en su planificación de reservas interactivas, tarifas, estadísticas, informes, etc. Cuenta con un sistema de reservas online que facilita la disponibilidad de información y reduce tiempos en atención al cliente, por lo que en la plataforma se podrá visualizar las habitaciones disponibles de acuerdo a los requerimientos de cada cliente.

Se puede concluir que de estos tres sistemas analizados, todos cuentan con funciones esenciales para el buen funcionamiento de los procesos administrativos en el hotel Ocean Blue, pero por factores como el precio y facilidades de uso se ha determinado que la mejor opción para la implementación de un sistema en el hotel Ocean Blue es el software Am System; ya que a pesar de su bajo costo, este programa ofrece reservas online y nos brinda otro tipo de licencia, como es el Am Táctil, un sistema que agiliza la gestión del área administrativa del bar/restaurante.

Detalles del catálogo AM SYTEM (Ver anexo 7)

#### **4.4 Requerimientos de hardware para la implementación del software AM System**

Para la implementación del software AM/System es necesario contar con equipos e infraestructura adecuada que permitan el buen desempeño y garanticen su vida útil a largo plazo, así como equipos adicionales que permitan estar respaldados ante cualquier problema, como equipos de acceso inalámbrico o de soporte en caso de cortes de energía eléctrica.

De acuerdo a los criterios evaluados por el proveedor del *software* a implementarse son necesarios los siguientes equipos:

**Servidor:** El servidor es la parte central de todo sistema, para el

presente proyecto será necesario contar con un servidor debido a que es donde se almacena información, y es quien sostiene la estructura del *software*.

**UPS:** "*Uninterruptible Power Supply*" este dispositivo proporciona energía eléctrica a todos los dispositivos conectados durante cortes de energía, además de mejorar la energía eléctrica cuando baja de voltaje.

**Red:** El sistema que se va implementar en el hotel debe contar con una red interna que permite el enlace y transferencia de datos entre las dos computadoras.

**Computadoras de escritorio:** Es necesario contar con dos computadores de escritorio, una ubicada en la recepción y otra táctil en el bar restaurante las mismas que estarán conectadas a la red dentro del hotel.

**Router:** Este dispositivo permite que exista una interconexión de redes informáticas que aseguran el enrutamiento de información entre redes o determinan la ruta de datos.

Detalles técnicos del hardware (*Ver Anexo 8*)

## **4.5 Propuesta de Implementación del Sistema de Información Gerencial**

### **4.5.1 Check in**

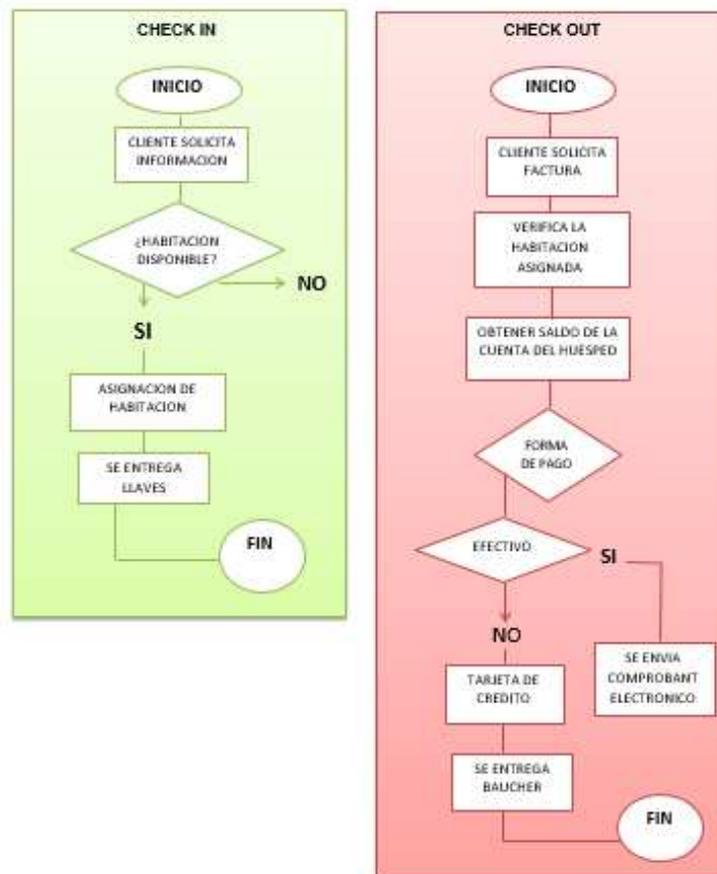
El huésped ingresa en las instalaciones del hotel Ocean Blue, solicita información a la recepcionista acerca de las tarifas y promociones disponibles, si está de acuerdo con los servicios que ofrece el hotel, este solicita una habitación, inmediatamente la recepcionista ingresa toda

la información más relevante en el sistema, y automáticamente el sistema asigna la habitación disponible de acuerdo a los requerimientos del cliente, un corto proceso de entre 3 a 5 minutos para que finalmente se realice la entrega de llaves.

#### 4.5.2 Check out

El cliente solicita el comprobante de compra, el administrador verifica en el sistema la habitación asignada, la misma que detalla todos los consumos realizados y procede a imprimir el monto total a pagar, finalmente si la forma de pago es en efectivo se envía un comprobante electrónico y si por el contrario es con tarjeta de crédito se entrega un Boucher. Este proceso toma entre 3 a 5 minutos.

**Figura 17** Proceso operativo propuesto con la implantación de AM/hotel.



**Elaboración:** Las autoras

### **4.5.3 Reservas**

Las reservas del hotel son planificadas a través del sistema de reservas online, lo que facilita las funciones de la recepcionista y en el cual los huéspedes pueden realizar los pagos mediante transferencias bancarias y recibir confirmaciones de pagos por correo electrónico. Además de incluir cupones electrónicos que aplican descuentos automáticamente.

### **4.5.4 Asignación de habitaciones**

La asignación de habitación es realizada de manera automatizada a través del sistema, en donde la recepcionista registra la información de los huéspedes quedando un histórico en la base de datos. Existe la facilidad de con solo con un clic mover las reservas o las habitaciones asignadas a los huéspedes, lo que permite optimizar tiempos.

### **4.5.5 Registro de consumos del huésped**

El registro de consumos se realiza en el sistema de AM táctil, que permite seleccionar todos los artículos de bebidas o comidas solicitadas por el huésped en el bar-restaurant, agilizando la atención al cliente, cuenta con paneles de mesas configuradas que aseguran que todas las órdenes sean despachadas a tiempo en la mesa correcta

Además este sistema genera informes periódicos de los ingresos y egresos totales del bar-restaurant.

### **4.5.6 Control de inventario**

Existe una herramienta de control de inventario sistematizado, que permite registrar las compras de materias primas, insumos, artículos y demás bienes necesarios para el buen funcionamiento del hotel, logrando evitar que se generen grandes pérdidas económicas anualmente por el extravío de artículos, e insumos del hotel.

#### **4.5.7 Estados Financieros**

Los estados financieros son generados periódicamente mediante reportes e informes de las utilidades, ingresos y egresos de las operaciones que realiza el hotel en un periodo determinado, por otro lado, este sistema incluye la facturación electrónica pero no se encuentra directamente enlazado con el Servicio de Rentas Internas (SRI), por lo que el pago de obligaciones tributarias, es un proceso separado del sistema.

### **4.6 Procesos generales de operaciones del sistema de información gerencial propuesto**

#### **4.6.1 Puntos de ingresos de datos**

Los puntos de ingresos de datos serán todas las computadoras y dispositivos por medio de los cuales el sistema y la base de datos puedan ser alimentados siempre y cuando estén conectados a la red y estén debidamente autorizados.

#### **4.6.2 Almacenamiento de datos**

El servidor será el único lugar de almacenamiento de datos, ya que en es este equipo el que contiene la base de datos e información registrada, así como los respaldos necesarias en caso de consultas de datos almacenados, y de esta forma evitar posibles hurto o piratería de registros.

#### **4.6.3 Procesamiento de datos**

Los datos almacenados deben ser procesados de manera sistemática permitiendo de forma automática trabajar con información actualizada, facilitando los procesos administrativos a los usuarios ya que el sistema opera de manera estandarizada evitando así inconvenientes y errores en el funcionamiento del sistema.

#### **4.6.4 Creación de indicadores**

Una forma de llevar un control de las variables que intervienen en los procesos administrativos son los indicadores los cuales permiten cuantificar errores, medir la demanda, el cumplimiento de tiempos en servicios y la calidad de los mismos, de esta forma se pueden aplicar acciones correctivas o preventivas y soluciones dentro de la organización.

#### **4.6.5 Reportes**

El software a implementarse debe ser capaz de generar reportes de forma automatizada que brinden facilidad al personal y disminuya la carga de trabajo como:

- Reporte de reservas
- Informe diario restaurante
- Informe de facturas
- Informes estadísticos

Estos reportes deberán estar disponibles en el sistema con respaldo en la base de datos y que estos a su vez puedan ser impresos lo que permitirá contar con registros físicos.

#### **4.6.6 Requisitos del personal de trabajo**

El personal que se ocupara del manejo y buen funcionamiento del sistema de información gerencial, será personal altamente capacitado que demuestre habilidades y aptitudes para su correcta administración y garantice el buen desempeño del sistema.

Para el manejo de este sistema se necesitara de un recepcionista y un administrador que ocupen los puestos estratégicos de acuerdo a las necesidades esenciales del hotel como *check-in - check-out*, reservas, pagos, administración de bar/restaurante etc. respectivamente. De esta forma se garantiza la disponibilidad del personal y la calidad de servicio

brindada a los huéspedes.

## **4.7 Redefinición de la funciones del personal**

### **4.7.1 Gerente General**

El Gerente General del hotel se encarga de la gestión general del hotel, la administración del personal, la planificación, organización y control de todos los servicios del hotel.

#### **Funciones Claves del Gerente General**

- Definir políticas generales de administración;
- Dirigir y controlar el desempeño de las áreas;
- Abordar los problemas y dar solución a problemas; eventos y conferencias;
- Mantiene la confianza del cliente, respondiendo personalmente y resolver las quejas; hacer ajustes de carga o la oferta de servicios gratuitos;
- Garantizar el cumplimiento de las leyes de concesión de licencias, la salud y la seguridad y otras disposiciones legales.
- Pago de personal;
- Planificación de eventos y conferencias

### **4.7.2 Administrador Hotelero**

El Administrador del hotel se encarga de la gestión del día a día del hotel y su personal.

Al tiempo que toma una visión estratégica y la planificación anticipada para maximizar las ganancias, el administrador debe prestar atención a los detalles, dando el ejemplo de todas las gestiones al personal para ofrecer un buen nivel de servicio que satisfaga las necesidades y expectativas de los huéspedes.

### **Funciones Claves del Administrador**

- Reclutamiento, capacitación y supervisión del personal;
- La planificación de los horarios de trabajo para las personas y los equipos;
- Tramitar las reclamaciones de los clientes y comentarios;
- Abordar los problemas y solución de problemas;
- Supervisor de mantenimiento, suministros, renovaciones y muebles;
- Tratar con contratistas y proveedores;
- Llevar a cabo inspecciones de la propiedad y los servicios;
- Realización del *check-out* en el sistema;
- Supervisión de las funciones de los empleados

### **4.7.3 Recepcionista**

La recepcionista del hotel representa el primer punto de contacto con los clientes. El objetivo principal del trabajo de una recepcionista es proyectar una imagen positiva para los clientes y ofrecer todos los servicios que el hotel posee. Debe ser una persona agradable y asegurarse de resolver todas las cuestiones relacionadas con los clientes y la logística, además de coordinar las funciones de proporcionar el mejor de los servicios de hospitalidad.

#### **Funciones Claves de la Recepcionista**

- Proporciona información a todas la personas que ingresan al hotel;
- Actualización de las tarifas y promociones en el sistema de reservas online;
- Visualiza en el sistema las habitación disponibles al momento del *check-in*;
- Registro de *check-in* de los huéspedes en el sistema;
- Asignación de habitación y entrega de llaves;
- Revisar todas las reservas realizadas en el sistema online;

#### **4.7.4 Chef**

El Chef es la persona responsable de todos los productos de la cocina, coordina la distribución de tareas con su ayudante, lo que garantiza que el trabajo progresa como debiera en el tiempo disponible.

Adicionalmente, prepara todos los menús y comprueba los niveles de satisfacción del cliente mediante el ejercicio de una buena presentación de los platos ofrecidos.

##### **Funciones Claves del Chef**

- Asegurar que la producción se ejecute correctamente y que los productos cumplan con las fichas técnicas;
- Asegurar los niveles de calidad de los productos y servicios;
- Supervisar el abastecimiento de materias primas;
- Mantener el orden y la limpieza del área de la cocina.

#### **4.7.5 Ayudante de cocina**

El ayudante cocina es responsable de la preparación y presentación de todos los platos en su área asignada, asegurando que todos los huéspedes reciben un servicio eficiente y platos de alta calidad.

##### **Funciones claves del ayudante de cocina**

- Ser plenamente conscientes de la preparación y servicio de todos los platos en los menús;
- Preparar platos de acuerdo a los requerimientos del cliente;
- Graduar los controles de temperatura en los alimentos y en las zonas de almacenamiento según las indicaciones para asegurar que se cumplan los requisitos sanitarios.
- Ayudar con el control de calidad y planificación de menús.
- Ayudar en diversas tareas de limpieza cuando sea necesario.

#### **4.7.6 Ama de llaves**

El ama de llaves tiene como función principal el mantener un ambiente limpio, higiénico, cómodo y ordenado en el hotel, además de las tareas de limpieza en general los deberes del ama de llaves incluirán:

##### **Funciones Claves del Ama de Llaves**

- Limpieza de pasillos, vestíbulos, escaleras, y salones, así como las habitaciones;
- Distribuir ropa de cama, toallas y suministros de habitación;
- Reabastecer los suministros de la sala tales como vasos, jabones, champús, equipos de escritura, mini bar;
- Almacenar toda la ropa sucia en línea con la política de empresa;
- Supervisar las bolsas de lavandería;
- Comprobar que todos los aparatos en las salas se encuentran en buen estado de funcionamiento;
- Responder a las consultas y solicitudes de los huéspedes;
- Responder a las convocatorias de problemas de limpieza, tales como derrames, vidrios rotos;
- Garantizar la confidencialidad y la seguridad de las habitaciones;
- Seguir todos los procedimientos de seguridad de la empresa;
- Informar de cualquier problema de mantenimiento o riesgos de seguridad;
- Observar y reportar daños de propiedad del hotel.

#### **4.7.7 Camarera**

El o la camarera es la persona encargada de tomar pedidos y servir alimentos y bebidas a los clientes en las mesas de establecimiento de comedor.

### **Funciones Claves de la Camarera**

- Consultar a los clientes para asegurarse de que están disfrutando de sus comidas y tomar medidas para corregir cualquier problema;
- Escribir pedidos de comida 'en hojas de pedido, memoriza órdenes, o escribe las órdenes en la carpeta.
- Tomar pedidos de clientes para alimentos o bebidas.
- Servir los alimentos o bebidas a los clientes, servir platos de especialidades en las mesas como sea necesario.
- Mantener las mesas limpias luego que los clientes hayan terminado de comer.
- Informar a los clientes de los especiales del día.
- Preparar las mesas para las comidas.
- Retirar los platos y vasos de las mesas o mostradores, y llevarlos a la cocina para la limpieza;
- Llenar la sal, pimienta, azúcar, crema, condimento, y los contenedores de la servilleta.
- Con las funciones que ofrece el sistema Am/Táctil realiza ingreso de consumos de cada huésped.

### **4.7.8 Auxiliar contable**

El Asistente de Contabilidad o auxiliar contable es el encargado en conjunto con el recepcionista y el administrador del hotel en la realización de los procedimientos administrativos, esto es: registro de facturas, mantenimiento de asientos contables del libro mayor, la conciliación de cuentas de acuerdo a la planificación del hotel así como la expedición y análisis de los estados financieros de la empresa.

#### **Funciones Claves del Auxiliar Contable**

- Registrar facturas;
- Ayudar con el cierre de las cuentas de fin de mes;
- Controlar los ingresos todos los días de todos los puntos de venta;

- Llevar a cabo análisis específicos de los ingresos y egresos generados según los procedimientos del hotel.

## 4.8 Análisis Costo Beneficio

Los beneficios del sistema de información se manifiestan de muchas formas, entre ellos tenemos los beneficios tangibles e intangibles. El nuevo sistema de información se ha proyectado a 5 años y está desarrollado en una metodología y una tecnología que permitirá incorporar las nuevas demandas de información por parte del personal del hotel.

Beneficios Tangibles en este caso, son aquellos beneficios que se pueden comprobar en términos de tiempo y economía.

### **Beneficios obtenidos del ahorro de tiempo**

En esta parte se compara los tiempos efectuados en la realización de los procesos operativos en el hotel como: *check in*, *check out*, reservas, asignación de habitaciones, control de inventarios y estados financieros durante el sistema manual y con el sistema a implementarse, en la cual podemos apreciar que el sistema de información frente al sistema manual, ofrece significativamente un ahorro de tiempo en cada una de las actividades mencionadas.

**a) Registrar a los huéspedes del hotel.** Normalmente con el sistema manual se toma de 5 a 10 minutos realizar el *check in*, mientras que con el sistema propuesto tomará aproximadamente 3 minutos.

**b) Realizar el *check out* del hotel.** Este proceso actualmente toma más de 15 minutos con el sistema manual, ya que el administrador debe hacer la suma de cada rubro para proceder a facturar, mientras que con el sistema él solo debe verificar la habitación asignada y procede a imprimir el valor total a pagar, lo que le toma de 3 a 5 minutos.

**c) Obtener control de inventario y estados financieros.** El hotel actualmente no cuenta con un control de inventario, lo que ocasiona pérdidas fuertes anualmente y además el gerente no puede saber cuánto ingresa y egresa diariamente, mientras que con el sistema se puede tener acceso a un control sistematizado de todos los artículos y se podrá reflejar todas las transacciones que afectan la situación económica y financiera del hotel.

Además, cuando se implementa un SIG, se mantiene un detalle cronológico y sistemático de todas las actividades de la empresa. En cambio, si una empresa no tuviera implementado un sistema utilizaría tiempo en recopilar información de manera desordenada y esporádica.

### **Beneficios económicos**

Teniendo en cuenta que uno de los objetivos primordiales de la organización, es cuantificar los beneficios a través del análisis financiero, se pudo determinar que el proyecto es rentable de acuerdo a los resultados, obteniendo una TIR de 43%.

### **Beneficios Intangibles**

- El "AM SYSTEM", cuenta con una información organizada, que le permitirá contar con información oportuna en forma más rápida y segura.
- Los empleados del hotel tienen la posibilidad de ofrecer a los huéspedes un servicio de alta calidad.
- Garantizar seguridad a la información a través de los usuarios.
- Automatizar y llevar un mejor control de los procesos administrativos y operativos.
- Reducción de pérdidas de información e inventario.

## **4.9 Metodología de Implementación del software Am/System**

Una vez que se ha logrado identificar la situación actual de los procesos dentro del hotel, realizar el levantamiento de la información y seleccionar el proveedor que cumple con los requisitos funcionales de acuerdo a las necesidades del hotel, es importante diseñar un cronograma de actividades para conocer el tiempo empleado en la implementación de un sistema de información gerencial.

**Tabla 21** Cronograma de Implementación

ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE					OCTUBRE				NOVIEMBRE				Diciembre					Enero				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>PREPARACIÓN DEL PROYECTO</b>																							
Entendimiento y confirmación del alcance	■																						
<b>EVALUACION</b>																							
Revisión y análisis del modulo de reservas	■	■																					
Revisión y análisis del check-in		■	■																				
Revisión y análisis Proceso Pedidos			■	■																			
Revisión y análisis del check out, Facturación				■	■																		
Revisión y análisis del control de inventario					■	■																	
Revisión y análisis Proceso de Estados financieros						■	■																
<b>SIMULACION I Diagrama de proceso</b>																							
<b>EJECUCION</b>																							
Configuración de todos los modulos del sistema	■	■																					
Programación y desarrollo		■	■																				
Carga de datos estáticos, perfiles, pruebas			■	■																			
Capacitación, control de calidad y validación con usuarios				■	■																		
<b>Simulación 2 - Prueba del Sistema</b>																							
Contabilidad general integración de módulos					■																		
Check in, reservas, asignacion de habitaciones						■	■																
Check out, facturación e inventario							■	■															
Modulo de Estados Financieros								■	■														
Integración a modulo de mantenimiento									■	■													
Ajustes en programación										■	■												
<b>Simulación 3 - Prueba integral del sistema con todos los usuarios</b>																							
Prueba final y aprobación																	■	■	■	■	■		
<b>PUESTA EN MARCHA</b>																							
<b>Arranque - 4 de Enero del 2016</b>																							
Acta de entrega - recepción																						■	
Monitoreo y seguimiento																						■	■

**Fuente y Elaboración:** Las autoras

La tabla 21 detalla el cronograma de implantación del software seleccionado, la misma que permite establecer el tiempo previsto para la implementación del sistema de información gerencial.

El tiempo establecido en este cronograma está determinado en 4 fases, la preparación el proyecto que tomará una semana para determinar el alcance; la evaluación de los diferentes módulos, en la cual se empleara un mes, 2 semanas. Para la ejecución de este sistema es necesario la instalación de equipos de cómputo dentro del hotel, así como la instalación de la red y configuración de todo los módulos del sistema, tomando en

consideración que la capacitación al personal será través de clases interactivas vía Skype dictadas por técnicos asignados por el proveedor del sistema, ocupando un periodo de 3 meses.

Después de concluida esta fase se realiza un periodo de prueba final y monitoreo del sistema empleando un tiempo aproximado de 1 mes, con el fin de asegurar el buen funcionamiento y desempeño tanto de usuarios como del sistema a implementarse.

Finalmente concluidos los periodos de prueba se pone en marcha el sistemas a partir del 4 de enero del 2016.

De acuerdo a la información proporcionada por el proveedor, y el cronograma de implementación, el tiempo máximo de implementación que tomará este sistema es de aproximadamente 4 meses.

#### **4.10 Análisis de riesgo**

En la actualidad las empresas buscan tener integrados sus procesos de forma automatizada, lo cual ha llevado a utilizar soluciones que les permitan mejorar y optimizar sus recursos; sin embargo, algunas empresas desconocen los riesgos que pueden existir en su implementación.

A pesar de que los beneficios siempre serán mayores que los riesgos en términos de avance tecnológico, estos permiten identificar problemas potenciales con la estimación de los costos, por lo que un alto riesgo son los costos extras que no están incluidos en el contrato; una planeación no adecuada del proyecto, personas no comprometidas con su rol; o resistencia al cambio; la falta de recursos; problemas técnicos en hardware y software debido a la inadecuada implementación, así como estimación de tiempos más allá de lo planificado.

## CAPITULO 5

### ANALISIS FINANCIERO

El presente capítulo tiene como finalidad medir el impacto económico de la implementación del sistema de información gerencial seleccionado a través de un estudio de factibilidad, para esto se hizo una comparación de escenarios con y sin proyecto con el fin de obtener los índices de rendimiento marginal que cuantifiquen el beneficio de la implementación del SIG.

#### 5.1 Inversión Inicial

**Tabla 22** Inversión Inicial

RUBROS	ACTIVOS FIJOS
Sistema	\$ 1.800,00
Capacitación	\$ 500,00
Equipos de Computo	\$ 4.000,00
Implementación de Red de computo	\$ 300,00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 6.600,00</b>

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

Como se visualiza en la Tabla 22 se comienza con una inversión total de \$6600 en el que consta el software incluido el soporte y mantenimiento, la capacitación del personal, los equipos de cómputo que consta de una computadora para la recepcionista y una computadora con pantalla táctil para el administrador, 1 servidor, 1 ups, 1 Router, 1 impresora y 1 facturador y la implementación de una red de cómputo que incluye costos por instalación.

Detalles de los precios de los Equipos de cómputo (Ver anexo 9)

Detalle de cotización del software Am/Systems (Ver anexo 10)

Detalles de los activos existentes del hotel Ocean Blue (Ver anexo 11)

## 5.2 Depreciación de activos

En la tabla 23 se deprecian los dos equipos de cómputo que se implementaran, de igual forma los activos existentes que tiene el Hotel como son muebles de oficina y edificaciones (Ver Anexo12).

**Tabla 23** Depreciación de activos

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO CON PROYECTO											
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1 2015	2 2016	3 2017	4 2018	5 2019	6 2020	7 2021	8 2022	9 2023	10 2024
Equipos de Computo	4.000,00	1.333,33	1.333,33	1.333,33							
Muebles de Oficina	200.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00				
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>853.999,93</b>	<b>53.833,33</b>	<b>53.833,33</b>	<b>53.833,33</b>	<b>52.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>32.500,00</b>	<b>32.500,00</b>	<b>32.500,00</b>	<b>32.500,00</b>

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

## 5.3 Costos y gastos

En la tabla 24 se incluyen los costos unitarios existentes como: materia prima y materiales indirectos, pero en este caso como es un hotel los costos de materia prima son los alimentos que se ofrecen a los huéspedes en el bar-restaurant y los materiales indirectos son los costos de artículos de higiene y mantenimiento de la habitación (Ver Anexo 13).

Con la implementación del proyecto se puede ver en la tabla 25 que los gastos con proyecto cuentan con nuevos rubros como: la adquisición de la licencia anual, los gastos por la capacitación del personal. Además de los gastos de suministros, servicios y operativos que aumentan con relación a los gastos sin proyecto que se muestran en la tabla 26.

Detalles de los gastos con y sin proyecto (Ver anexo 14).

**Tabla 24** Costos Unitarios de Producción

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN								
Rubro	Costo 2014	Costo 2015	Costo 2016	Costo 2017	Costo 2018	Costo 2019	Costo 2020	
1	Materia prima	\$ 2,18	\$ 2,29	\$ 2,38	\$ 2,48	\$ 2,58	\$ 2,68	\$ 2,78
2	Materiales indirectos	\$ 1,18	\$ 1,24	\$ 1,30	\$ 1,36	\$ 1,43	\$ 1,50	\$ 1,58
Costo de producción unitario		\$ 3,36	\$ 3,53	\$ 3,68	\$ 3,84	\$ 4,01	\$ 4,18	\$ 4,36

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

**Tabla 25** Gastos con Proyecto

GASTOS CON PROYECTO				
Rubro	Gasto Periodo 0	Gasto Periodo 1 mensual	Gasto Anual	
1	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
		\$ 2.456,85	\$ 29.482,20	
		\$ 1.820,00	\$ 21.840,00	
3	<b>GASTOS MARKETING Y PUBLICIDAD</b>			
		60,00	\$ 720,00	
4	<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>			
		\$ 2.530,81	\$ 37.454,88	
			\$ 1.800,00	
		\$ 500,00	\$ 500,00	
<b>Total Gastos</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 7.367,66</b>	<b>\$ 91.797,08</b>

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

**Tabla 26** Gastos sin Proyecto

GASTOS SIN PROYECTO				
Rubro	Gasto Periodo 0	Gasto Periodo 1 mensual	Gasto Anual	
1	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
		\$ 2.456,85	\$ 29.482,20	
		\$ 1.353,00	\$ 16.236,00	
3	<b>GASTOS MARKETING Y PUBLICIDAD</b>			
		100,00	\$ 400,00	
4	<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>			
		\$ 2.687,87	\$ 32.254,44	
<b>Total Gastos</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ 6.597,72</b>	<b>\$ 78.372,64</b>

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

## 5.4 Proyección de ventas

El hotel cuenta con dos canales de ventas, en el canal de venta uno, se muestra la demanda mensual de los huéspedes que ingresan al hotel. En el canal dos determina todos los registros mensuales que se generan en las

reservas online a través del correo de la empresa. Según los registros históricos, el hotel ha mantenido una tasa de crecimiento anual de visitas de 4.8% (Ver anexo 15).

En la tabla 27 se muestran las proyecciones de la demanda de los próximos 5 años del horizonte de planeación.

**Tabla 27** Ventas proyectadas anuales

AÑOS	OFERTA	CRECIMIEN. %	INFLACIÓN ANUAL	PRECIO VENTA	INGRESOS
AÑO 2016	7.256	6,13%	4,12%	\$ 27,00	\$ 195.912,00
AÑO 2017	7.798	7,00%	4,07%	\$ 28,00	\$ 218.344,00
AÑO 2018	8.383	7,50%	4,02%	\$ 29,00	\$ 243.107,00
AÑO 2019	9.054	8,00%	3,96%	\$ 30,00	\$ 271.620,00
AÑO 2020	9.833	8,60%	3,91%	\$ 31,00	\$ 304.823,00

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

Como se puede observar en el año 2016 la tasa de crecimiento promedio anual aumenta en 1.33% con respecto al año anterior, esto debido al impacto de la implementación del SIG. Los demás años van aumentar progresivamente, en promedio un 0.5% (Ver anexo 16).

Con respecto al precio de venta de hospedaje, este se ve afectado por la inflación anual del país, por lo cual se incrementa los precios del hotel en la misma cuantía.

## 5.5 Estado de pérdidas y ganancias

A través del estado de pérdidas y ganancias se puede apreciar en la tabla 28 los resultados económicos de cada ejercicio. Así como la utilidad incremental donde se refleja el beneficio neto de la implementación, teniendo un incremento en el año 2018 de \$5.736,65 en el 2019 \$12.597,32 y en el 2020 \$21.898,06.

Detalles del Estado de pérdidas y ganancias mensual (Ver anexo 17).

**Tabla 28** Estado de Pérdidas y Ganancias Anual

	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>INGRESOS</b>							
<b>VENTAS OCEAN BLUE HOTEL</b>	<b>200.184,60</b>	<b>201.614,49</b>	<b>230.740,80</b>	<b>257.334,00</b>	<b>288.271,80</b>	<b>324.284,78</b>	<b>366.566,20</b>
INGRESO POR HOSPEDAJE	170.225,00	170.225,00	195.912,00	218.344,00	244.441,00	274.740,00	310.310,00
INGRESOS VARIOS	29.959,60	31.389,49	\$ 34.828,80	38.990,00	43.830,80	49.544,78	56.256,20
<b>COSTOS</b>	<b>22.878,24</b>	<b>23.992,41</b>	<b>26.702,08</b>	<b>29.944,32</b>	<b>33.800,29</b>	<b>38.280,44</b>	<b>43.643,60</b>
MATERIA PRIMA DIRECTA	14.843,62	15.566,50	\$ 17.269,28	\$ 19.339,04	\$ 21.746,82	\$ 24.543,44	\$ 27.827,80
MATERIAL INDIRECTO	8.034,62	8.425,91	\$ 9.432,80	\$ 10.605,28	\$ 12.053,47	\$ 13.737,00	\$ 15.815,80
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>	<b>177.306,36</b>	<b>177.622,08</b>	<b>204.038,72</b>	<b>227.389,68</b>	<b>254.471,51</b>	<b>286.004,34</b>	<b>322.922,60</b>
<b>GASTOS</b>	<b>130.872,64</b>	<b>134.689,38</b>	<b>147.840,01</b>	<b>151.592,82</b>	<b>154.117,06</b>	<b>158.069,82</b>	<b>162.127,22</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>							
PERSONAL ADMINISTRATIVO	29.482,20	30.917,98	\$ 32.191,80	\$ 33.502,01	\$ 34.848,79	\$ 36.228,80	\$ 37.645,35
SUMINISTROS Y SERVICIOS	16.236,00	17.026,69	\$ 21.840,00	\$ 22.728,89	\$ 23.642,59	\$ 24.578,84	\$ 25.539,87
DEPRECIACIÓN	52.500,00	52.500,00	\$ 53.833,33	\$ 53.833,33	\$ 52.500,00	\$ 52.500,00	\$ 52.500,00
LICENCIAS			\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
<b>VENTAS</b>							
PUBLICIDAD Y MARKETING	400,00	419,48	\$ 720,00	\$ 749,30	\$ 779,42	\$ 810,29	\$ 841,97
<b>PRODUCCIÓN</b>							
PERSONAL OPERATIVO	32.254,44	33.825,23	\$ 37.454,88	\$ 38.979,29	\$ 40.546,26	\$ 42.151,89	\$ 43.800,03
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS DE CAPACITACION			\$ 500,00				
UTIL. ANTES DE IMPUES.Y PARTIC. TRABAJ.	\$ 46.433,72	\$ 42.932,70	\$ 56.198,71	\$ 75.796,86	\$ 100.354,45	\$ 127.934,52	\$ 160.795,38
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJAD.	\$ 6.965,06	\$ 6.439,91	\$ 8.429,81	\$ 11.369,53	\$ 15.053,17	\$ 19.190,18	\$ 24.119,31
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 39.468,66	\$ 36.492,79	\$ 47.768,90	\$ 64.427,33	\$ 85.301,28	\$ 108.744,34	\$ 136.676,07
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 8.683,11	\$ 8.028,41	\$ 10.509,16	\$ 14.174,01	\$ 18.766,28	\$ 23.923,75	\$ 30.068,74
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 30.785,55</b>	<b>\$ 28.464,38</b>	<b>\$ 37.259,74</b>	<b>\$ 50.253,32</b>	<b>\$ 66.535,00</b>	<b>\$ 84.820,59</b>	<b>\$ 106.607,33</b>
UTILIDAD NETA SIN PROYECTO	\$ 30.785,55	\$ 28.464,38	\$ 41.496,34	\$ 50.738,80	\$ 60.798,35	\$ 72.223,27	\$ 84.709,27
UTILIDAD NETA INCREMENTAL	\$ -	\$ -	\$ (4.236,60)	\$ (485,48)	\$ 5.736,65	\$ 12.597,32	\$ 21.898,06

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

## 5.6 Flujo de caja

Por medio del estado de pérdidas y ganancias se procede a elaborar el flujo de caja que permite registrar los ingresos con los costos respectivos, el margen de contribución y demás rubros de importancia para así conocer los movimientos de ventas, incluyendo gastos, depreciaciones, etc.

Con el objetivo de determinar el nivel de rentabilidad ante el proyecto, se realizaron 2 flujos de caja, con y sin la implementación del proyecto respectivamente, con el fin de obtener un flujo de caja incremental, el cual sirve para determinar la tasa interna de retorno marginal del sistema implementado como se muestra en la tabla 29.

Al comparar ambos flujos de caja se pudo observar una disminución en los valores correspondientes al año 2016 con implementación, debido al incremento de los gastos operativos, suministros y servicios y la inclusión de nuevos rubros por la capacitación de personal para el uso del sistema y los gastos por licencia de uso.

Con respecto a los siguientes años proyectados se obtuvo un incremento marginal en los valores flujo de caja, lo cual muestra el impacto positivo de la implementación del sistema en el incremento de demanda del hotel y por consiguiente sus ingresos.

Detalles del flujo de caja sin proyecto (Ver anexo 18)

**Tabla 29** Flujo de Caja con proyecto

	Precio	\$ 24,00	\$ 25,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00
Precio Alimentos	\$	4,40	4,61	4,80	5,00	5,20	5,41	5,62
Costo de producción	\$	3,36	3,52	3,67	3,82	3,97	4,13	4,28
Unidades de Producción		6.486	6.809	7.256	7.798	8.429	9.158	10.010
Inflación		3,67%	4,87%	4,12%	4,07%	4,02%	3,96%	3,91%
Tasa de crecimiento			4,80%	6,13%	7,00%	7,50%	8,00%	8,60%
		AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>INGRESOS</b>								
<b>VENTAS HOTEL OCEAN BLUE</b>		<b>184.202,40</b>	<b>201.614,00</b>	<b>230.741,00</b>	<b>257.334,00</b>	<b>288.272,00</b>	<b>324.285,00</b>	<b>366.566,00</b>
INGRESO POR HOSPEDAJE		155.664,00	170.225,00	195.912,00	218.344,00	244.441,00	274.740,00	310.310,00
INGRESO POR CONSUMO		28.538,40	31.389	34.829	38.990	43.831	49.545	56.256
<b>COSTOS</b>		<b>21.792,96</b>	<b>24.035,77</b>	<b>26.702,08</b>	<b>29.944,32</b>	<b>33.800,29</b>	<b>38.280,44</b>	<b>43.643,60</b>
COSTO DE ALIMENTOS		14.139,48	15.592,61	17.269,28	19.339,04	21.746,82	24.543,44	27.827,80
COSTO DE MANTENIMIENTO		7.653,48	8.443,16	9.432,80	10.605,28	12.053,47	13.737,00	15.815,80
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>		<b>162.409,44</b>	<b>177.578,23</b>	<b>204.038,92</b>	<b>227.389,68</b>	<b>254.471,71</b>	<b>286.004,56</b>	<b>322.922,40</b>
<b>GASTOS</b>		<b>130.872,64</b>	<b>134.689,40</b>	<b>147.740,01</b>	<b>150.968,40</b>	<b>154.800,85</b>	<b>157.394,59</b>	<b>161.425,61</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>								
PERSONAL ADMINISTRATIVO		29.482,20	30.917,98	32.191,80	33.502,01	34.848,79	36.228,80	37.645,30
SUMINISTROS Y SERVICIOS		16.236,00	17.026,69	21.240,00	22.104,47	22.993,07	23.903,60	24.838,20
DEPRECIACIÓN		52.500,00	52.500,00	53.833,33	53.833,33	53.833,33	52.500,00	52.500,00
LICENCIAS				1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
<b>VENTAS</b>								
PUBLICIDAD Y MARKETING		400,00	419,5	720,0	749,3	779,4	810,3	842,0
<b>PRODUCCIÓN</b>								
PERSONAL OPERATIVO		32.254,44	33825,23	37454,88	38979,29	40546,26	42151,89	43800,0
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		-	-	-	-	-	-	-
<b>GASTOS NO OPERATIVOS</b>								
CAPACITACIÓN DE PERSONAL				500,0				
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.</b>		<b>31.536,80</b>	<b>42.888,83</b>	<b>56.298,91</b>	<b>76.421,28</b>	<b>99.670,86</b>	<b>128.609,97</b>	<b>161.496,70</b>
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		4.730,52	6.433,32	8.444,84	11.463,19	14.950,63	19.291,50	24.224,52
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>		<b>26.806,28</b>	<b>36.455,51</b>	<b>47.854,07</b>	<b>64.958,09</b>	<b>84.720,23</b>	<b>109.318,47</b>	<b>137.272,18</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		5.897,38	8.020,21	10.527,90	14.290,78	18.638,45	24.050,06	30.199,90
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>20.908,90</b>	<b>28.435,30</b>	<b>37.326,17</b>	<b>50.667,31</b>	<b>66.081,78</b>	<b>85.268,41</b>	<b>107.072,28</b>
(+) DEPRECIACIÓN		52.500,00	52.500,00	53.833,33	53.833,33	53.833,33	52.500,00	52.500,00
(+) VALOR RESIDUAL								
(-) INVERSIONES PROPIA			6.600,00					
<b>Flujo de caja</b>		<b>\$ 74.335,30</b>	<b>\$ 91.159,50</b>	<b>\$ 104.500,64</b>	<b>\$ 119.915,11</b>	<b>\$ 137.768,41</b>	<b>\$ 159.572,37</b>	
TMA R			18%					

Fuente y Elaboración: Las Autoras

## 5.7 Indicadores de rentabilidad

### 5.7.1 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo).

En la tabla 30 se puede observar que la TIR incremental fue calculada por las diferencias de los flujos de caja con y sin proyecto, a partir de los datos obtenidos se obtuvo una TIR incremental anual del 43% y una VAN de \$10.570,61.

**Tabla 30** Indicadores Económicos

FC CON PROYECTO	-	90.761,70	104.086,65	119.484,48	137.320,73	159.107,19
FC SIN PROYECTO	\$ 94.044,15	\$ 103.338,33	\$ 113.506,94	\$ 124.997,20	\$ 137.555,45	
FC INCREMENTAL	\$ (6.600,00)	(3.282,45)	748,32	5977,54	12323,53	21551,74
<b>TIR INCREMENTAL</b>		<b>43%</b>				
VAN		10570,61				

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

### 5.7.2 Payback

El Pay-back, bien denominado periodo medio de maduración, es uno de los llamados métodos de selección estáticos. Se trata de una técnica que tienen las empresas para hacerse una idea aproximada del tiempo que tardarán en recuperar el desembolso inicial invertido en el proceso

productivo; es decir, el número de días que normalmente los elementos de circulante completen una vuelta o ciclo de explotación.

En la tabla 31 se puede observar que el periodo de recuperación de la inversión se da en un mes.

**Tabla 31** Payback

	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja		90761,70	104086,65	119484,48	137320,73	159107,19
Flujo de caja descontado	-6600,00	76916,69	74753,41	72721,94	70828,50	69547,22
PAYBACK	-6600	70316,69	145070,1	217792,04	288620,54	358167,76
		<b>30,89 días</b>				

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

### 5.7.3 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un balance que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

En la tabla 32 se realizaron dos escenarios de puntos de equilibrio con y sin proyecto respectivamente para conocer la cantidad de huéspedes necesarios anualmente para solventar los costos fijos de la empresa.

**Tabla 32** Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO (N° DE CLIENTES)	2016	2017	2018	2019	2020
SIN PROYECTO	5918	6270	5918	5854	5799
CON PROYECTO	6358	6270	6358	6269	6211

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

### 5.8 Sensibilidad del proyecto

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en determinar el impacto que generan las fluctuaciones de rubros determinados en el rendimiento global de la empresa.

En la tabla 33 se analizaron las fluctuaciones conjuntas de los ingresos y costos fijos del año 2016, los cuales a su vez son los valores más representativos del flujo de caja, a través del cálculo obtenido se pudieron encontrar los puntos de corte o puntos de equilibrio donde los ingresos son equivalentes a los costos fijos, las diferentes combinaciones Ingresos – Gastos fijos proporcionaron la información necesaria para obtener escenarios optimistas (verde) así como pesimistas (rojo), de esta manera es posible observar hasta qué punto es permisible incrementar los gastos fijos ante un nivel de ingresos determinado.

**Tabla 33** Índice de Sensibilidad

		INGRESOS					
GASTOS FIJOS	55.000,00	155.000,00	175.000,00	195.000,00	205.000,00	230.000,00	245.000,00
	120.000,00	10.000,00	30.000,00	50.000,00	60.000,00	85.000,00	100.000,00
	130.000,00	0,00	20.000,00	40.000,00	50.000,00	75.000,00	90.000,00
	150.000,00	-20.000,00	0,00	20.000,00	30.000,00	55.000,00	70.000,00
	160.000,00	-30.000,00	-10.000,00	10.000,00	20.000,00	45.000,00	60.000,00
	170.000,00	-40.000,00	-20.000,00	0,00	10.000,00	35.000,00	50.000,00
	180.000,00	-50.000,00	-30.000,00	-10.000,00	0,00	25.000,00	40.000,00

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

## 5.9 Balance general proyectado

**Tabla 34** Balance general proyectado

BALANCE PROYECTADO CON PROYECTO 2016			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 90.761,70	PASIVO CIRCULANTE	\$ 18.938,97
INVENTARIO	-	<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$ 817.479,66
BANCOS	90.761,70	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 836.418,63</b>
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 843.166,60	<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 97.509,67</b>
Terreno	150.000,00	Capital	\$ 1.000,00
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93	Utilidad no distribuida ejercicios anteriores	\$ 59.249,93
Equipos de Computacion	2.000,00	Resultado Ejercicio Actual	\$ 37.259,74
Muebles de Oficina	200.000,00		
(-) Depreciación acumulada	(158.833,33)		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 933.928,30</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 933.928,30</b>

**Fuente y Elaboración:** Las Autoras

En la tabla 34 se muestra el balance general proyectado 2016 utilizando el saldo final del flujo de caja y la utilidad neta del estado de pérdidas y ganancias, para conocer el estado financiero del sistema, contenido en activos, pasivos y patrimonios relacionado a los recursos con los que dispone, que podrían durante el proceso.

Detalles del balance general de años posteriores (Ver Anexo 19)

## **5.10 Conclusión del análisis financiero**

La implementación del sistema de información gerencial podría afectar positivamente el crecimiento económico del Hotel Ocean Blue. Como resultado de ello se obtendría: mejoras en los procesos administrativos, mayor rentabilidad, reducción en la pérdida de inventarios y un servicio al cliente más eficiente.

Adicionalmente, se ha mostrado un estudio económico financiero, donde se puede observar que la implementación del SIG es factible. Se ha obtenido resultados favorables en cuanto a rentabilidad dentro de los siguientes parámetros:

- Con una inversión de \$6600 se obtuvo una TIR de 43% y una VAN de \$10.570,61 lo que muestra la factibilidad del proyecto.
- Variables como: inflación, depreciación, estimaciones de ventas, etc., fueron acopladas en el ejercicio.
- A pesar que en el primer año genera un balance negativo en razón de los gastos de implementación del sistema, se consiguió una utilidad a partir del segundo año.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Después de establecer la necesidad de mejorar los procesos administrativos dentro del hotel Ocean Blue en la parroquia Crucita de la provincia de Manabí con el objetivo de reducir tiempos, redefinir las funciones y tareas, así como ofrecer un servicio de calidad a los huéspedes, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. El sistema de información gerencial propuesto brinda soporte en la toma de decisiones con información en tiempo real lo cual permite, reducir tiempos, optimizar recursos y minimizar costos.
2. El tipo de sistema seleccionado facilita el control de diversos procesos operativos, logrando la integración de otros módulos que permiten expandir y complementar sus funciones.
3. Con el SIG se puede procesar información de forma gráfica, lo que facilita determinar resultados mediante reportes y de esta manera mejorar el servicio al cliente.
4. Existe una necesidad clara de planificación administrativa, por lo que se logró dar alcance al proyecto identificando puntos claves para alcanzar los objetivos propuestos.
5. La rentabilidad de la empresa aumenta, ya que el SIG a implementarse permite desarrollar estrategias empresariales a través de indicadores y parámetros establecidos con lo cual puede atraer mayor demanda.

6. El sistema de información gerencial AM/System debe ser implementado en el hotel Ocean Blue, debido a que por medio de este software se lograra manejar de forma automatizada y exacta la información, lo que identificara los errores dentro de los procesos administrativos.
7. Con los resultados obtenidos del capítulo V análisis financiero se pudo determinar una TIR incremental del 43% y un VAN de 10570.61 por lo cual se pude notar los beneficios que obtendría el hotel Ocean Blue con la implementación de un SIG.

Los sistemas de información son parte fundamental dentro de toda organización por lo que han alcanzado un alto nivel de desarrollo en las diferentes sectores de trabajo gracias a que permiten agilizar los procesos, ofreciendo seguridad y veracidad en la información.

De acuerdo al estudio realizado para la factibilidad de implementación de un sistema de información gerencial, se logró reconocer las necesidades dentro de la administración, así como los procesos operativos manejados actualmente, encontrando una gran diferencia entre los procesos manuales y los automatizados, los mismos que muestran ventajas y beneficios a largo plazo debido al fácil uso y acceso a estas tecnologías que permiten optimizar recursos, mejorar tiempos, aumentar la rentabilidad y brindar un servicio de excelencia.

## **RECOMENDACIONES**

Es importante reconocer que para que el hotel Ocean Blue tenga éxito con la implementación del software AM/System, es necesario tener en cuenta las siguientes recomendaciones, las mismas que permitirán hacer los respectivos ajustes para su buen funcionamiento.

1. Desarrollar capacitaciones y talleres prácticos que mitiguen la falta de conocimientos informáticos y de funcionamiento del software de los usuarios.
2. Una vez estabilizada la primera fase de implementación en el hotel Ocean Blue es necesario se continúe ampliando mejoras en otros procesos deficientes.
3. Crear una unidad de control y seguimiento que evalúe los resultados, lo cual permitirá determinar los errores y así se podrá proponer cambios en los procesos para verificar que el sistema vaya cumpliendo con las necesidades del hotel.
4. Mantener contacto con el proveedor por posibles fallos técnicos y cambios que se desean adaptar al sistema.
5. Elaborar un Manual de Procedimientos de los principales procesos del hotel y correcto manual de funciones del personal, que sirva de material inductivo para los empleados, tomando en consideración los procedimientos administrativos propuesto en ésta investigación.
6. Con la experiencia obtenida crear una cultura de evaluación continua de los procesos automatizados con la finalidad de identificar procesos innecesarios.

## BIBLIOGRAFÍA

- A, A. (2002). *Las tecnologías de la información y comunicación en la escuela*. Barcelona: Graó.
- Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramerica ANDES. (24 de 04 de 2015). *Visitas de turistas a Ecuador subieron 6,4% en el primer trimestre de 2015*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/visitas-turistas-ecuador-subieron-64-primer-trimestre-2015.html>
- AmSystem. (2011). *AmSystem*. Obtenido de [www.amsystem.es](http://www.amsystem.es)
- Kenneth, J. (2008). *Estrategia y sistemas de informacion*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera Edición ed.). Bogotá, Colombia: Pearson Education.
- Bismark, R. (02 de enero de 2015). Bisoft. *Diseño y Programacion de Sistemas*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Buendía Eisman, L., & Colás Bravo, P. y. (2005). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Castro, B. E., & Rodríguez, S. (2005). *Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias sociales*. Bogotá: Norma.
- CASTRO, C., & ROA, G. (2003). *Educación y virtualidad*. Educación. Educación.
- Chia-Chien, H. (Agosto de 2007). Obtenido de <http://pareonline.net/pdf/v12n10.pdf>
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos* (Quinta Edición ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Christensson, P. (5 de Diciembre de 2006). *TechTerms.com*. Obtenido de Hardware Definition: <http://techterms.com/definition/hardware>
- Corbalán Nieves, G., & Meroño Cerdán, A. (2006). *Efectos del Empleo de las Tecnologías de la Información en Hoteles*. Obtenido de [http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec2006/paginas/articulos/actas\\_turitec\\_pdf/L19efectodelempleodel](http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec2006/paginas/articulos/actas_turitec_pdf/L19efectodelempleodel)
- Figuroa Domecq, C., & Talón Ballester, P. (2006). *La Conectividad entre las Tics para la Gestión de la Información en el Sector Hotelero Madrileño*. Madrid: [http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec2006/paginas/articulos/actas\\_turitec\\_pdf/L16laconectividadadentrelastic.pdf](http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec2006/paginas/articulos/actas_turitec_pdf/L16laconectividadadentrelastic.pdf).
- Free Software Foundation. (05 de Junio de 2015). *La Definición de Software Libre*. Obtenido de <http://www.gnu.org/philosophy/free-sw.es.html>
- Free Software Foundation. (2015). Obtenido de <http://www.gnu.org/philosophy/categories.html#ProprietarySoftware>
- Gordon, M. (1994). *Sistemas de Información Gerencial* (2° Edición ed.). McGraw-Hill.
- Hernández S, R., Fernández C, C., & Baptista L, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Edición ed.). (J. M. Chacón, Ed.) Mexico D.F, México: Mc Graw Hill.
- Conesa, W. H. (2003). *Effective Data Base Design*. Prentice Hall.

- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2013). *Administración: Una perspectiva Global y Empresarial* (14va ed.). Mc Graw Hill.
- Laudon, K., & Laudon, J. (2004). *Administración de los Sistemas de Información*. Mexico: Prentice Hall.
- Martínez, J., Majó, J., & Casadesús, M. (2006). *El Uso de las Tecnologías de la Información en el Sector Hotelero*. Obtenido de <http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec2006/paginas/actas.htm>
- Merino, C. (2003). *El papel de la gestión de la información en la estrategia organizativa*.
- OpenOrange. (2010). *OpenOrange*. Obtenido de [www.openorange.com](http://www.openorange.com)
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Scott, G. (2001). *Strategic Planning for High-Tech Product Development. Technology Analysis & Strategic Management* (Vol. 13).
- Selltiz, C. y. (1980). *Métodos de la Investigación en las relaciones sociales* (Novena Edición ed.). Madrid: Rialp.
- Subsecretaría de Informática. (2009). *Estrategia Implantación de Software Libre en la Administración Pública Central de Ecuador*. Obtenido de <http://www1.gobiernoelectronico.gob.ec/files/emslapcv1.pdf>
- Montejo, G. (2005). *Interpreting Information Systems in organizations*. Chichester.

## ANEXOS

### Anexo 1 Fotos del Hotel Ocean Blue



Fuente: Hotel Ocean Blue

## Anexo 2 Encuesta a los huéspedes del Hotel Ocean Blue.

### Encuesta a clientes del Hotel Ocean Blue

#### Página 1

1. **¿En promedio, cuanto tiempo emplea el administrador/(o persona encargada del registro) en realizar el check-in? \***

- Menos de 5 minutos
- Entre 5 y 10 minutos
- Más de 10 minutos

2. **¿Como califica nuestro hotel? \***

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Básico
- Pobre

3. **Cómo calificaría el servicio de recepción de nuestro hotel basado en los siguientes puntos: \***

	Excelente	Bueno	Regular	Básico	Pobre
Eficiencia en Check-In/Out	<input type="radio"/>				
Manejo de Reserva	<input type="radio"/>				

4. **¿Desearía poder contar con un número único de identificación (ID) para facilitar su registro check-in en una próxima ocasión? \***

- Si
- No
- Indiferente

5. **¿Recibe usted un comprobante de compra luego de realizar el check-out del hotel?**

- sí
- no

6. **¿Ha tenido inconvenientes al recibir su comprobante de compra al realizar el check-out?**

- sí
- no

7. **Si la respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa: Escoja las razones por las cuales ha tenido inconvenientes**

- Exceso de Tiempo
- Calculo incorrecto del valor a pagar
- Datos incorrectos
- Mala Atención
- Otra causa

8. **¿De qué manera desearía que se registre la facturación de los consumos diarios dentro del establecimiento? \***

Al momento del consumo

Check-out

9. **Seleccione si desearía contar con algunos de los siguientes servicios? \***

Reservas Online

Facturación Electrónica

10. **¿Desearía recibir información adicional de promociones, eventos y tarifas especiales del hotel? \***

sí

no

11. **¿A través de qué medios desearía recibir tal información? \***

Mensajes de Texto

Correo Electrónico

Llamada telefónica

Redes Sociales

Página Web

12. **¿Qué métodos de recepción de pagos desearía que el hotel disponga? \***

Tarjeta de Débito/Crédito

Transferencia bancaria

Cheques

Cargo a Cuenta

## Anexo 3 Formato de entrevista a los expertos

### ENCUESTA HOTEL OCEAN BLUE

#### Página 1

Nombres y Apellidos \*

Edad \*

Profesión \*

Lugar de Trabajo \*

En una escala del 1 al 10 defina la importancia de implementación de un sistema de informacional gerencial en el sector hotelero \*

- |                         |                          |
|-------------------------|--------------------------|
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 6  |
| <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 7  |
| <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 8  |
| <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 9  |
| <input type="radio"/> 5 | <input type="radio"/> 10 |

Justifique la respuesta anterior \*

¿Qué beneficios cree usted que brinda la implementación de un Sistema de Información Gerencial? \*

¿Cree usted que la implementación de medios adicionales de pago disminuya la eficiencia en el tiempo de check-out del cliente? \*

- |                          |
|--------------------------|
| <input type="radio"/> sí |
| <input type="radio"/> no |

Si su respuesta es si, ¿cual de los siguientes medios pago podria reducir la eficiencia del proceso de check-out del hotel en periodos de alta demanda?

Tarjeta de debito/crédito

Cheques

Transferencia Bancaria

Cargo a cuenta

Justifique la respuesta anterior

¿Qué consideraciones se deberían tomar para un correcto uso del sistema de informacion gerencial? \*

¿Considera usted determinante la automatizacion y optimización de la gestión administrativa en el nivel de satisfacción del cliente? \*

sí

no

Justifique su respuesta \*

#### **Anexo 4** Entrevistas a los empleados del hotel Ocean Blue.

### **ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR DEL HOTEL**

#### **¿Cree usted que los procesos administrativos del hotel son eficientes?**

Los mayor parte de los procesos administrativos se realizan de manera sencilla y eficiente en épocas de baja temporada, sin embargo se generan complicaciones varias y cierto tipos de conflictos en épocas de alta temporada, mayormente por la rapidez con la se tienen que realizar ciertos procesos, como son el Check-in, Check-out, el manejo de reservas, el control de inventario y el registro de consumos diarios por habitación.

Los conflictos que se generan en las altas temporadas se deben a la falta de comunicación y a la cantidad de transacciones o actividades que se realizan durante el día, lo cual provoca presión laboral en todas las áreas del hotel, mayormente causado por la manera en que estas actividades se realizan, ya que normalmente el registro de consumos, ingresos de huéspedes y la emisión de comprobantes de venta se realizan manualmente ya que no contamos con un sistema informático que automatice estas actividades.

#### **¿Existe un control diario de los ingresos y egresos que genera el hotel?**

No, el hotel no cuenta con este control porque se confía que el contador saque las cuentas mensualmente así no le entreguemos las cifras exactas de todo lo que se factura, además no hay tiempo de anotar todo los ingresos y egresos diarios, ya que son varios los servicios que se brinda tanto en el restaurante como en las habitaciones.

**¿Cuáles han sido los mayores problemas administrativos que ha tenido que enfrentar el hotel?**

Uno de los mayores problemas ha sido al momento del Check out en temporadas altas porque muchos grupos quieren salir al mismo tiempo y el hotel no cuenta con un sistema automatizado que registre todos los consumos de los huéspedes, lo que provoca aglomeración y quejas por parte de ellos por la demora en el comprobante de compra.

También la reserva de habitaciones se vuelve complicada en estas temporadas ya que la recepcionista está encargada de la recepción de llamadas, registro de huéspedes dentro del hotel y otras actividades que no corresponden a su función, debido a esto la recepcionista no siempre cuenta con tiempo disponible para responder a los mails de reservas lo que ha provocado pérdidas de clientes.

**¿Cree usted que la falta de tecnología ha afectado al servicio del cliente y los procesos administrativos internos?**

Si, la falta de tecnología no ha permitido al hotel poder manejar un buen control de los inventarios, ni tener un balance de todo lo que ingresa y egresa lo que ha causado muchas pérdidas y daños sin poder conocer cuánto es el valor que el hotel ha tenido que invertir para recuperar todos los robos.

En cuanto al cliente existen muchas quejas por las demoras en el *Check in* y *Check out*, ya que al momento de entregar las facturas los tiempos se tornan muy extensos porque yo debo calcular todos los servicios y consumos que ha tenido cada huésped. Muchas veces se traspapelan las hojas y se tiene que preguntar al huésped lo que ha consumido para poderle emitir la factura.

## **ENTREVISTA A LA RECEPCIONISTA**

### **¿Qué opina usted de la administración general del hotel?**

Yo pienso que al hotel le falta más organización porque a pesar de que se trate de brindar un buen servicio, internamente existen muchas discusiones entre todos por la intensa actividad que tenemos cuando es temporada alta o existen ceremonias o eventos.

### **¿Se siente a gusto con las funciones asignadas?**

No, porque muchas veces mientras yo estoy respondiendo los emails, me llaman a que ayude en la cocina a pasar platos o limpiar mesas y esto afecta la imagen del hotel debido a que cuando llegan nuevos huéspedes tengo que volver a mi puesto para registrarlos en el libro y después tengo que seguir ayudando en la cocina.

### **Está usted de acuerdo con los procesos operativos actuales del hotel?**

#### **Sí, no ¿Por qué?**

No, porque no existen herramientas que faciliten los ingresos de los huéspedes, ni permite llevar un control de las habitaciones asignadas o reservas realizadas por los huéspedes y muchas veces los huéspedes desean hacer reservas online o hacer pagos pero no pueden porque el hotel no cuenta con este sistema.

### **¿Cree usted necesario la implementación de tecnología facilite la gestión administrativa?**

Si, es muy importante que el hotel cuente ya con tecnología porque al tener mucha demanda, se necesita de un sistema que permita facilitar los procesos internos de la administración, así como los registros diarios que

genera el hotel para poder tener un control general de cuantas personas ingresan mensualmente y de esta manera tener un histórico de la demanda generada y además poder tener una base de datos actualizada de los clientes más comunes, para al momento de realizar el *Check-in* no sea necesario volver a preguntarles todos sus datos.

## **ENTREVISTA A LA CAMARERA**

### **¿Qué opina usted de la administración general del hotel?**

La administración del hotel es muy deficiente, ya que existen muchos problemas internos que no permiten realizas de manera eficiente nuestras actividades lo que implica no poder brindar siempre un buen servicio a los clientes.

### **¿Se siente a gusto con las funciones asignadas?**

No, porque además de tomar los pedidos, debo registrar en la carpeta de acuerdo a la habitación todos los alimentos y bebidas que consumieron los huéspedes y esto provoca que no pueda brindar un buen servicio ya que mientras me pongo anotar en las hojas cada cosa que han consumido, me quita tiempo y tengo retrasos en las actividades que debo cumplir.

Además en temporadas altas existen muchas quejas de los huéspedes porque nunca puedo terminar de atender una mesa, ya que voy tomando otros pedidos y voy sirviendo las ordenes que ya se encuentran listas, lo que muchas veces hace que olvide o deje de lado la mesa que estaba atendiendo dejando incompleto el pedido.

### **Está usted de acuerdo con los procesos operativos actuales del hotel?**

**Sí, no ¿Por qué?**

No, porque no existen herramientas que faciliten mi trabajo, donde pueda realizar un registro más rápido de las órdenes y conocer a que mesa corresponde cada pedido, sin la necesidad de buscar en la carpeta las hojas de cada habitación e ir anotando todo lo que consume cada huésped, ya que esto me confunde y muchas veces registro mal las ordenes creando conflictos a la hora de facturar.

**¿Cree usted necesario la implementación de tecnología que facilite la gestión administrativa?**

Sí, yo pienso que es muy necesario la implementación de un sistema fácil que me permita tener una flexible configuración en el panel de ventas, una gestión de formas de pago para no tener problemas al momento de facturar, un control stock de artículos y poder registrar de manera automatizada todos los pedidos ganando tiempo y así pueda brindar un buen servicio y no tener problemas ni quejas por parte de los huéspedes.

**Anexo 5** Documento de solicitud de propuestas (RFP)

**DOCUMENTO DE SOLICITUD DE PROPUESTAS (RFP)**  
**Implementación de un Software para el Hotel Ocean Blue.**

**Julio 16 del 2015**

**SECCION I**

**INVITACION A PRESENTAR PROPUESTAS**

**OBJETO:** "Implementación de un software de hotelería para la empresa XXX S.A."

1. El hotel Ocean Blue invita a presentar una propuesta para la Implementación de una solución, según los términos de referencia adjuntos.
2. Para la presentación de dicha propuesta, se deberá incluir la siguiente documentación:
  - Anexo I. Instrucciones a los Proveedores
  - Anexo II. Términos de Referencia (TDR)
  - Anexo III. Formulario de Presentación de Propuesta Técnica
  - Anexo IV Formulario de Presentación de Propuesta Económica
3. Las propuestas técnica y financiera **incluidas en sobres cerrados separados**, deberá entregarse en la siguiente dirección hasta el día **17 de Julio del 2015 a las 9:00 AM**

Empresa: **Hotel "Ocean Blue"**

Dirección: **Los Arenales 523 Crucita**

Asunto: **PROYECTO HOTELERIA**

Persona de Contacto: Jhael Bowen

Número de Teléfono: 370 4470 ext. 216

Celular: 0980107996

Correo Electrónico: jhael.bowen@hotmail.com

Las propuestas serán abiertas, el **día 20 de julio del 2015 a las 14:00 AM**. Esta invitación no deberá ser interpretada, de ninguna manera, como una propuesta a contratar con su empresa.



## **INSTRUCCIONES A LOS PROVEEDORES**

### **INTRODUCCIÓN**

#### **1. General:**

Las propuestas deberán ser entregadas en sobre sellado

#### **2. Costo de la Propuesta:**

Todos los costos vinculados a la preparación y presentación de la propuesta deberán ser absorbidos por el Proveedor.

### **DOCUMENTO DE SOLICITUD DE PROPUESTAS (RFP)**

#### **3. Contenido del Documento de Solicitud de propuestas:**

Las propuestas deben contemplar los servicios necesarios para cubrir la totalidad de los requerimientos. Se rechazarán aquellas Propuestas que ofrezcan sólo parte de lo solicitado. Revise todas las instrucciones, formularios, plazos y especificaciones incluidos. La falta de cumplimiento con lo exigido en dichos documentos será responsabilidad del Proveedor y podrá afectar la evaluación de la propuesta.

#### **4. Enmiendas al Documento de Solicitud de Propuestas:**

En cualquier momento con anterioridad a la presentación de las propuestas, el Comité Ejecutivo XXX S.A. En respuesta a la aclaración requerida por algún proveedor, podrá enmendar el Documento de Solicitud de Propuestas y procederá a notificar por escrito sobre cualquier enmienda a todos los participantes invitados.

A fin de proporcionar al proveedor el tiempo razonable para considerar las enmiendas al preparar su propuesta, el Comité Ejecutivo XXX S.A., a su discreción, podrá extender el plazo para la presentación de las Propuestas.

### **PREPARACIÓN DE LAS PROPUESTAS**

#### **5. Idioma de la Propuesta:**

Las Propuestas y todos los documentos relacionados estarán en español. Cualquier folleto proporcionado por el Proveedor puede estar redactado en otro idioma siempre que se le adjunte una traducción al español de las partes relevantes, relacionados con la Propuesta.

#### **6. Documentos que Componen la Propuesta:**

La propuesta debe contener los siguientes documentos:

##### **PROPUESTA TECNICA**

- a. Carta de presentación de la propuesta.** Formato del Anexo III literal A.

- b. Información de la Empresa.** Solidez: clientes, cantidad de empleados. Ubicación de las oficinas. Cantidad de implementaciones en el producto ofertado. Experiencia en el sector de la industria.
- c. Formato Hojas de Vida del personal profesional propuesto.** Incluir el número de años de trabajo en la empresa, nivel de responsabilidad asumida en las labores desempeñadas. Adjuntar certificaciones de estudios realizados y certificaciones laborales correspondientes a la experiencia específica del personal profesional solicitado.

**7. Precios de la propuesta:**

Todos los factores que puedan afectar el costo o plazo para la ejecución del proyecto, serán tomados en cuenta por el proveedor al formular su propuesta, de tal forma que no exista ningún causal que ocasione incrementos de precios, desfase del cronograma de actividades o incumplimiento del contrato. El proveedor deberá prever todos los costos aplicables.

**PROPUESTA ECONOMICA**

**a. Carta de presentación de la propuesta económica**

**b. Esquema de precios**

Desglose de costos

Desglose de costos por actividad y gastos adicionales

**8. Moneda de la Propuesta:**

Todos los precios podrán ser cotizados en dólares Americanos (US\$).

**9. Período de validez de las propuestas:**

Las propuestas tendrán validez durante sesenta (60) días luego de la fecha límite para la presentación de la Propuesta, estipulada en el numeral 4.

**PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS**

**10. Formato y firma de las propuestas:**

El proveedor preparará su propuesta en original y dos copias, identificando claramente la "PROPUESTA ORIGINAL" y cada "COPIA DE LA PROPUESTA". En el caso de alguna discrepancia, prevalecerá la propuesta Original.

Los ejemplares de la propuesta serán firmadas por el proveedor o por una persona, o personas, debidamente autorizadas para comprometerse con el contrato.

La propuesta no presentará espacios entre líneas, borrones, sobre escrituras, excepto cuando sea necesario, a fin de corregir errores cometidos por el proveedor, en cuyo caso, dichas correcciones serán sumilladas por la persona, o personas, que firmen la Propuesta.

#### **11. Plazo para la Presentación de Propuestas /Propuestas Tardía**

Las Propuestas deberán ser entregadas a la dirección, fecha y hora especificada en la Sección I, de los Documentos de Solicitud de Propuestas.

El Comité Ejecutivo XXX S.A. Podrá, a su discreción, extender el plazo para la presentación de las Propuestas, enmendando los Documentos de Solicitud de propuestas, de conformidad con el numeral 6 de las Instrucciones a los Proveedores, de aquí en adelante, estarán sujetos al nuevo plazo.

Cualquier propuesta recibida por el Comité Ejecutivo XXX S.A. Después del plazo para la Presentación de propuestas será rechazada y devuelta sin abrir al Proveedor.

### **APERTURA DE LAS PROPUESTAS**

#### **12. Apertura de las Propuestas**

- a. El Comité Ejecutivo XXX S.A. abrirá todas las Propuestas a la hora, fecha y lugar especificados en la Sección I de los Documentos de Solicitud de propuestas y preparará el Acta de Apertura de las propuestas correspondiente.
- b. Las Propuestas tardías serán devueltas al proveedor sin abrir.

#### **13. Aclaración de las propuestas:**

A fin de realizar el análisis, evaluación y comparación de las propuestas, el Comité Ejecutivo XXX S.A. Podrá, a su criterio, solicitar al proveedor, aclaraciones respecto a su Propuesta. Tanto la solicitud de aclaración como la respuesta deberán realizarse por escrito y no se permitirá modificación en el precio o en el contenido de la Propuesta.

#### **14. Examen Preliminar**

El Comité Ejecutivo XXX S.A. Revisará que la propuesta:

- I. Contiene toda la información solicitada;

- II. Ha sido debidamente firmada;
- III. Está en orden y foliada;
- IV. El período de validez cumple con el tiempo solicitado; si no cumple será rechazada
- V. Cumple con requisitos técnicos mínimos; si no cumple será rechazada
- VI. La propuesta técnica se ajusta a los términos de referencia
- VII. Ofrece ejecutar la consultoría en el tiempo solicitado, si no cumple será rechazada
- VIII. La Propuesta se ajusta sustancialmente a lo exigido en el RFP

El Comité Ejecutivo XXX S.A. Rechazará una propuesta que considere no se ajusta sustancialmente a lo establecido.

### **15. Evaluación y comparación de las propuestas:**

Se realizará la evaluación de la propuesta técnica y luego la propuesta económica. La propuesta técnica se evaluará sobre la base de su correspondencia respecto a los Términos de Referencia (TDR). Los requerimientos funcionales se validaran luego de las presentaciones realizadas por los proveedores previstas desde el 9 de Enero al 21 de Enero de 2013, mediante sorteo.

### **3. Aspectos Técnicos:**

El oferente con su propuesta deberá suministrar la siguiente documentación:

- **Certificado de cumplimiento de norma técnica.** El proponente, que acredite alguna certificación tendrá una ventaja en puntuación. No es obligatorio.
- **Metodología.** El proponente deberá demostrar con su propuesta metodológica que domina una práctica sistemática y claramente definida para el diseño, construcción e implementación de soluciones tecnológicas.

## **ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO**

### **16. Criterios de adjudicación, adjudicación del contrato:**

El Comité Ejecutivo XXX S.A. Adjudicará el contrato al proveedor en primer lugar de elegibilidad

**El orden de elegibilidad se obtendrá al clasificar de mayor a menor el resultado obtenido de sumar el puntaje técnico más el puntaje económico.**

Si se presenta el caso de empate en el primer lugar de elegibilidad, se adjudicará el contrato al proponente que haya obtenido el mayor puntaje técnico.

- 17. Derecho del Comité Ejecutivo XXX S.A. de modificar los requisitos en el momento de la adjudicación:** el Comité Ejecutivo XXX S.A. se reserva el derecho, al adjudicar el contrato, de modificar la cantidad de servicios y bienes especificados en el RFP sin que esto conlleve un cambio en el precio o en otros términos y condiciones.
- 18. Notificación de la Adjudicación:** El comité Ejecutivo XXX S.A. enviará al proveedor la notificación que se le ha adjudicado el contrato, que sólo podrá ser aceptado por el proveedor mediante su firma y la devolución de una copia
- 19. Firma del contrato:** el proveedor seleccionado firmará y fechará el contrato y lo devolverá al Comité Ejecutivo XXX S.A. dentro de los 5 días de su recepción.
- 20. Garantía de cumplimiento:** el proveedor seleccionado proporcionará una garantía de cumplimiento de contrato por un valor equivalente al 10 % del valor total del mismo, dentro de los 15 días de haberse efectuado la entrega del contrato suscrito. Esta garantía, deberá tener vigencia hasta el cumplimiento definitivo de todas las obligaciones emanadas de este contrato y seis (6) meses más.

## Anexo 6 Términos de Referencia (TDR) de los diferentes sistemas

### Requerimientos Funcionales de Bisoft

<b>1. GENERALES</b>	
Multicompañías	X
Multimonedas	
Ayuda en pantallas	X
Procesamiento en tiempo real	X
Auditoria	
Integración dinámica con Excel	X
Manuales en español	X
<b>2. INVENTARIO</b>	
Controla todos los insumos ingresados en el hotel	X
Detalla todos los artículos de limpieza y lavandería	X
Toma de inventario físico, general, parcial, aleatorio en dispositivos móviles	
Bajas de inventario	X
Reportes de inventario: existencias, reservado, disponible, sobre abastecidos	X
Manejo de inventario	X
<b>3. ASIGNACION Y RESERVA DE HABITACIONES</b>	
Buscar las habitaciones disponibles y mostrarlas en pantalla	X
Almacenar datos básico: nombre, ciudad, teléfono, dirección, email	X
Almacenar habitaciones que estén fuera de servicio, cuales están sucias y cuales listas para ser asignadas	
Relacionar datos de limpieza con habitaciones disponibles para poder dar una buena información	
Almacenar la información de los empleados del hotel	X
Contar con un sistema de reservas online	
Medir los tiempos de los empleados al realizar sus actividades	X
Medir tiempos en registros de huéspedes	X
Pedidos de habitaciones sugeridos de clientes	X
Contar con un sistema de reservas online	X
Almacenar datos de los usuarios que realizaron reservas vía online o por llamada telefónica	X

<b>4. Bar/Restaurante</b>	
Panel de mesas configurables	
Imágenes de artículos en la pantalla	
Control de stock de artículos	X
Despacho de órdenes de pedidos	X
Gestión de camareros	
Pantalla interactiva de ventas	X
Administración y control de fechas de vencimiento de productos	
Tiempos de entrega de proveedores	X
<b>5. FACTURACION</b>	
Gestión y control de precios	X
Debe poder calcular todos los consumos	X
Imprimir facturas	X
Codificar cada servicio prestado por el hotel al usuario	X
Almacenar los diferentes consumos realizados por el huésped durante su estadía en el hotel unan factura para ser impresa	X
Análisis de la demanda para la planificación de la reposición	X
Control de contratos con proveedores	
Calificación y evaluación de proveedores	
Debe contar con facturación electrónica	X
<b>6. FINANCIERO</b>	
Asientos de diario recurrentes	X
Conversión automática de tipo de cambio	
Reportes de cuadratura entre Módulos	X
Estados financieros comparativos, con análisis horizontal y vertical	X
Estado de Flujo de Efectivo: Comparativos, con análisis horizontal y vertical	X
Herramientas de reportes flexibles: análisis de cuentas, fiscales, societarios, análisis de sensibilidad	X
Análisis de Riesgo	
Gestiona anticipos a Proveedores	X
Análisis de proveedores	
Bloqueo de facturas por errores en facturas o problemas con el proveedor y el cliente	X
Escenarios de flujos de caja	X
Proyecciones	X
Simulaciones	X
Maneja versiones de presupuesto	X
Indicadores de cumplimiento	X

## Requerimientos tecnológicos de Bisoft

<b>1. HW y SW</b>		
Microprocesador Inter Core i3 o Similar.		
- 800 MB de memoria RAM.		<b>X</b>
- 900 MB de disco duro libre.		<b>X</b>
- Microsoft Windows 7/XP/Windows Vista.		<b>X</b>
<b>2. ARQUITECTURA</b>		
Dinámico		
Alto desempeño		
Interoperable		<b>X</b>
Tolerancia a fallas		<b>X</b>
Trazable		
<b>4. SEGURIDAD</b>		
Autenticación: identificación basada en contraseñas. Debe permitir recuperación en caso que el usuario la olvide		<b>X</b>
Autorización para los componentes funcionales del sistema. Debe poder definir por usuario, por perfil, por roles y limitarse en el tiempo		<b>X</b>

## Información de Bisoft

<b>Nombre de la empresa</b>	<b>Bisoft</b>
Dirección	Benito Juárez no. 574- b poniente col. Centro Culiacan, sin. Cp. 80000
Teléfono	(667) 715 6529
Correo electrónico	www.bisoft.com.mx
<b>Nombre del Representante Legal</b>	Richard Bismark Osorio
Correo electrónico	rosorio@bisoftsoftware.com.mx
<b>Actividad</b>	Diseño y programación

## Esquema de Precios

### Desglose de costos

No.	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
1	Costo del SIG (Licencias)	1	\$600,00	\$600,00
2	Instalación	1	\$150,00	\$150,00
3	Capacitación equipo del proyecto	1	\$250,00	\$250,00
4	Costos de mantenimiento	1	\$180,00	\$180,00
5	Costos de reservas online			
6	Interfaces y personalizaciones			
TOTAL				\$1180,00

## Requerimientos Funcionales de Openorange

<b>1. GENERALES</b>	
Multicompañías	X
Multimonedas	X
Ayuda en pantallas	X
Procesamiento en tiempo real	X
Auditoria	X
Integración dinámica con Excel	X
Manuales en español	X
<b>2. INVENTARIO</b>	
Controla todos los insumos ingresados en el hotel	X
Detalla todos los artículos de limpieza y lavandería	X
Toma de inventario físico, general, parcial, aleatorio en dispositivos móviles	X
Bajas de inventario	X
Reportes de inventario: existencias, reservado, disponible, sobre abastecidos	
Manejo de inventario	X
<b>3. ASIGNACION Y RESERVA DE HABITACIONES</b>	

Buscar las habitaciones disponibles y mostrarlas en pantalla	X
Almacenar datos básico: nombre, ciudad, teléfono, dirección, email	X
Almacenar habitaciones que estén fuera de servicio, cuales están sucias y cuales listas para ser asignadas	X
Relacionar datos de limpieza con habitaciones disponibles para poder dar una buena información	
Almacenar la información de los empleados del hotel	X
Contar con un sistema de reservas online	X
Medir los tiempos de los empleados al realizar sus actividades	X
Medir tiempos en registros de huéspedes	X
Pedidos de habitaciones sugeridos de clientes	X
Contar con un sistema de reservas online	X
Almacenar datos de los usuarios que realizaron reservas vía online o por llamada telefónica	X
<b>4. Bar/Restaurante</b>	
Panel de mesas configurables	
Imágenes de artículos en la pantalla	X
Control de stock de artículos	X
Despacho de órdenes de pedidos	X
Gestión de camareros	X
Pantalla interactiva de ventas	X
Administración y control de fechas de vencimiento de productos	X
Tiempos de entrega de proveedores	X
<b>5. FACTURACION</b>	
Gestión y control de precios	X
Debe poder calcular todos los consumos	X
Imprimir facturas	X
Codificar cada servicio prestado por el hotel al usuario	X
Almacenar los diferentes consumos realizados por el huésped durante su estadía en el hotel unan factura para ser impresa	X
Análisis de la demanda para la planificación de la reposición	X
Control de contratos con proveedores	X
Calificación y evaluación de proveedores	X
Debe contar con facturación electrónica	X
<b>6. FINANCIERO</b>	
Asientos de diario recurrentes	X
Conversión automática de tipo de cambio	X
Reportes de cuadratura entre Módulos	X

Estados financieros comparativos, con análisis horizontal y vertical	X
Estado de Flujo de Efectivo: Comparativos, con análisis horizontal y vertical	X
Herramientas de reportes flexibles: análisis de cuentas, fiscales, societarios, análisis de sensibilidad	X
Análisis de Riesgo	X
Gestiona anticipos a Proveedores	X
Análisis de proveedores	X
Bloqueo de facturas por errores en facturas o problemas con el proveedor y el cliente	X
Escenarios de flujos de caja	X
Proyecciones	X
Simulaciones	X
Maneja versiones de presupuesto	X
Indicadores de cumplimiento	X

### Requerimientos tecnológicos de Openorange

1. HW y SW	
Microprocesador Inter Core i3 o Similar.	X
- 800 MB de memoria RAM.	X
- 900 MB de disco duro libre.	X
- Microsoft Windows 7/XP/Windows Vista.	X
	X
2. ARQUITECTURA	
Dinámico	
Alto desempeño	X
Interoperable	X
Tolerancia a fallas	X
Trazable	X
4. SEGURIDAD	
Autenticación: identificación basada en contraseñas. Debe permitir recuperación en caso que el usuario la olvide	X
Autorización para los componentes funcionales del sistema. Debe poder definir por usuario, por perfil, por roles y limitarse en el tiempo	X

### Información de Openorange

<b>Nombre de la empresa</b>	Openorange
Dirección	Buenos Aires, Argentina
Teléfono	+54 11 5352 0235
Correo electrónico	info@openorange.com
<b>Nombre del Representante Legal</b>	Gabriela Chávez
Correo electrónico	gchavez@openorange.com
<b>Actividad</b>	Soluciones informáticas

### Esquema de Precios

#### Desglose de costos

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio Total</b>
1	Costo del SIG (Licencias)	1	\$2868,00	\$2868,00
2	Instalación	1	\$200,00	\$200,00
3	Capacitación equipo del proyecto (incluido)			
4	Costos de mantenimiento(incluido)			
5	Costos de reservas online (incluido)			
6	Interfaces y personalizaciones (incluido)			
<b>TOTAL</b>				<b>\$3068,00</b>

## Requerimientos Funcionales de AM/Systems

<b>1. GENERALES</b>	
Multicompañías	X
Multimonedas	X
Ayuda en pantallas	X
Procesamiento en tiempo real	X
Auditoria	X
Integración dinámica con Excel	X
Manuales en español	X
<b>2. INVENTARIO</b>	
Controla todos los insumos ingresados en el hotel	X
Detalla todos los artículos de limpieza y lavandería	X
Toma de inventario físico, general, parcial, aleatorio en dispositivos móviles	X
Bajas de inventario	X
Reportes de inventario: existencias, reservado, disponible, sobre abastecidos	X
Manejo de inventario	X
<b>3. ASIGNACION Y RESERVA DE HABITACIONES</b>	
Buscar las habitaciones disponibles y mostrarlas en pantalla	X
Almacenar datos básico: nombre, ciudad, teléfono, dirección, email	X
Almacenar habitaciones que estén fuera de servicio, cuales están sucias y cuales listas para ser asignadas	X
Relacionar datos de limpieza con habitaciones disponibles para poder dar una buena información	X
Almacenar la información de los empleados del hotel	X
Contar con un sistema de reservas online	X
Medir los tiempos de los empleados al realizar sus actividades	X
Medir tiempos en registros de huéspedes	X
Pedidos de habitaciones sugeridos de clientes	X
Contar con un sistema de reservas online	X
Almacenar datos de los usuarios que realizaron reservas vía online o por llamada telefónica	X
<b>4. Bar/Restaurante</b>	
Panel de mesas configurables	X
Imágenes de artículos en la pantalla	X
Control de stock de artículos	X
Despacho de órdenes de pedidos	X

Gestión de camareros	X
Pantalla interactiva de ventas	X
Administración y control de fechas de vencimiento de productos	X
Tiempos de entrega de proveedores	X
<b>5. FACTURACION</b>	
Gestión y control de precios	X
Debe poder calcular todos los consumos	X
Imprimir facturas	X
Codificar cada servicio prestado por el hotel al usuario	X
Almacenar los diferentes consumos realizados por el huésped durante su estadía en el hotel unan factura para ser impresa	X
Análisis de la demanda para la planificación de la reposición	X
Control de contratos con proveedores	X
Calificación y evaluación de proveedores	X
Debe contar con facturación electrónica	X
<b>6. FINANCIERO</b>	
Asientos de diario recurrentes	X
Conversión automática de tipo de cambio	X
Reportes de cuadratura entre Módulos	X
Estados financieros comparativos, con análisis horizontal y vertical	X
Estado de Flujo de Efectivo: Comparativos, con análisis horizontal y vertical	X
Herramientas de reportes flexibles: análisis de cuentas, fiscales, societarios, análisis de sensibilidad	X
Análisis de Riesgo	X
Gestiona anticipos a Proveedores	X
Análisis de proveedores	X
Bloqueo de facturas por errores en facturas o problemas con el proveedor y el cliente	X
Escenarios de flujos de caja	X
Proyecciones	X
Simulaciones	X
Maneja versiones de presupuesto	X
Indicadores de cumplimiento	X

### Requerimientos tecnológicos de AM/System

1. HW y SW	X
Microprocesador Inter Core i3 o Similar.	X
- 800 MB de memoria RAM.	X

- 900 MB de disco duro libre.	X
- Microsoft Windows 7/XP/Windows Vista.	X
<b>2. ARQUITECTURA</b>	
Dinámico	X
Alto desempeño	X
Interoperable	X
Tolerancia a fallas	X
Trazable	X
<b>4. SEGURIDAD</b>	
Autenticación: identificación basada en contraseñas. Debe permitir recuperación en caso que el usuario la olvide	X
Autorización para los componentes funcionales del sistema. Debe poder definir por usuario, por perfil, por roles y limitarse en el tiempo	X

### Información de AM/System

<b>Nombre de la empresa</b>	AM/System
Dirección	Avda. Ejército Español, 22 C.P. 23005 - Jaén (SPAIN)
Teléfono	+34 953 275 931
Correo electrónico	www.amsystem.es
<b>Nombre del Representante Legal</b>	Luis Campos Guemes
Correo electrónico	lcampos@amsystem.es
<b>Actividad</b>	Implementación de Sistemas de Información Gerencial.

### Esquema de Precios

#### Desglose de costos

No.	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio Total
1	Costo del SIG (Licencias)	1	\$972,00	\$972,00
2	Instalación (incluido)			
3	Capacitación equipo del proyecto (incluido)			

4	Costos de mantenimiento	1	\$628,00	\$628,00
5	Costos de reservas online	1	\$200,00	\$200,00
6	Interfaces y personalizaciones (incluido)			
TOTAL				\$1800,00

## Anexo 7 Catalogo AM/System

### AM SYSTEM HOTEL

#### Introducción General

AMHotel es una aplicación cuyo fin consiste en facilitar y agilizar el trabajo diario que se produce en un hotel mediante la automatización de todas sus tareas. Para ello se ha conseguido crear una aplicación agradable y fácil de manejar. El equipo de desarrollo de AMHotel está completamente seguro que, una vez comience a manejar la aplicación, se familiarizará rápidamente con ella y podrá comprobar que le ahorrará una gran cantidad de trabajo y conseguirá una enorme mejora en la calidad de éste.

#### Fichas

##### Clientes

Esta opción está destinada a la gestión de los clientes. Esta ficha agrupa los datos de cliente en 5 solapas:

- 1) Datos generales: esta sección contiene datos generales tales como el nombre, dirección, población, teléfono. Si dispone de webcam podrá capturar la foto y asignar un archivo de imagen a la ficha. Para ello dispone de 3 botones:

No es obligatorio rellenar todos los campos, pero le recomendamos que al menos rellene el nombre, el país y la provincia. El país y la provincia son obligatorios para el correcto funcionamiento del informe de INE.

El campo tipo cliente, permite categorizar a los clientes y asignar descuentos por tipo cliente.

Por último, si utiliza control de accesos, puede utilizar los botones de **Capturar Huella** para capturar una huella dactilar y asignarla a la ficha. Utilizar esta opción agilizará la entrada de clientes en futuras estancias.

2) Reservas y Estancias: Esta sección muestra dos listados

a) Estancias: listado de todas las estancias registradas en amhotel. Para cada estancia se muestra, la fecha de entrada, la fecha de salida, habitación, régimen y tarifa.

Si utiliza la opción de **Histórico de Base de datos**, se añade una columna que indica el año de registro de la estancia.

b) Reservas: listado de todas las reservas pendientes de recepcionar en amhotel. Se muestran incluso las que hayan sido anuladas, en tal caso la reserva se mostrará en color.

c) Reservas On-Line: esta sección solo es visible si previamente se ha marcado el parámetro "Usar clientes en la plataforma web" El cambio de la clave se debe hacer a través de la plataforma web. Una vez que la clave haya sido cambiada por el cliente, esta no será descarga en Am/Hotel. , y permite especificar que clientes serán accesibles a través de la plataforma de reservas online y su clave inicial.

Si la línea aparece en color azul, indica que el cliente estuvo alojado en la estancia/reserva, pero no como cliente principal sino como "**Otro Alojado**". Por el contrario, si la línea se muestra en color verde indica que la reserva o estancia pertenece a un grupo.

3) Datos económicos: Esta sección permite registrar datos como el número de tarjeta y la cuenta contable. En la siguiente imagen se muestra el aspecto de este formulario. El listado inferior muestra un listado de todas las facturas emitidas, incluyendo 3 campos al final que indican el total facturado, el total cobrado y el pendiente. Si no necesita cargar todas las facturas, puede utilizar el filtro de **Fecha Histórico**, para cargar solo las facturas posteriores a una determinada fecha.

Este saldo pendiente solo muestra el importe pendiente de cobrar en

facturas, es decir, si tiene algún cargo pendiente de facturar, este no se muestra en esta sección. Para consultar los cargos pendientes haga [clic aquí](#)

El campo Modalidad Facturación, se puede establecer como "Nacional" o "Exento Impuestos". Si se elige la opción "Exento Impuestos", los cargos generados contra este cliente no aplicarán IVA.

Grupo Retención: Este campo permite indicar el grupo de retención que se aplicará al facturar. Actualmente este campo, solo se usa en caso de facturación en Colombia.

## **Agencias**

Esta opción está destinada a la gestión de las agencias. Esta ficha agrupa los datos de cliente en 3 solapas:

1) Datos generales: esta sección contiene datos generales tales como el nombre, dirección, población, teléfono.

Adicionalmente, se incluye un campo para especificar el color de fuente que será utilizado en las reservas del planning de reservas.

2) Datos Reservas: muestra un listado con las reservas pendientes de recepcionar y otro con todas las estancias registradas. En la siguiente imagen se puede ver el aspecto de esta solapa

3) Datos Económicos: Esta sección permite especificar los datos económicos de la agencia, tales como la forma de pago, la cuenta bancaria, la cuenta contable, la modalidad de facturación y en caso de trabajar con Iberojet, puede especificar el código de facturación por fichero.

Este código de Iberojet se utiliza para generar un fichero de facturas que puede ser enviado a través de la web de Iberojet.

Al final se muestra un listado con las facturas emitidas junto con 3 campos que indican el total facturado, el total cobrado y el pendiente. Si no necesita cargar todas las facturas, puede utilizar el filtro de **Fecha Histórico**, para cargar solo las facturas posteriores a una determinada fecha.

Este saldo pendiente solo muestra el importe pendiente de cobrar en facturas, es decir, si tiene algún cargo pendiente de facturar, este no se muestra en esta sección.

## **Habitaciones**

Este mantenimiento es una parte fundamental de la configuración del hotel, pues es el lugar en el que se dan de alta las habitaciones. El aspecto de este formulario es:

Para cada habitación podrá especificar:

- Código: Este campo es un identificador de la habitación, le recomendamos que utilice un código descriptivo para facilitar la gestión de reservas, estancias, facturación...

- informe de INE ni en los cálculos de habitaciones ocupadas. No tratar como habitación: Este campo se utiliza para dar crear servicios como alquiler de salones, es decir, podemos hacer reservas, facturación... pero estas habitaciones no constarán en el

- tipos. Para el correcto funcionamiento de la aplicación, es necesario que antes de crear las habitaciones, registre los tipos de habitación y que estos sean asignados a las habitaciones. Tipo Habitación: Este campo se utiliza para organizar las habitaciones el

- Grupo Habitación: Este campo es opcional, pero permite agrupar las habitaciones en grupos. Actualmente es utilizado para diferenciar las habitaciones por color en el planning de reservas y para diferenciar el informe de INE en función del grupo, es decir, imagine que dispone de 200 habitaciones de las cuales 50 están registradas en el INE a nombre de una empresa y el resto a nombre de otra empresa. Si no utiliza grupos, el informe de INE incluirá todas las habitaciones registradas, pero utilizando grupos, puede emitir un informe de INE por cada grupo.

- Observaciones: Este es un campo libre donde puede incluir las características de la habitación.

Este dato se muestra en los selectores de habitaciones de reservas, estancias... por tanto, rellene este campo con información útil para

que sus empleados localicen las habitaciones de forma rápida.

- Extensión: El campo extensión solo es necesario rellenarlo si captura llamadas de la centralita. Su contenido debe ser un valor numérico que relacione la habitación de hotel con la extensión de la centralita.

- Cod. Hab. PMS: Este código solo se usa si dispone de cerradura electrónica Inhova o VingCard. Para establecer la relación entre ambas aplicaciones, Indique el código de habitación registrado en Inhova o VingCard.

- Pax Máximo: indica el número máximo de personas permitidas en la habitación.

Este valor es utilizado por el informe de INE (modelos H1) para mostrar datos de ocupación en función de pax.

- Planta/Zona: campo libre donde puede especificar la planta o zona en la que se encuentra ubicada la habitación. Este valor se usa para imprimir listados de limpieza por planta/zona.

- Limpieza de habitaciones: Esta rejilla permite especificar aquellos empleados que se encargarán de la limpieza de las habitaciones. En cada registro de limpieza es necesario especificar el empleado y el periodo.

Esta sección solo es necesario si va a utilizar el informe de parte de limpieza

- Incidencias: Este listado permite registrar las incidencias producidas en cada habitación donde para cada incidencia se puede registrar la fecha, la hora, la descripción y una columna (Fin) que indica si la incidencia ha sido solucionada.

### **Tipos de Habitación**

Este mantenimiento permite registrar los tipos de habitación existentes en el hotel.

Para cada tipo de habitación es necesario especificar el código y el tipo.

Le recomendamos que utilice como código un valor descriptivo. Por ejemplo, para habitaciones dobles el código del tipo podría ser algo como **DB** o **HD**.

Si utiliza el módulo de reservas on-line, es necesario que rellene la sección

"Configuración Web" donde puede especificar:

**Tarifa Web:** Especifica la tarifa que será utilizada cuando un cliente reserva un habitación del tipo actual.

**Stock Mínimo:** Haga clic sobre este botón para establecer un stock mínimo para todos los días o configurarlo por fechas. Se entiende por stock mínimo, al número de habitaciones que deben quedar libres para que en la web se considere completo. Por ejemplo, si se tienen 50 habitaciones dobles y el stock mínimo está a 15, esto quiere decir que desde internet se podrán reservar como máximo 35 habitaciones.

Para establecer el stock mínimo puede hacer clic sobre un día concreto y establecerlo manualmente. Si desea hacerlo por periodo, establezca la fecha de inicio, de fin, el stock mínimo y haga clic sobre "**Aplicar Stock Mínimo**". Sin embargo, si pulsa sobre "**Obtener disponibles**" se cargará como stock mínimo el total de habitaciones disponibles por día.

Por último, para grabar los datos haga clic sobre "**Guardar**"

Si ha configurado la sección de reservas on-line, al salir de este formulario se mostrará el siguiente mensaje:

SYSTEM, haga clic sobre "**Enviar [F9]**".

Esta comunicación consiste en un petición que Am/Hotel hace al cliente de reservas on-line, y este a su vez, envía los datos automáticamente al servidor de Internet.

## **Proveedores**

En esta opción, tenemos el mantenimiento de los proveedores que mantienen relación con nuestra empresa, para posteriormente usarlos en la entrada de mercancías para Am/Táctil, o simplemente para tenerlos identificados y localizados.

Este mantenimiento contiene campos para rellenar los datos personales del proveedor, datos económicos, datos del agente y lugares de recepción.

## **Temporadas**

### **Tipos de Temporada**

Am/Hotel tarifica de forma predeterminada por tarifas y temporadas. Este

mantenimiento permite definir los tipos de temporada, es decir, podemos registrar tipos como Alta, Media, Baja donde se debe especificar el código, el nombre y el color que será utilizado para la configuración del calendario de temporadas. Si ha configurado la sección de reservas on-line, al salir de este formulario se mostrará el siguiente mensaje:

Para enviar los cambios en los tipos de temporada al servidor de AM-SYSTEM, haga clic sobre "**Enviar [F9]**".

Esta comunicación consiste en un petición que Am/Hotel hace al cliente de reservas on-line, y este a su vez, envía los datos automáticamente al servidor de Internet.

### **Temporadas**

El módulo de temporadas permite especificar mediante un calendario anual la organización de las temporadas.

En la sección derecha se muestra un listado con los tipos de temporada disponibles y el color asociado. Para asignar un tipo de temporada a un periodo de días, seleccione los días con el ratón en el fondo se muestra de color azul, ahora pulse con el botón derecho y seleccione el tipo de temporada en el menú que aparece (o pulse sobre **Anular** para borrar los días seleccionados)

Una vez seleccionado un tipo de temporada, el fondo de los días seleccionados se muestra del color del tipo de temporada. Repita el proceso hasta que termine de configurar el año completo.

La configuración de la temporada es fundamental para el correcto funcionamiento del módulo de tarificación, por esta razón, si al **crear una estancia o reserva** el precio resultante es 0, revise que exista un tipo de temporada para el periodo de la reserva o estancia.

Si trabaja en modo "**Central de Reservas**" y ha definido hoteles, puede utilizar el selector de hoteles para configurar una temporada independiente por cada hotel.

Si ha configurado la sección de reservas on-line, al salir de este

formulario se mostrará el siguiente mensaje:

Para enviar los cambios en los tipos de habitación al servidor de AM-SYSTEM, haga clic sobre "**Enviar [F9]**".

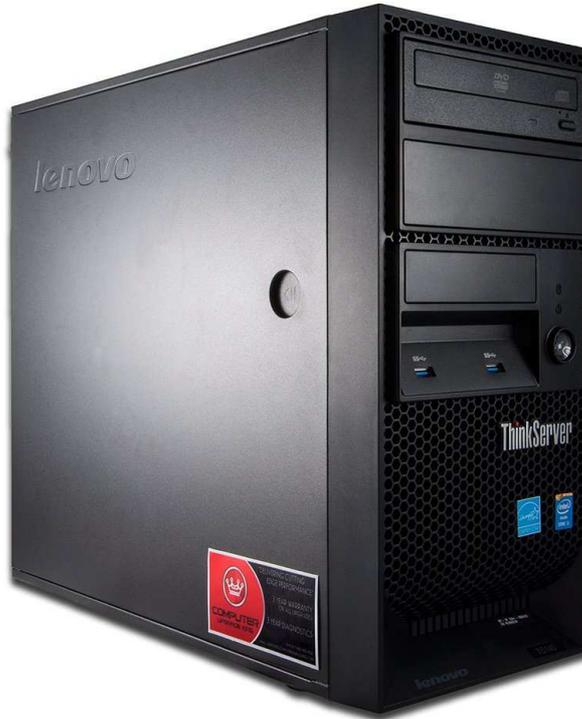
Esta comunicación consiste en un petición que Am/Hotel hace al cliente de reservas on-line, y este a su vez, envía los datos automáticamente al servidor de Internet.

Si al crear una reserva o estancia, el precio generado es 0, revise que exista una temporada para el periodo de la reserva/estancia y que el tipo de tarifa y el régimen utilizado en la reserva/estancia estén definidos en tarifas por temporada.

[http://amsystem.es/pdf/Am\\_Hotel.pdf](http://amsystem.es/pdf/Am_Hotel.pdf)

## Anexo 8 Especificaciones técnicas de Hardware

### SERVIDOR



Procesador	3.40 GHz Intel Core i3
RAM	32 GB
Disco Duro	9000 GB
Coprocesador Grafico	Intel HD Graphics 4400
Descripción de la tarjeta	Intel HD Graphics 4600
Memoria de la tarjeta grafica	1.70 GB
Número de puertos USB 2.0	2
Número de puertos USB 3.0	6

## UPS

(850VA / 480W)

**PROTECCIÓN AUTOMÁTICA DE EQUIPOS:** Proteja sus computadoras, periféricos, y dispositivos de juegos, audio y video contra peligrosos picos de tensión.

**CONSERVACIÓN DE TIEMPO CRÍTICO:** Obtenga tiempo suficiente para poder completar sus actividades y salvar sus archivos antes de apagar sus equipos al presentarse una falla de alimentación.

**PREVENCIÓN DE PÉRDIDA DE INFORMACIÓN:** Proteja la integridad de sus archivos personales y del sistema. No más frustraciones por corrupción de data o por pérdidas irremplazables.

### BATERÍA:

Tipo de Batería: 12 V / 9AH

Tiempo de Funcionamiento: (Depende de equipos conectados) 20 minutos

Tiempo de referencia: con una PC Monitor + 15 " hasta 20 minutos

Tiempo de recarga: 10 horas máx. (Recarga del 90% de la capacidad)

### FÍSICO:

Peso neto: 5.5Kg

Dimensiones: Prof. X Ancho X Alto (mm)

306 x 97 x 141

### ENTRADA:

Voltaje: 120 V CA

Rango de voltaje: 85-150VAC

Frecuencia: 50-60 Hz (detección automática)

### SALIDA:

Voltaje: 102-132VAC

Regulación de Voltaje: 115VAC +/- 5%

Frecuencia: 60 Hz

Regulación de Frecuencia 1 Hz +/-

Tipo de Onda de Salida: PWM / DC



## Computadora de la recepcionista



**EXCELENTE EQUIPO PARA TRABAJO DOMESTICO, JUEGOS, PELICULAS,  
ALTO DESEMPEÑO**

**CAJA ATX:** MICRO ATX MARCA QUASAD O DELUX O HAVIT (A ELEGIR)

**FUENTE DE PODER:** 700w

**BOARD:** Biostar Chipset H61: Zocalos: 1150

**SUPPORT:**

Intel® Core™ i7 LGA 1155 Processor

Intel® Core™ i5 LGA 1155 Processor

Intel® Core™ i3 LGA 1155 Processor

**PROCESADOR:** INTEL CORE I3-4130 LGA 1150 3.4 GHZ 3MB CACHE

**MEMORIA RAM:** 4GB DDR3 P/PC PC3-10600 EXPANDIBLE A 16 GB

**VIDEO:** Intel HD graphis 950 mhz **incorporado**

**RED:** 10/100/1000

**DISCO DURO:** 750 GB

**QUEMADOR DVD:** SATA DOBLE CAPA

**LECTOR DE MEMORIAS:** 4 en 1

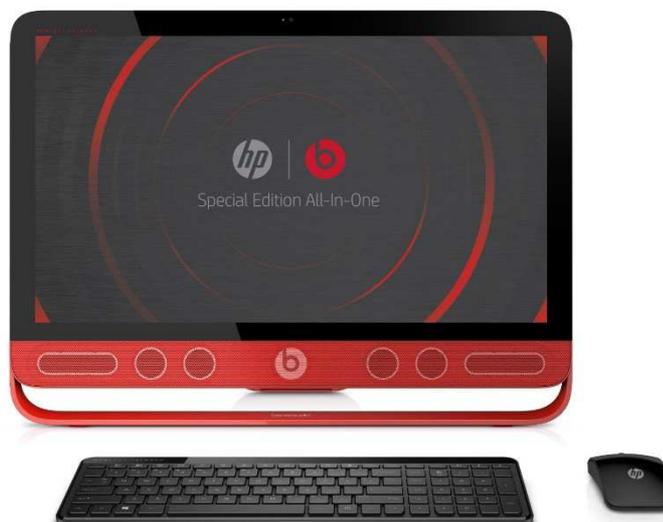
**MONITOR:** LED 20 PULGADAS MARCA LG (Resolución 1360x 768)

**PERIFERICOS:** TECLADO MULTIMEDIA MOUSE OPTICO

**SONIDO:** VIA VT1705CF 6-Channel HD Audio INCORPORADO

**SOFTWARE:** (OPCIONAL) WINDOWS 7 PRO – WINDOWS 8 PRO - AUTOCAD 2015 – COREL X6 – ADOBE CREATIVE SUITE CS6 – OFFICE 2010 O 2013 ENTRE OTROS

## Computadora del Administrador



<b>Tamaño de pantalla</b>	<b>23 pulgadas</b>
<b>Resolución de pantalla</b>	1920 x 1080
<b>Max Resolución de pantalla</b>	1920x1080 pixeles
<b>Procesador</b>	2.9 GHz Core i5-4570
<b>RAM</b>	8 GB DDR3L SDRAM
<b>Velocidad de Memoria</b>	1600 MHz
<b>HDD</b>	1024 GB SATA
<b>Coprocador Gráfico</b>	Intel HD Graphics 4600
<b>Tipo de Wireless</b>	802.11bgn
<b>Numero de puertos USB 2.0</b>	4
<b>Numero de puertos USB 3.0</b>	2

## Impresora Epson Wf 2540



Marca	Epson
Series	WorkForce WF-2540WF
Peso del producto	6 Kg
Dimensiones del producto	37,7 x 39,2 x 22,1 cm
Número de modelo del producto	C11CC36301
Color	Negro
Dimensión de la pantalla	2.48 pulgadas

### Multifunción con Wi-Fi

Imprime, escanea, copia y envía faxes con el ADF

### Flexible

Conectividad Wi-Fi y Ethernet

### Fácil manejo

Pantalla LCD de 6,3 cm

### Epson Connect

Libertad para imprimir desde cualquier lugar\*<sup>3</sup>

### Duradero

Carga de trabajo de 3.000 páginas al mes\*<sup>4</sup>

## Router



### Especificaciones Técnicas

- ✦ Velocidad inalámbrica ideal de 300 Mbps ideal para video HD
- ✦ Dos antenas aumentan en gran medida la solidez y la estabilidad inalámbrica
- ✦ Fácil Encriptado de la seguridad inalámbrica al presionar el botón QSS
- ✦ Control de ancho de banda basado en IP
- ✦ Encriptado WPA/WPA2 - Seguridad Avanzada
- ✦ 4 puertos LAN de 10/100Mbps
- ✦ 1 Puerto WAN de 10/100Mbps
- ✦ Botón de WPS/ Reinicio(Reset)
- ✦ 2 Antenas desmontables omnidireccionales de 5dBi
- ✦ Frecuencia 2.4-2.4835GHz



## Anexo 9 Detalles de precios de equipos de cómputo y hardware

Rubros	Valor	Cantidad	Total
<b>Equipos de computo</b>			
Servidor Lenovo	\$ 2.300,00	1	\$ 2.300,00
Computadora de sobremesa Core i3	\$ 440,00	1	\$ 440,00
Computadora all-in-one Core i3	\$ 685,00	1	\$ 685,00
Ups Astum 480 W	\$ 150,00	1	\$ 150,00
Router Tp-link	\$ 50,00	1	\$ 50,00
Impresora Epson Work-office	\$ 375,00	1	\$ 375,00
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$ 4.000,00</b>	<b>1</b>	<b>\$ 4.000,00</b>

## Anexo 10 Detalle de cotización del software Am/Systems

### A.M. SYSTEM, S.L.

Avda. Ejército Español, 22 Bajo  
23005 - Jaén  
C.I.F.: B23224512  
Teléfono: 953275931 Fax: 953-261425  
comercial@amsystem.es - www.amsystem.es



PRESUPUESTO		
Número	Ciente	Fecha
1.156	9.999	03/07/2015

JHAEL BOWEN

Nif. Cliente	
Referencia	
Agente	LUIS CAMPOS GUEMES

ECUADOR

Almacén: 1

Página 1 de 1

Código	Descripción	Cantidad	Precio	%IVA	%Dto	Importe
**** LICENCIA DE SOFTWARE ****						
AM/HOTEL-20	PROGRAMA AMHOTEL 70 HABITACIONES	1,00	988,00	50,00		494,00
AM/HOTEL LICENC.-20	LICENCIA ADICIONAL AMHOTEL 70 HABITACIONES	1,00	360,00	50,00		180,00
AM/TACTIL	PROGRAMA AMTACTIL	1,00	298,00	50,00		149,00
AM/TACTIL LICENCIA	LICENCIA ADICIONAL AMTACTIL	1,00	298,00	50,00		149,00
**** SOPORTE TECNICO ANUAL Y ACTUALIZACIONES ****						
AM-MANT HOTEL-20	MANTENIMIENTO AMHOTEL 70 HABITACIONES	1,00	251,00			251,00
AMMANT HOTEL-L-20	MANTENIMIENTO AMHOTEL 70 LICENCIA ADICIONAL AM-	1,00	163,00			163,00
MANT TACTIL	MANTENIMIENTO AMTACTIL	1,00	251,00			251,00
AM-MANT TACTIL-L	MANTENIMIENTO AMTACTIL LICENCIA ADICIONAL	1,00	163,00			163,00
**** RESERVAS ONLINE ****						
ALTARESERVAS	RESERVAS ON LINE - ALTA EN EL SERVICIO	1,00	125,00	100,00		
CUOTARESERVAS	RESERVAS ON LINE - CUOTA MENSUAL	6,00	24,00	100,00		
OFERTA 6 MESES GRATIS EN RESERVAS ONLINE						

Subtotal 1.800,00

%Dto	Importe	Base Imponible	% IVA	Importe	% Recargo	Importe	Total EUROS
		1.800,00					1.800,00

\*\* Validez de la oferta 10 días \*\*

\*\* Este documento no se considerará aceptado hasta que sea devuelto firmado por el cliente \*\*

Forma de pago: CONTADO

Domicilio Pago:  
Cuenta:

## Anexo 11 Activos fijos de la empresa

RUBROS	ACTIVOS FIJOS
Terrenos	\$ 150.000,00
Edificio	\$ 649.999,93
Equipos de Computo	\$ 2.000,00
Muebles de Oficina	\$ 200.000,00
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 1.001.999,93</b>

## Anexo 12 Depreciación del activo fijo

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO											
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1 2015	2 2016	3 2017	4 2018	5 2019	6 2020	7 2021	8 2022	9 2023	10 2024
Muebles de Oficina	200.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00				
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00	32.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>849.999,93</b>	<b>52.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>52.500,00</b>	<b>32.500,00</b>	<b>32.500,00</b>	<b>32.500,00</b>	<b>32.500,00</b>

## Anexo 13 Costos de materias primas y mantenimiento

COSTO DE MATERIAS PRIMAS										
Proveedores		Costo	Precio (\$/unidad) 2014	Precio (\$/unidad) 2015	Precio (\$/unidad) 2016	Precio (\$/unidad) 2017	Precio (\$/unidad) 2018	Precio (\$/unidad) 2019	Precio (\$/unidad) 2020	Promedio ponderado
3	Alimentos	\$ 2,18	\$ 4,40	\$ 4,61	\$ 4,80	\$ 5,00	\$ 5,20	\$ 5,41	\$ 5,62	
	Desayuno	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	40%
	Almuerzo	\$ 3,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	20%
	Merienda	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	25%
	Platos a la carta	\$ 4,50	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00	15%
<b>Costo de producción unitario</b>		<b>\$ 2,18</b>								

Mantenimiento			
Rubro	Costo	Precio (\$/unidad)	
1 Jabones	\$ 0,20		
2 Shampoo	\$ 0,40		
3 Rinse	\$ 0,40		
4 Articulos de limpieza	\$ 0,18		
<b>Costo de producción unitario</b>		<b>\$ 1,18</b>	

## Anexo 14 Gastos

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO SIN PROYECTO									
No.	Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Gerente General	1	800,00	66,67	29,50	33,33	97,20	1.026,70	12.320,40
1	Gerente Administrativo Financiero	1	600,00	50,00	29,50	25,00	72,90	777,40	9.328,80
1	Contador	1	500,00	41,67	29,50	20,83	60,75	652,75	7.833,00
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</b>								<b>2.456,85</b>	<b>29.482,20</b>

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO CON PROYECTO									
No.	Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Gerente General	1	800,00	66,67	29,50	33,33	97,20	1.026,70	12.320,40
1	Gerente Administrativo Financiero	1	600,00	50,00	29,50	25,00	72,90	777,40	9.328,80
1	Contador	1	500,00	41,67	29,50	20,83	60,75	652,75	7.833,00
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</b>								<b>2.456,85</b>	<b>29.482,20</b>

PERSONAL OPERATIVO SIN PROYECTO									
No.	Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Recepcionista	1	480,00	40,00	29,50	20,00	58,32	627,82	7.533,84
2	Limpieza	1	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	470,76	5.649,12
3	Seguridad	1	400,00	33,33	29,50	16,67	48,60	528,10	6.337,20
4	Cocinera	1	450,00	37,50	29,50	18,75	54,68	590,43	7.085,16
5	Ayudante de cocina	1	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	470,76	5.649,12
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</b>								<b>2.687,87</b>	<b>32.254,44</b>

PERSONAL OPERATIVO CON PROYECTO									
No.	Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Recepcionista	2	450,00	37,50	29,50	18,75	54,68	590,43	14.170,32
2	Limpieza	1	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	470,76	5.649,12
3	Seguridad	1	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	470,76	5.649,12
4	Cocinera	1	400,00	33,33	29,50	16,67	48,60	528,10	6.337,20
5	Ayudante de cocina	1	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	470,76	5.649,12
<b>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</b>								<b>2.530,81</b>	<b>37.454,88</b>

GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS SIN PROYECTO			Costo mensual	Costo anual
Rubro				
1	Servicios básicos (agua, luz, teléfono)		\$ 450,00	\$ 5.400,00
2	Internet - Cable		\$ 33,00	\$ 396,00
4	Servicio de mantenimiento de equipos de oficina		\$ 60,00	\$ 720,00
5	Servicio de mantenimiento de vehículos		\$ 100,00	\$ 1.200,00
6	Combustible de vehículos		\$ 100,00	\$ 1.200,00
7	Suministros de oficina		\$ 50,00	\$ 600,00
8	Servicio y suministros de limpieza		\$ 60,00	\$ 720,00
9	Pérdida de inventario		\$ 400,00	\$ 4.800,00
10	Varios		\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>Total Gastos</b>			<b>\$ 1.353,00</b>	<b>\$ 16.236,00</b>

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING SIN PROYECTO																
No.	Vendedores	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	TOTAL PERIODO 0	TOTAL 2011
1	PUBLICIDAD ONLINE		100,00			100,00			100,00			100,00			-	400,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		-	100,00	-	-	100,00	-	-	100,00	-	-	100,00	-	-	-	400,00

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING CON PROYECTO																
No.	Vendedores	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	TOTAL PERIODO 0	TOTAL 2011
1	PUBLICIDAD ONLINE		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	-	720,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>		-	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	-	720,00

GASTOS VARIOS CON PROYECTO	
Rubro	Valor
1 Gastos por capacitación de Personal SIG	\$ 500,00
2	
<b>Costo de producción unitario</b>	<b>\$ 500,00</b>

GASTOS DE LICENCIAS CON PROYECTO	
Rubro	Valor
1 Gastos de licencias	\$ 1.800,00
2	
<b>Costo de producción unitario</b>	<b>\$ 1.800,00</b>

## Anexo 15 Programa de producción y ventas actual

<b>AÑO 2015</b>	
Canal de ventas 1	5.041,00
Canal de ventas 2	1.768,00
<b>TOTAL PROGRAMA DE PRODUCCIÓN</b>	<b>6.809,00</b>

### PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS MERCADO - CANAL DE VENTAS 1 SIN PROYECTO AÑO 2015 (en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	350	366	4,50%
FEBRERO	700	728	4,00%
MARZO	420	444	5,80%
ABRIL	350	362	3,50%
MAYO	175	184	4,90%
JUNIO	210	221	5,10%
JULIO	455	482	6,00%
AGOSTO	910	974	7,00%
SEPTIEMBRE	420	445	5,90%
OCTUBRE	210	218	3,80%
NOVIEMBRE	175	181	3,20%
DICIEMBRE	420	436	3,80%
<b>Total anual</b>	<b>4.795</b>	<b>5.041,00</b>	<b>4,8%</b>

### PROYECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIÓN Y VENTAS (AÑO) SIN PROYECTO AÑO 2015 (en unidades)

Meses	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1	495
MES 2	985
MES 3	601
MES 4	491
MES 5	247
MES 6	298
MES 7	649
MES 8	1.315
MES 9	599
MES 10	295
MES 11	244
MES 12	590
<b>Total anual</b>	<b>6.809,00</b>

### PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS MERCADO - CANAL DE VENTAS ONLINE SIN PROYECTO AÑO 2015 (en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	123	129	4,50%
FEBRERO	245	257	5,00%
MARZO	147	157	6,80%
ABRIL	123	129	4,50%
MAYO	61	63	3,90%
JUNIO	74	77	4,10%
JULIO	159	167	5,00%
AGOSTO	319	341	7,00%
SEPTIEMBRE	147	154	4,90%
OCTUBRE	74	77	3,80%
NOVIEMBRE	61	63	3,20%
DICIEMBRE	147	154	4,80%
<b>Total anual</b>	<b>1.680</b>	<b>1.768,00</b>	<b>4,8%</b>

## Anexo 16 Ventas proyectadas

### PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS MERCADO - CANAL DE VENTAS 1 CON PROYECTO AÑO 2016 (en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	366	387	5,76%
FEBRERO	728	765	5,12%
MARZO	444	477	7,42%
ABRIL	362	378	4,48%
MAYO	184	196	6,27%
JUNIO	221	235	6,53%
JULIO	482	519	7,68%
AGOSTO	974	1.061	8,96%
SEPTIEMBRE	445	479	7,55%
OCTUBRE	218	229	4,86%
NOVIEMBRE	181	188	4,10%
DICIEMBRE	436	457	4,86%
<b>Total anual</b>	<b>5.041</b>	<b>5.371,00</b>	<b>6,13%</b>

### PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS MERCADO - CANAL DE VENTAS ONLINE CON PROYECTO AÑO 2016 (en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	129	136	5,76%
FEBRERO	257	270	5,12%
MARZO	157	169	7,42%
ABRIL	129	135	4,48%
MAYO	63	67	6,27%
JUNIO	77	82	6,53%
JULIO	167	180	7,68%
AGOSTO	341	372	8,96%
SEPTIEMBRE	154	166	7,55%
OCTUBRE	77	81	4,86%
NOVIEMBRE	63	66	4,10%
DICIEMBRE	154	161	4,86%
<b>Total anual</b>	<b>1.768</b>	<b>1.885,00</b>	<b>6,13%</b>

### PROYECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIÓN Y VENTAS (AÑO) CON PROYECTO AÑO 2016 (en unidades)

Meses	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1	523
MES 2	1.035
MES 3	646
MES 4	513
MES 5	263
MES 6	317
MES 7	699
MES 8	1.433
MES 9	645
MES 10	310
MES 11	254
MES 12	618
<b>Total anual</b>	<b>7.256,00</b>

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS  
MERCADO - CANAL DE VENTAS 1  
CON PROYECTO AÑO 2017**  
(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	387	412	6,57%
FEBRERO	765	810	5,84%
MARZO	477	517	8,46%
ABRIL	378	397	5,11%
MAYO	196	210	7,15%
JUNIO	235	252	7,44%
JULIO	519	564	8,76%
AGOSTO	1.061	1.169	10,21%
SEPTIEMBRE	479	520	8,61%
OCTUBRE	229	242	5,54%
NOVIEMBRE	188	197	4,67%
DICIEMBRE	457	482	5,54%
<b>Total anual</b>	<b>5.371</b>	<b>5.772,00</b>	<b>7,0%</b>

**PROYECCIÓN GENERAL DE  
PRODUCCIÓN Y VENTAS (AÑO)  
CON PROYECTO AÑO 2017**  
(en unidades)

Meses	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1	557
MES 2	1.096
MES 3	700
MES 4	539
MES 5	282
MES 6	340
MES 7	760
MES 8	1.579
MES 9	700
MES 10	327
MES 11	266
MES 12	652
<b>Total anual</b>	<b>7.798,00</b>

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS  
MERCADO - CANAL DE VENTAS ONLINE  
CON PROYECTO AÑO 2017**  
(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	136	145	6,57%
FEBRERO	270	286	5,84%
MARZO	169	183	8,46%
ABRIL	135	142	5,11%
MAYO	67	72	7,15%
JUNIO	82	88	7,44%
JULIO	180	196	8,76%
AGOSTO	372	410	10,21%
SEPTIEMBRE	166	180	8,61%
OCTUBRE	81	85	5,54%
NOVIEMBRE	66	69	4,67%
DICIEMBRE	161	170	5,54%
<b>Total anual</b>	<b>1.885</b>	<b>2.026,00</b>	<b>7,0%</b>

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS  
MERCADO - CANAL DE VENTAS 1  
CON PROYECTO AÑO 2018**  
(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	412	441	7,03%
FEBRERO	810	861	6,25%
MARZO	517	564	9,05%
ABRIL	397	419	5,47%
MAYO	210	226	7,65%
JUNIO	252	272	7,96%
JULIO	564	617	9,37%
AGOSTO	1.169	1.297	10,92%
SEPTIEMBRE	520	568	9,21%
OCTUBRE	242	256	5,93%
NOVIEMBRE	197	207	5,00%
DICIEMBRE	482	511	5,93%
<b>Total anual</b>	<b>5.772</b>	<b>6.239,00</b>	<b>7,5%</b>

**PROYECCIÓN GENERAL DE  
PRODUCCIÓN Y VENTAS (AÑO)  
CON PROYECTO AÑO 2018**  
(en unidades)

Meses	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1	596
MES 2	1.165
MES 3	764
MES 4	569
MES 5	304
MES 6	367
MES 7	831
MES 8	1.752
MES 9	765
MES 10	346
MES 11	279
MES 12	691
<b>Total anual</b>	<b>8.429,00</b>

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS  
MERCADO - CANAL DE VENTAS ONLINE  
CON PROYECTO AÑO 2018**  
(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	145	155	7,03%
FEBRERO	286	304	6,25%
MARZO	183	200	9,05%
ABRIL	142	150	5,47%
MAYO	72	78	7,65%
JUNIO	88	95	7,96%
JULIO	196	214	9,37%
AGOSTO	410	455	10,92%
SEPTIEMBRE	180	197	9,21%
OCTUBRE	85	90	5,93%
NOVIEMBRE	69	72	5,00%
DICIEMBRE	170	180	5,93%
<b>Total anual</b>	<b>2.026</b>	<b>2.190,00</b>	<b>7,5%</b>

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS  
MERCADO - CANAL DE VENTAS 1  
CON PROYECTO AÑO 2019**

(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	441	474	7,52%
FEBRERO	861	919	6,69%
MARZO	564	619	9,68%
ABRIL	419	444	5,85%
MAYO	226	245	8,19%
JUNIO	272	295	8,52%
JULIO	617	679	10,03%
AGOSTO	1.297	1.448	11,68%
SEPTIEMBRE	568	624	9,85%
OCTUBRE	256	272	6,35%
NOVIEMBRE	207	218	5,35%
DICIEMBRE	511	543	6,35%
<b>Total anual</b>	<b>6.239</b>	<b>6.780,00</b>	<b>8,0%</b>

**PROYECCIÓN GENERAL DE  
PRODUCCIÓN Y VENTAS (AÑO)  
CON PROYECTO AÑO 2019**

(en unidades)

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS  
MERCADO - CANAL DE VENTAS ONLINE  
CON PROYECTO AÑO 2019**

(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	155	167	7,52%
FEBRERO	304	324	6,69%
MARZO	200	219	9,68%
ABRIL	150	159	5,85%
MAYO	78	84	8,19%
JUNIO	95	103	8,52%
JULIO	214	235	10,03%
AGOSTO	455	508	11,68%
SEPTIEMBRE	197	216	9,85%
OCTUBRE	90	96	6,35%
NOVIEMBRE	72	76	5,35%
DICIEMBRE	180	191	6,35%
<b>Total anual</b>	<b>2.190</b>	<b>2.378,00</b>	<b>8,0%</b>

Meses	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1	641
MES 2	1.243
MES 3	838
MES 4	603
MES 5	329
MES 6	398
MES 7	914
MES 8	1.956
MES 9	840
MES 10	368
MES 11	294
MES 12	734
<b>Total anual</b>	<b>9.158,00</b>

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS  
MERCADO - CANAL DE VENTAS 1  
CON PROYECTO AÑO 2020**  
(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	474	512	8,05%
FEBRERO	919	985	7,16%
MARZO	619	683	10,36%
ABRIL	444	472	6,26%
MAYO	245	266	8,76%
JUNIO	295	322	9,12%
JULIO	679	752	10,73%
AGOSTO	1.448	1.629	12,50%
SEPTIEMBRE	624	690	10,54%
OCTUBRE	272	290	6,79%
NOVIEMBRE	218	230	5,72%
DICIEMBRE	543	580	6,79%
<b>Total anual</b>	<b>6.780</b>	<b>7.411,00</b>	<b>8,6%</b>

**PROYECCIÓN GENERAL DE  
PRODUCCIÓN Y VENTAS (AÑO)  
CON PROYECTO AÑO 2020**  
(en unidades)

Meses	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1	692
MES 2	1.332
MES 3	925
MES 4	641
MES 5	357
MES 6	434
MES 7	1.012
MES 8	2.201
MES 9	929
MES 10	393
MES 11	310
MES 12	784
<b>Total anual</b>	<b>10.010,00</b>

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS  
MERCADO - CANAL DE VENTAS ONLINE  
CON PROYECTO AÑO 2020**  
(en unidades)

Meses	CANAL	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
ENERO	167	180	8,05%
FEBRERO	324	347	7,16%
MARZO	219	242	10,36%
ABRIL	159	169	6,26%
MAYO	84	91	8,76%
JUNIO	103	112	9,12%
JULIO	235	260	10,73%
AGOSTO	508	572	12,50%
SEPTIEMBRE	216	239	10,54%
OCTUBRE	96	103	6,79%
NOVIEMBRE	76	80	5,72%
DICIEMBRE	191	204	6,79%
<b>Total anual</b>	<b>2.378</b>	<b>2.599,00</b>	<b>8,6%</b>

## Anexo 17 Estados de pérdidas y ganancias mensuales

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>INGRESOS</b>													
<b>VENTAS HOTEL OCEAN BLUE</b>	<b>14.553,00</b>	<b>28.959,00</b>	<b>17.669,40</b>	<b>14.435,40</b>	<b>7.261,80</b>	<b>8.761,20</b>	<b>19.080,60</b>	<b>38.661,00</b>	<b>17.610,60</b>	<b>8.673,00</b>	<b>7.173,60</b>	<b>17.346,00</b>	<b>200.184,60</b>
INGRESO POR HOSPEDAJE	12.375,00	24.625,00	15.025,00	12.275,00	6.175,00	7.450,00	18.225,00	32.875,00	14.975,00	7.375,00	6.100,00	14.750,00	170.225,00
INGRESOS VARIOS	2.178,00	4.334,00	2.644,40	2.160,40	1.086,80	1.311,20	2.855,60	5.786,00	2.635,60	1.298,00	1.073,60	2.596,00	29.959,60
<b>COSTOS</b>	<b>1.663,20</b>	<b>3.309,60</b>	<b>2.019,36</b>	<b>1.649,76</b>	<b>829,92</b>	<b>1.001,28</b>	<b>2.180,64</b>	<b>4.418,40</b>	<b>2.012,64</b>	<b>991,20</b>	<b>819,84</b>	<b>1.982,40</b>	<b>22.876,24</b>
MATERIA PRIMA DIRECTA	1.079,10	2.147,30	1.310,18	1.070,58	538,46	649,64	1.414,82	2.866,70	1.305,82	643,10	531,92	1.286,20	14.843,62
MATERIAL INDIRECTO	584,10	1.162,30	709,18	579,38	291,46	351,64	765,82	1.551,70	706,82	348,10	287,92	696,20	8.032,62
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>12.889,80</b>	<b>25.649,40</b>	<b>15.650,04</b>	<b>12.785,64</b>	<b>6.431,88</b>	<b>7.759,92</b>	<b>16.899,96</b>	<b>34.242,60</b>	<b>15.597,96</b>	<b>7.681,80</b>	<b>6.353,76</b>	<b>15.363,60</b>	<b>177.306,36</b>
<b>GASTOS</b>	<b>10.972,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>10.972,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>10.972,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>10.872,72</b>	<b>130.872,64</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>													
PERSONAL ADMINISTRATIVO	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	2.456,85	29.482,20
SUMINISTROS Y SERVICIOS	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	1.353,00	16.236,00
DEPRECIACION	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	4.375,00	52.500,00
<b>VENTAS</b>													
PUBLICIDAD Y MARKETING	100,00			100,00			100,00			100,00			400,00
<b>PRODUCCION</b>													
PERSONAL OPERATIVO	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	2.687,87	32.254,44
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTIL. ANTES DE IMPUESTOS Y PARTIC. TRABAJ.	\$ 1.917,08	\$ 14.776,68	\$ 4.777,32	\$ 1.812,82	\$ (4.440,84)	\$ (3.112,80)	\$ 5.927,24	\$ 23.369,88	\$ 4.725,24	\$ (3.290,92)	\$ (4.518,96)	\$ 4.490,88	\$ 46.433,72
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJAD.	\$ 287,56	\$ 2.216,50	\$ 716,60	\$ 271,94	\$ (666,13)	\$ (466,92)	\$ 899,09	\$ 3.505,48	\$ 708,79	\$ (493,64)	\$ (677,84)	\$ 673,63	\$ 6.965,06
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 1.629,52	\$ 12.560,18	\$ 4.060,72	\$ 1.540,98	\$ (3.774,71)	\$ (2.645,88)	\$ 5.038,15	\$ 19.864,40	\$ 4.016,45	\$ (2.797,28)	\$ (3.841,12)	\$ 3.817,25	\$ 39.468,66
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 358,49	\$ 2.763,24	\$ 893,36	\$ 339,02	\$ (830,44)	\$ (582,09)	\$ 1.108,39	\$ 4.370,17	\$ 883,62	\$ (615,40)	\$ (845,09)	\$ 839,80	\$ 8.683,11
UTILIDAD NETA	\$ 1.271,03	\$ 9.796,94	\$ 3.167,36	\$ 1.201,96	\$ (2.944,27)	\$ (2.063,79)	\$ 3.929,76	\$ 15.494,23	\$ 3.132,83	\$ (2.181,88)	\$ (2.996,07)	\$ 2.977,45	\$ 30.785,55

## Anexo 18 Flujo de Caja sin proyecto

	PRECIO	\$ 24,00	\$ 25,00	\$ 27,00	\$ 28,00	\$ 29,00	\$ 30,00	\$ 31,00
Precio alimentos	\$ 4,40	\$ 4,61	\$ 4,80	\$ 5,00	\$ 5,20	\$ 5,41	\$ 5,62	
Costo de producción	\$ 3,36	\$ 3,52	\$ 3,67	\$ 3,82	\$ 3,97	\$ 4,13	\$ 4,29	
Udidades de Producción	6.475	6.809	7.136	7.479	7.845	8.253	8.690	
Inflacion	3,67%	4,87%	4,12%	4,07%	4,02%	3,96%	3,91%	
Tasa de crecimientmo		4,8%	4,8%	4,8%	4,8%	5,2%	5,3%	
		AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>INGRESOS</b>								
<b>VENTAS HOTEL OCEAN BLUE</b>		<b>183.890,00</b>	<b>201.614,49</b>	<b>226.924,80</b>	<b>246.807,00</b>	<b>268.299,00</b>	<b>292.238,73</b>	<b>318.227,80</b>
INGRESO POR HOSPEDAJE		155.400,00	170.225,00	192.672,00	209.412,00	227.505,00	247.590,00	269.390,00
INGRESO POR CONSUMO		28.490,00	31.389,49	34.252,80	37.395,00	40.794,00	44.648,73	48.837,80
<b>COSTOS</b>		<b>21.756,00</b>	<b>24.035,77</b>	<b>26.189,12</b>	<b>28.569,78</b>	<b>31.144,65</b>	<b>34.084,89</b>	<b>37.367,00</b>
COSTO DE ALIMENTOS		14.115,50	15.592,61	16.983,68	18.547,92	20.240,10	22.118,04	24.245,10
COSTO DE MANTENIMIENTO		7.640,50	8.443,16	9.205,44	10.021,86	10.904,55	11.966,85	13.121,90
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>		<b>162.134,00</b>	<b>177.578,72</b>	<b>200.735,68</b>	<b>218.237,22</b>	<b>237.154,35</b>	<b>258.153,84</b>	<b>280.860,80</b>
<b>GASTOS</b>		<b>130.872,64</b>	<b>134.688,90</b>	<b>138.074,82</b>	<b>141.557,98</b>	<b>145.137,86</b>	<b>148.806,63</b>	<b>152.572,03</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>								
PERSONAL ADMINISTRATIVO		29.482,20	30.917,98	32.191,80	33.502,01	34.848,79	36.228,80	37.645,35
SUMINISTROS Y SERVICIOS		16.236,00	17.026,69	17.728,19	18.449,73	19.191,41	19.951,39	20.731,49
DEPRECIACION		52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00
LICENCIAS		-	-	-	-	-	-	-
<b>VENTAS</b>								
PUBLICIDAD Y MARKETING		400	419	436	454	472	491	510
<b>PRODUCCION</b>								
PERSONAL OPERATIVO		32.254,44	33.825,23	35.218,83	36.652,24	38.125,66	39.635,44	41.185,19
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.		<b>31.261,36</b>	<b>42.889,82</b>	<b>62.660,86</b>	<b>76.679,24</b>	<b>92.016,49</b>	<b>109.347,21</b>	<b>128.288,77</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		4.689,20	6.433,47	9.399,13	11.501,89	13.802,47	16.402,08	19.243,32
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		26.572,16	36.456,35	53.261,73	65.177,35	78.214,02	92.945,13	109.045,45
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		5.845,88	8.020,40	11.717,58	14.339,02	17.207,08	20.447,93	23.990,00
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>20.726,28</b>	<b>28.435,95</b>	<b>41.544,15</b>	<b>50.838,33</b>	<b>61.006,94</b>	<b>72.497,20</b>	<b>85.055,45</b>
(+) DEPRECIACION		52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00	52.500,00
(+) VALOR RESIDUAL		-	-	-	-	-	-	-
<b>Flujo de caja</b>		<b>\$ 73.226,28</b>	<b>\$ 80.935,95</b>	<b>\$ 94.044,15</b>	<b>\$ 103.338,33</b>	<b>\$ 113.506,94</b>	<b>\$ 124.997,20</b>	<b>\$ 137.555,45</b>

## Anexo 19 Balance General

BALANCE PROYECTADO 2014					
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>		
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$	<b>73.226,28</b>	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$	<b>15.648,17</b>
CAJA		73.226,28			
INVENTARIO			<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$	975.292,49
			<b>TOTAL PASIVO</b>	\$	<b>990.940,66</b>
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$	<b>949.499,93</b>	<b>PATRIMONIO</b>	\$	<b>31.785,55</b>
Terreno		150.000,00	Capital	\$	1.000,00
Obras civiles (edificaciones)		649.999,93	Utilidad no distribuida ejercicios anteriores		
Equipos de Computacion		2.000,00	Resultado de ejercicio actual	\$	30.785,55
Muebles de Oficina		200.000,00			
(-) Depreciación acumulada		(52.500,00)			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$	<b>1.022.726,21</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$	<b>1.022.726,21</b>

BALANCE PROYECTADO 2015					
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>		
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$	<b>80.935,95</b>	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$	14.468,32
INVENTARIO		-			
BANCOS		80.935,95	<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$	903.217,63
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$	<b>896.999,93</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$	<b>917.685,95</b>
Terreno		150.000,00	<b>PATRIMONIO</b>	\$	<b>60.249,93</b>
Obras civiles (edificaciones)		649.999,93	Capital	\$	1.000,00
Equipos de Computacion		2.000,00	Utilidad no distribuida ejercicios anterior	\$	30.785,55
Muebles de Oficina		200.000,00	Resultado de ejercicio actual	\$	28.464,38
(-) Depreciación acumulada		(105.000,00)			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$	<b>977.935,88</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$	<b>977.935,88</b>

BALANCE PROYECTADO SIN PROYECTO 2016					
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>		
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$	<b>94.044,15</b>	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$	21.092,40
INVENTARIO		-			
BANCOS		94.044,15	<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$	815.705,41
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$	<b>844.499,93</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$	<b>836.797,81</b>
Terreno		150.000,00	<b>PATRIMONIO</b>	\$	<b>101.746,27</b>
Obras civiles (edificaciones)		649.999,93	Capital	\$	1.000,00
Equipos de Computacion		2.000,00	Utilidad no distribuida ejercicios anterior	\$	59.249,93
Muebles de Oficina		200.000,00	Resultado Ejercicio Actual	\$	41.496,34
(-) Depreciación acumulada		(157.500,00)			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$	<b>938.544,08</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIC</b>	\$	<b>938.544,08</b>

BALANCE PROYECTADO CON PROYECTO 2016					
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>		
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$	<b>90.761,70</b>	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$	18.938,97
INVENTARIO		-			
BANCOS		90.761,70	<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$	817.479,66
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$	<b>843.166,60</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$	<b>836.418,63</b>
Terreno		150.000,00	<b>PATRIMONIO</b>	\$	<b>97.509,67</b>
Obras civiles (edificaciones)		649.999,93	Capital	\$	1.000,00
Equipos de Computacion		2.000,00	Utilidad no distribuida ejercicios anteriores	\$	59.249,93
Muebles de Oficina		200.000,00	Resultado Ejercicio Actual	\$	37.259,74
(-) Depreciación acumulada		(158.833,33)			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$	<b>933.928,30</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$	<b>933.928,30</b>

<b>BALANCE PROYECTADO SIN PROYECTO 2017</b>			
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 103.338,33		<u>PASIVO CIRCULANTE</u> \$ 25.790,32
INVENTARIO	-		
BANCOS	103.338,33		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u> \$ 717.062,87
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 791.999,93		
Terreno	150.000,00		<b>TOTAL PASIVOS</b> \$ 742.853,19
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93		
Equipos de Computacion	2.000,00		
Muebles de Oficina	200.000,00		<b>PATRIMONIO</b> \$ 152.485,07
(-) Depreciación acumulada	(210.000,00)		Capital \$ 1.000,00
			Utilidad no distribuida ejercicios anteriores \$ 100.746,27
			Resultado Ejercicio Actual \$ 50.738,80
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 895.338,26</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 895.338,26</b>

<b>BALANCE PROYECTADO CON PROYECTO 2017</b>			
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 104.086,65		<u>PASIVO CIRCULANTE</u> \$ 25.543,54
INVENTARIO	-		
BANCOS	104.086,65		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u> \$ 720.113,39
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 789.333,27		
Terreno	150.000,00		<b>TOTAL PASIVOS</b> \$ 745.656,93
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93		
Equipos de Computacion	2.000,00		
Muebles de Oficina	200.000,00		<b>PATRIMONIO</b> \$ 147.762,99
(-) Depreciación acumulada	(212.666,66)		Capital \$ 1.000,00
			Utilidad no distribuida ejercicios anteriores \$ 96.509,67
			Resultado Ejercicio Actual \$ 50.253,32
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 893.419,92</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 893.419,92</b>

<b>BALANCE PROYECTADO SIN PROYECTO 2018</b>			
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 113.506,94		<u>PASIVO CIRCULANTE</u> \$ 30.903,53
INVENTARIO	-		
BANCOS	113.506,94		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u> \$ 608.819,92
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 739.499,93		
Terreno	150.000,00		<b>TOTAL PASIVOS</b> \$ 639.723,45
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93		
Equipos de Computacion	2.000,00		<b>PATRIMONIO</b> \$ 213.283,42
Muebles de Oficina	200.000,00		Capital \$ 1.000,00
(-) Depreciación acumulada	(262.500,00)		Utilidad no distribuida ejercicios anteriores \$ 151.485,07
			Resultado Ejercicio Actual \$ 60.798,35
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 853.006,87</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 853.006,87</b>

<b>BALANCE PROYECTADO CON PROYECTO 2018</b>			
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 119.484,48		<u>PASIVO CIRCULANTE</u> \$ 33.819,45
INVENTARIO	-		
BANCOS	119.484,48		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u> \$ 608.200,31
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 736.833,27		
Terreno	150000		<b>TOTAL PASIVOS</b> \$ 642.019,76
Obras civiles (edificaciones)	649999,93		
Equipos de Computacion	2000		<b>PATRIMONIO</b> \$ 214.297,99
Muebles de Oficina	200000		Capital \$ 1.000,00
(-) Depreciación acumulada	(265.166,66)		Utilidad no distribuida ejercicios anteriores \$ 146.762,99
			Resultado Ejercicio Actual \$ 66.535,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 856.317,75</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 856.317,75</b>

<b>BALANCE PROYECTADO SIN PROYECTO 2019</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 124.997,20	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 36.710,76
INVENTARIO	-		
BANCOS	124.997,20	<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$ 489.779,68
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 686.999,93	<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 526.490,44
Terreno	150.000,00		
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93	<b>PATRIMONIO</b>	\$ 285.506,69
Equipos de Computacion	2.000,00	Capital	\$ 1.000,00
Muebles de Oficina	200.000,00	Utilidad no distribuida ejercicios anterior:	\$ 212.283,42
(-) Depreciación acumulada	(315.000,00)	Resultado Ejercicio Actual	\$ 72.223,27
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 811.997,13	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 811.997,13

<b>BALANCE PROYECTADO CON PROYECTO 2019</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 137.320,73	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 43.113,93
INVENTARIO	-		
BANCOS	137.320,73	<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$ 479.421,49
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 684.333,27	<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 522.535,42
Terreno	150000		
Obras civiles (edificaciones)	649999,93	<b>PATRIMONIO</b>	\$ 299.118,58
Equipos de Computacion	2000	Capital	\$ 1.000,00
Muebles de Oficina	200000	Utilidad no distribuida ejercicios anteriores	\$ 213.297,99
(-) Depreciación acumulada	(317.666,66)	Resultado Ejercicio Actual	\$ 84.820,59
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 821.654,00	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 821.654,00

<b>BALANCE PROYECTADO SIN PROYECTO 2020</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 137.555,45	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 43.057,35
INVENTARIO	-		
BANCOS	137.555,45	<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$ 358.782,07
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 634.499,93	<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 401.839,42
Terreno	150.000,00		
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93	<b>PATRIMONIO</b>	\$ 370.215,96
Equipos de Computacion	2.000,00	Capital	\$ 1.000,00
Muebles de Oficina	200.000,00	Utilidad no distribuida ejercicios anterior:	\$ 284.506,69
(-) Depreciación acumulada	(367.500,00)	Resultado Ejercicio Actual	\$ 84.709,27
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 772.055,38	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 772.055,38

<b>BALANCE PROYECTADO CON PROYECTO 2020</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	\$ 159.107,19	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	\$ 54.188,05
INVENTARIO	-		
BANCOS	159.107,19	<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	\$ 331.026,50
<u>ACTIVO FIJO</u>	\$ 631.833,27	<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 385.214,55
Terreno	150.000,00		
Obras civiles (edificaciones)	649.999,93	<b>PATRIMONIO</b>	\$ 405.725,91
Equipos de Computacion	2.000,00	Capital	\$ 1.000,00
Muebles de Oficina	200.000,00	Utilidad no distribuida ejercicios anteriores	\$ 298.118,58
(-) Depreciación acumulada	(370.166,66)	Resultado Ejercicio Actual	\$ 106.607,33
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 790.940,46	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 790.940,46