



The top section of the page features a large, light blue world map. Overlaid on the map is the AIU logo, which consists of a stylized globe icon to the left of the letters "AIU" in a bold, gold-colored serif font. Below "AIU" is the text "Atlantic International University" in a smaller, black sans-serif font. A horizontal line runs across the map, with three circular globe icons of varying sizes placed along it, each showing a different view of the Earth.

AIU se une a la Iniciativa de "Acceso Abierto" A través de la iniciativa de Acceso Abierto, AIU y otras instituciones a nivel mundial, planean derrumbar los muros que existen actualmente en el acceso a la información y a trabajos de Investigación.

Student Publications

AIU esta interesado en la diseminación de avances realizados en la investigación científica, lo cual es de suma importancia para la operación efectiva de una sociedad moderna. La Visión y Misión de AIU, son consistentes con la visión expresada en la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest y con la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al conocimiento en las Ciencias y Humanidades Estamos verdaderamente complacidos, de pode hacer esta contribución a la comunidad global.

AIU sabe el valor que el conocimiento y el entendimiento, y espera que esta nueva iniciativa, pueda tener una gran repercusión en las vidas de nuestros estudiantes, y noestudiantes alrededor del mundo, quienes tienen la inclinación natural hacia la búsqueda de nuevo conocimiento.

Para ver más información acerca de esta Iniciativa, por favor sírvase a seguir el siguiente link:
<http://www.aiu.edu/spanish/StudentPublications.html>.



The bottom left corner of the page features a smaller version of the AIU logo, including the stylized globe icon, the letters "AIU", and the text "Atlantic International University" below it. Underneath the logo is the website address "www.aiu.edu" in a black sans-serif font.

ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY
SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS



Creación de un Centro de Convenciones en el municipio de Dolores, Petén

María Elena López Quiroa

Guatemala, 01 de julio de 2009

ABSTRACT

El presente proyecto tuvo como objetivo general establecer la factibilidad de la creación de un centro de convenciones en el municipio de Dolores, Petén.

El contenido está conformado con una localización de fondo que contiene antecedentes, marco teórico conceptual que sirven como soporte a la investigación.

El estudio de mercado se llevó a cabo en los 12 municipios que conforman el departamento de Petén, el cual indica que existe una demanda insatisfecha del servicio, ya que no cuentan con un lugar apropiado para realizar actividades educativas, capacitaciones, congresos, seminarios y actividades sociales, se estima que la demanda aumentará en un 6.7%.

De los resultados se obtuvo que el 62% de los encuestados realizan 3 a 4 eventos en el año, y a un 94% les gustaría una nueva opción con “todo incluido”, que comprende: alquiler de local, alimentación, hospedaje, transporte, paseo a los sitios arqueológicos y guía de turismo, con atención de buena calidad y a un precio accesible. Además, se tendrá los servicios independientes para poder brindar al cliente opciones de acuerdo a sus necesidades.

En el estudio técnico y administrativo se establece la formación de la empresa, los empleados, la inversión, la estructura física y demás indicadores que van a ser de utilidad para el proyecto.

.La empresa iniciará operaciones absorbiendo un 38% del total de demanda potencial insatisfecha para los servicios ofrecidos

Esto conlleva a una inversión inicial de Q. 4,182,635.00 la cual estará distribuida con financiamiento por medio de préstamo bancario (60%) y (40%) , capital de los inversionistas.

El proyecto genera un valor presente neto (VPN) en términos financieros de

Q 337,037.52 para un período de 5 años de operaciones.

Al aplicar métodos económicos y financieros con una tasa de retorno del 48%, la cual hace aceptable el mismo porque es mayor que el TREMA, indicado por otro lado la relación beneficio costo, la cual es de 1.30 y como es mayor que uno es aceptable.

Las características descritas anteriormente demuestran la viabilidad del proyecto, desde el punto de vista del inversionista y del país; razón por la cual se recomienda la ejecución del mismo.

CONTENIDO

ABSTRACT		i
1. INTRODUCCIÓN		1
CAPÍTULO 2. INFORMACIÓN DEL PROYECTO		
2.1 Antecedentes		3
2.2 Problema	7	
2.2.1 Árbol de problemas		8
2.2.2 Árbol de objetivos		9
2.2.3 Análisis de opciones de solución		10
2.3 Objetivos		11
2.3.1 General	11	
2.3.2 Específicos		11
2.4 Justificación del proyecto	12	
2.5 Marco teórico conceptual	14	
2.6 Resumen	18	
CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE MERCADO		
3.1 El servicio en el mercado	19	
3.1.1 Definición del servicio	19	
3.1.2 Servicio principal y subproductos		19
3.1.3 Servicios sustitutos o similares	20	

3.1.4 Servicios complementarios	20
3.2 El área del mercado	20
3.2.1 Población consumidora, actual y futura	20
3.2.2 Estructura de la población por grupos, edades, segmentos	21
3.2.3 Tasas de crecimiento de la población	22
3.2.4 Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento	23
3.2.5 Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso	24
3.3 Investigación de mercado	25
3.3.1 Presentación de los resultados de las encuestas.	25
3.3.2 Comportamiento de la Demanda	39
3.3.2.1 Situación actual; series estadísticas básicas, Estimación de la demanda actual, distribución Espacial y tipología del consumidor	39
3,3,2.2 Características teóricas de la demanda, Coeficiente de crecimiento histórico, índices Básicos y curvas de la demanda	40
3.3.2.3 Situación futura: proyección de la demanda	45
Extrapolación de la tendencia histórica	45
Análisis de los factores condicionantes de la Demanda futura	45
Estimación de la demanda que atenderá el Proyecto	46
3.3.3 Comportamiento de la Oferta	46

3.3.4 Comportamiento de los Precios	49
3.3.5 Análisis de la Comercialización	50
3.4 Resumen	52
CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO	
4.1 Tamaño	54
4.1.1 Capacidad del proyecto	54
4.1.2 Factores condicionantes del tamaño	55
4.1.3 Justificación del tamaño	55
4.2 Localización	56
4.2.1 Macro localización	56
4.2.2 Micro localización	57
4.2.3 integración en el medio	57
4.2.4 Con relación a las características geográficas del terreno	58
4.2.5 Distancias y costos de transporte	58
4.3 Proceso principal del Proyecto	59
4.3.1 Descripción general del proceso	59
4.3.2 Insumos principales, secundarios y alternativos	60
4.3.3 Residuos generados en el proceso	61
4.3.4 Identificación y descripción de las etapas del proceso	61
4.3.5 Flujo grama del proceso total	61
4.3.6 Descripción de las instalaciones, equipos y personal	61
4.3.7 Capacidad Ociosa	63

4.3.8 Instalaciones con capacidad de expansión	63
4.3.9 Expansión por cambios tecnológicos	63
4.4 Obras físicas	64
4.4.1 Inventario y especificación de las obras	64
4.4.2 Dimensiones de las obras	66
4.4.3 Requisitos de las obras	68
4.4.4 Costos unitarios de los elementos de la obra	69
4.4.5 Costos totales de las obras	69
4.5 Organización	69
4.5.1 para la ejecución de la obra	69
4.6 Calendario	73
4.6.1 Fase de Pre-inversión	74
4.6.2 Negociación del proyecto	74
4.6.3 Ejecución del proyecto	74
4.6.4 Operación del proyecto	75
4.7 Resumen	75

CAPÍTULO 5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

5.1 Estructura Administrativo-Legal	77
5.1.1 Marco Legal del Proyecto	77
5.1.2 Régimen Tributario	79
5.2 Planteamiento de la Organización técnico funcional	80
5.3 Estructura Administrativa	80

5.3.1 Descripción y perfil de puestos	86
5.3.2 Organigrama General	87
5.4 Planteamiento del sistema general de control	88
5.5 Resumen	89

CAPÍTULO 6. ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL

6.1 Descripción del entorno biótico y abiótico	90
6.1.2 Identificación del impacto ambiental	91
6.2 Desechos y residuos	94
6.3 Manejo ambiental del proyecto	94
6.4 Identificación del impacto ambiental	94
6.5 Plan de seguridad industrial	94
6.6 Resumen	95

CAPÍTULO 7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1 Análisis de Costos	96
7.1.1 Costo total de la inversión	96
7.1.2 Costo total de la operación	98
7.1.3 Clasificación de los rubros en costos en fijos y variables	99
7.2 Análisis de Ingresos	100
7.2.1 Venta de productos y subproductos	100
7.2.2 Otros ingresos	100
7.2.3 Proyección de ingresos totales por año	101

7.3 Recursos financieros para la inversión	101
7.3.1 Calendario de las inversiones	101
7.3.2 Necesidades de capital de trabajo	102
7.3.3 Estructura y fuentes de financiamiento	102
7.3.4 Programa de financiamiento externo requerido; Necesidades totales de capital Externo para cubrir la inversión.	102
7.4 Punto de equilibrio (unidades y valores)	102
7.5 Estados financieros proyectados a 5 años	103
7.5.1 Flujo de efectivo proyectados	103
7.5.2 Estado de resultados	103
7.5.3 Balance General proyectado	105
7.5.4 Apalancamiento financiero (estimar)	106
7.6 Evaluación Económica	106
7.6.1 Flujo neto de fondos proyectados	106
7.6.1.1 Cálculo de TREMA	107
7.6.2 Valor actual neto (VAN o VPN)	107
7.6.3 Tasa Interna de retorno (TIR)	108
7.6.4 Relación beneficio / costo (RBC)	108
7.6.5 Período de Recuperación de la inversión (PRI)	109
7.6.6 Otros que consideren necesarios	109
7.7 Evaluación social del proyecto (Impacto Social)	109
7.9 Resumen	110

CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES	113
BIBLIOGRAFÍA	114
ANEXOS	118
GLOSARIO	124



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de factibilidad, tiene como tema central realizar un estudio de mercado, técnico y económico acerca de la creación de un Centro de Convenciones, en el municipio de Dolores, Petén. Para su desarrollo fue necesario abordar los siguientes capítulos: El Marco Conceptual que se refiere a los antecedentes del problema, la importancia o justificación de esta investigación, el planteamiento del problema a investigar, así como el alcance y los límites de este problema.

El Marco Teórico que aborda los temas que dan fundamento a la investigación. El Estudio de Mercado que contiene los resultados de la encuesta con su análisis e interpretación, eso permitió considerar la demanda y comportamiento del mercado, en relación a precios, comercialización y definición del servicio.

El Estudio Técnico, con el que se determina la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto, así como lo relacionadazo con el tamaño, alcance, capacidad del servicio y localización, finalmente se presenta el estudio económico, que comprende el análisis de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto y la evaluación económica financiera que determina la viabilidad del proyecto.

La metodología utilizada fue a través de fuentes primarias y secundarias, de tipo bibliográfico y de campo, se utilizó herramientas de investigación como Internet, consultas a profesionales de diferentes ramas, solicitud de información a Organismos Gubernamentales y no Gubernamentales ONG, instituciones nacionales y un estudio exploratorio para el análisis de la demanda.

En la recopilación de la información se encontró con el obstáculo de que no existe suficiente material correspondiente a este tema, en nuestro país. La bibliografía no es muy extensa, por lo tanto, para realizar su forma de organización se utilizó como referencia información de los hoteles y restaurantes del área de Petén. En la investigación de campo, la obtención de los datos más importantes no fue posible debido a que las empresas investigadas no proporcionaron la información requerida por considerarse de carácter confidencial.

Todos los anteriores aspectos fueron investigados a luz de un estudio de pre-factibilidad, pues la naturaleza de la investigación se encuentra entre la identificación de una oportunidad de negocio inicial (idea) y un estudio de factibilidad, donde se detallan aquellas particularidades que servirán como referencia preliminar a fin de identificar opciones de partidas viables y convenientes para el desarrollo del país, sobre todo, aquellos que se enmarcan en las dimensiones de la pequeña y mediana empresa, que son los que tienen más posibilidad de llevarse a la práctica.

La idea de crear un Centro de Convenciones, es un proyecto real y surge a través de la inquietud de realizar una inversión en el Departamento de Petén, concretamente en el Municipio de Dolores, con el objetivo de crear un negocio que genere utilidades a través del mismo. La idea de invertir en un Centro de Convenciones surgió al tener la oportunidad de adquirir un terreno en propiedad, ubicado en el Municipio de Dolores, que reúne las condiciones necesarias para llevar a cabo el proyecto.

CAPÍTULO II

INFORMACIÓN DEL PROYECTO

2.1. Antecedentes

Tomas Cook, el inglés que hace un hito muy importante en el desarrollo de la empresa turística, es también el pionero del turismo de congresos y convenciones. En el año 1841 aprovechando la organización de una importante convención de abstemios, dirigió el desplazamiento de 500 participantes, desde Leicester a Loughborough, el cual marcó el inicio oficial del negocio de los viajes en grandes grupos.

Entre los factores que contribuyeron al desarrollo del turismo de congresos y convenciones están los siguientes:

- Desarrollo tecnológico de los medios de transportación
- Crecimiento de los negocios internacionales
- Interés por obtener niveles educativos más altos
- Incremento del ingreso real *per cápita*
- Incremento en el número de profesionales de turismo, con mejores conocimientos del mercado
- Deseo por mantener el trabajo y el placer (actividades turísticas que involucran los eventos de este tipo) en una misma línea.
- Crecimiento de las corporaciones multinacionales y empresas con representación en diferentes ciudades.
- Necesidad por mantenerse actualizado en las diferentes ramas profesionales
- Interés de los gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas por desarrollar el turismo de congresos.

El incremento de las oportunidades del mercado y los beneficios que produce el negocio de los encuentros internacionales, originó los siguientes resultados.

- Promoción dirigida al exterior, a través de establecimientos de oficinas de venta y buró de convenciones.
- Provisión de una amplia variedad de servicios y asistencia para organizaciones de congresos.
- Autogeneración de eventos, a través de la planificación de reuniones.
- Desarrollo del mercado corporativo, es decir, apoyo de las empresas turísticas para impulsar esta actividad.
- Construcción de nuevos centros de convenciones, auditorios, salas de eventos y exhibiciones más grandes y sofisticadas, al igual que remodelaciones en las instalaciones de los hoteles.

La importancia de las instalaciones para este tipo de eventos comienza a ser reconocida a mediados del Siglo XX en Europa, cuando se fundaron los Palacios de Congresos y Convenciones, los cuales se unen para defender intereses comunes, dando origen a los Centros Nacionales y posteriormente la *Federación Européene des villes des congrés*.

La primera ola de construcción de centros de convenciones entre 1950 y 1970 tuvo lugar en ciudades como: Copenhague, Bruselas, Berlín, Helsinki, Nairobi, Seúl, Belgrado, La Habana, Caracas, entre otros.

El número de centros de convenciones fue acrecentándose en todo el mundo. Surgiendo la necesidad de agruparse con el fin de intercambiar criterios, estudiar problemas administrativos y establecer estándares de calidad. Esto dio origen a agrupaciones como: La Asociación Internacional de Palacios de Convenciones (AIPC) con sede en Cannes – Francia y la Asociación Internacional de Centros de Conferencias ICCA en Estados Unidos.

Del problema a resolver

Petén ha sido tradicionalmente una ciudad hospitalaria, donde el visitante encuentra diversas ventajas que lo motivan a trasladarse a ella y seleccionarla para viajes de negocios o disfrute del tiempo libre. La ciudad presenta una clara estructura físico-espacial que permite la fácil ubicación en cualquier punto del área desarrollada. Petén se caracteriza por tener hoteles de alta calidad, instalaciones deportivas y otros servicios característicos de las principales ciudades del país, así como la representación de numerosos entes sociales, políticos, económicos, gremiales y culturales de la región.

También la importante representación de los gremios médicos, de ingenieros, abogados, ambientalistas, así como las instituciones de educación superior, tales como: Universidad de San Carlos de Guatemala, Universidad Mariano Gálvez, Universidad Rural, Universidad Galileo, quienes por su labor de docencia e investigación tienen un alcance regional; sin embargo, no cuentan con la infraestructura que les permita albergar a los estudiantes en condiciones adecuadas y de accesibilidad, la única que cuenta con infraestructura propia es la Universidad de San Carlos de Guatemala. Ubicada en la cabecera departamental. (datos proporcionados por Municipalidad de Flores, Petén).

Por otra parte, existen alrededor de 150 Organizaciones de la Sociedad Civil, que accionan en todo el departamento en su mayoría de tipo ambientalistas, debido a los recursos naturales que cuenta este departamento, otros se dedican a la educación, salud, infraestructura y al desarrollo comunitario, de igual manera, existen organizaciones privadas así como dependencias gubernamentales, quienes han atraído a numerosos inversionistas, creando las necesidades inherentes a la actividad, como eventos sociales, culturales, conferencias, reuniones, cursos de actualización, exposiciones de productos, desarrollo de las comunicaciones y todo tipo de actividad de atención a los clientes y al crecimiento profesional de las empresas. (datos proporcionados por el señor Hilario Lambrech, Director de ASINDES ONG, entrevista realizada el día 20 de enero de 2009).

Petén es el departamento más grande en extensión territorial de Guatemala y se encuentra a 500 kms. de la ciudad capital, está dividido por 12 municipios, según estimaciones de población establecidas en el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística INE, en el 2002, la población total asciende a 366,735 habitantes de los cuales, 187,22 son de sexo masculino y 179,507 de sexo femenino.

La mayor concentración de su población se encuentra localizada en un 60% en los municipios del área sur, Poptún, Dolores y San Luís, lo que en cifras representa 116,802 habitantes esto se debe a que estos municipios se constituyen como polos de atracción para los inmigrantes, (datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística INE, con base al XI censo de Población y VI de habitación 2002).

Por otro lado, se ha seleccionado el municipio de Dolores para realizar el proyecto de prefactibilidad, ya que se encuentra a 78 kms. Al sudeste de la cabecera departamental y 420 kilómetros de la ciudad capital, limita al norte con el Municipio de Flores, Santa Ana y Melchor de Mencos. Al oeste y poniente colinda con el Municipio de San Francisco y Sayaxché. Se visualiza la posibilidad de crear un Centro de Convenciones en esa área, por ser uno de los lugares vírgenes que aún no se ha explotado y que cuenta con una gran riqueza arqueológica precolombina en cuanto a explotación se refiere.

2.2 Problema

En el municipio de Dolores, Petén, cuenta con una gran cantidad de organizaciones tanto gubernamentales y no gubernamentales, así también con instituciones educativas y con un elevado número de población, es por ello que se ha evaluado la necesidad contar con un lugar

cómodo, agradable y de precios accesibles para la celebración de eventos de tipo cultural, científicos como: congresos, seminarios, talleres de capacitación y actividades sociales como bodas, cumpleaños, primeras comuniones, ya que el municipio no cuenta con un lugar destinado para éste tipo de servicio, y los sitios comúnmente utilizados para dichas actividades son los restaurantes, cafeterías, el salón parroquial o municipal y en otros casos centros educativos, que se encuentran fuera del municipio, aunado a que no llenan las expectativas del usuario.

Debido a la escasez de lugares que ofrecen este servicio, es difícil encontrar disponibilidad, de los pocos existentes, que se localizan en otros municipios y los precios en los sitios exclusivos que se encuentran en la Isla de Flores son muy elevados, por lo que contar con una nueva opción que ofrezca todos los servicios necesarios para la realización de reuniones de alto nivel, requiere que sus instalaciones cuenten con salones amplios para congresos, conferencias, reuniones, eventos sociales y culturales, que tengan seguridad, que brinden hospedaje, servicio audiovisual, Internet y un amplio parqueo, resulta atractivo.

2.2.1 Árbol de problemas

Tabla 1. Árbol de problemas

Efectos



DEMANDA INSATISFECHA DE INSTALACIONES APROPIADAS PARA REALIZAR CONVENCIONES Y EVENTOS SOCIALES EN EL MUNICIPIO DE DOLORES, PETÉN

CRECIMIENTO EN EL MERCADO

DEFICIENCIAS EN LA INFRAESTRUCTURA Y UBICACIÓN NO ADECUADA PARA REALIZAR EVENTOS

EN EL MUNICIPIO DE DOLORES SON POCOS LOS LUGARES QUE SE PUEDEN UTILIZAR PARA ESTE FIN, SINO EN FLORES TIENEN QUE IR A EFECTUAR SUS EVENTOS, INSEGURIDAD, TIEMPO Y

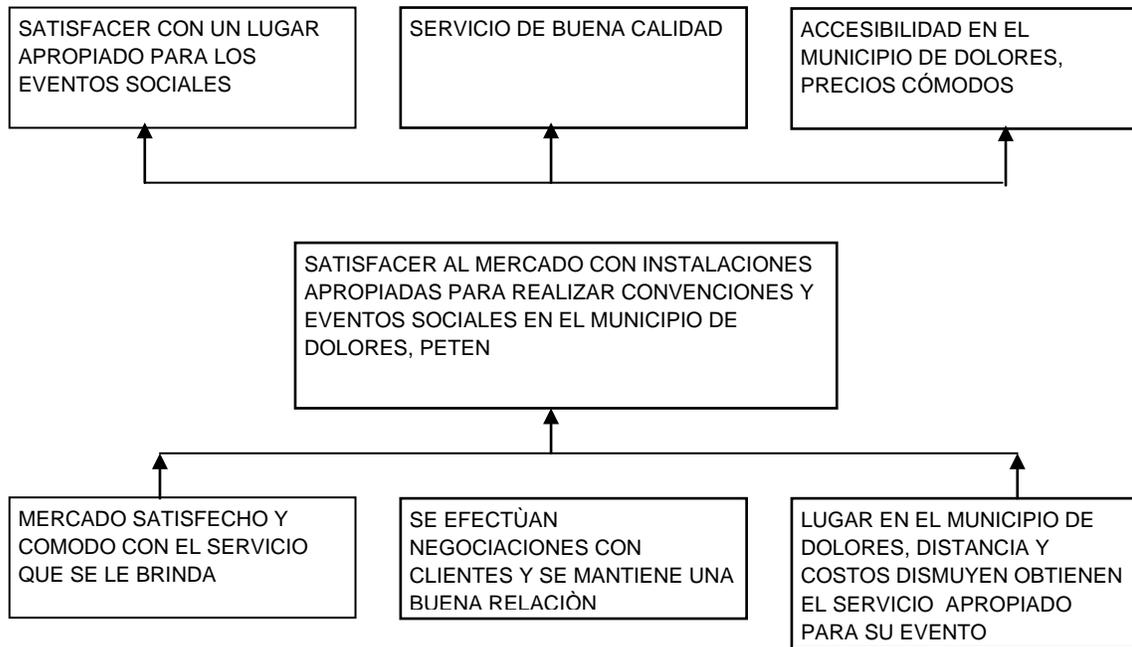
Causas

Como se indica, la demanda insatisfecha de instalaciones, cómodas, accesibles y apropiadas para realizar eventos de capacitación, seminarios, congresos eventos sociales y culturales, afecta al mercado meta con una mala calidad en el servicio, los lugares que pueden utilizarse para este fin se encuentran ocupados, ya que por causa de que las organizaciones buscan capacitar a su personal, realizar convenciones, y demás eventos sociales crece el mercado y la demanda insatisfecha es cada vez más grande. Como las deficiencias al usuario del servicio, en el sentido de incremento en los precios, mala calidad de los servicios y por otro lado, las instalaciones provocan inseguridad física y de salud para los clientes.

2.2.2 Árbol de objetivos

Tabla 2. Árbol de objetivos

Efecto



Causa

Como se indica el objetivo del proyecto es satisfacer al mercado con instalaciones, cómodas, accesibles y apropiadas para realizar convenciones y eventos sociales en el Municipio de Dolores, Petén, al ofrecer un servicio de buena calidad y efectuar negociaciones con empresas para que realicen capacitaciones a su personal, y demás actividades que puedan realizar, un lugar cómodo, accesible que ofrezca a los clientes solventar las necesidades de alimentación, servicio de Internet, entre otros servicios que el cliente solicite.

2.2.3 Análisis de opciones de solución

a. Un lugar de hospedaje en el Municipio de Dolores, Petén

Ventajas

- Un lugar que brinde hospedaje y alimentación a los visitantes

Desventajas

- El turismo y las visitas es cíclico, en ocasiones puede disminuir el hospedaje
- Mayor inversión en la construcción del hospedaje

b. Crear un Centro de Convenciones en el Municipio de Dolores, Petén

Ventajas

- Este lugar será adecuado de manera que ofrezca al mercado local un ambiente agradable y cómodo para la realización de sus eventos, ya sea de capacitación, seminarios, congresos, de carácter social y/o cultural.
- Los precios ofrecidos serán accesibles, en comparación con otras ofertas.
- Se ofrecerán servicio de hospedaje, alimentación con varios menús,
- Amplio parqueo, seguridad, servicio audiovisual e Internet.

Desventajas

- El mercado meta está acostumbrado a utilizar los mismos lugares

Se tomó la decisión del Centro de Convenciones porque es la más viable y es base para la estrategia de mercadeo y promoción del proyecto.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo general

Realizar un estudio de pre-factibilidad técnico y económico para la creación de un Centro de Convenciones en el Municipio de Dolores, Petén

2.3.2 Objetivos específicos

- 2.3.2.1** Determinar la demanda insatisfecha presente en el mercado meta, a fin de definir la estrategia de participación en dicho mercado, según la oferta, el precio y los canales de comercialización del mismo.
- 2.3.2.2** Establecer el tamaño, la localización y la capacidad técnica del proyecto para satisfacer la demanda del servicio, incluyendo la descripción y organización del proceso de producción y operación del proyecto.
- 2.3.2.3** Identificar la estructura y el marco legal del proyecto, su estructura administrativa y la descripción y perfil de los puestos de trabajo que serán utilizados para la operación del proyecto.
- 2.3.2.4** Evaluar la viabilidad del proyecto; aplicando los métodos económicos y financieros generalmente aceptados y relacionados con la tasa interna de retorno, valor presente neto, la relación de costo beneficio, el tiempo de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio

2.4 Justificación

Generalmente, cuando las actividades científicas y/o sociales son realizadas en restaurantes o cualquier otro sitio utilizado para este fin, no hay separación entre el espacio de la actividad y la del servicio de restaurante, por lo que la comunicación se torna difícil, hay interferencia, se pierde la atención y/o concentración en el caso de ser un evento de capacitación y las personas regresan incomodas y hasta con problemas de salud.

Del análisis de la región; y con base a la experiencia y conocimiento del área, las poblaciones circundantes al Municipio de Dolores, no cuentan con opciones para atender este tipo de servicios, lo que motiva a realizar una investigación de mercado para obtener datos reales de la demanda insatisfecha y determinar la factibilidad del proyecto.

En el Municipio de Dolores existen seis establecimientos educativos de nivel público y tres colegios privados, un salón parroquial y un salón municipal, en el caso de restaurantes solo hay 1 y 2 cafeterías; quienes lo único que ofrecen es el salón y la alimentación. Cuando se trata de establecimientos educativos, municipales o parroquiales solamente ofrecen el salón, y la alimentación se adquiere con otro proveedor, lo cual tiene como efecto incomodidad, molestia, e incremento en el gasto.

Los usuarios generalmente buscan un lugar que cuente con todos los servicios necesarios, por lo que resulta atractivo para ellos la idea de contar con un Centro de Convenciones en donde puedan realizar sus eventos científicos, sociales y culturales.

El Departamento de Petén es reconocido como un departamento que posee una gran riqueza arqueológica, así como recursos naturales, y que lo ha convertido en uno de los lugares más visitados por turismo nacional e internacional, ésto ha permitido el desarrollo de distintas actividades para ofrecer a los visitantes una amplia variedad de escenarios comerciales, académicos, sociales y culturales. La ventaja es que la ubicación geográfica que posee es envidiable, facilita el viaje, con un promedio de una hora vía aérea, a quienes manifiesten el interés ya sea de otro país cercano o de la región.

El Departamento de Petén en los últimos ocho años (2000 al 2008) ha tenido un crecimiento, en lo que ha desarrollo económico se refiere, situación que en décadas pasadas no sucedía, sin lugar a dudas, es una importante carta de presentación de la inmensa región del norte de nuestro país. El aspecto más importante en cuanto al crecimiento de turismo nacional e internacional se refiere, es la nueva autopista finalizada en enero del 2000. Esta autopista ha generado una gran cantidad de visitantes nacionales y extranjeros para disfrutar de la riqueza arqueológica y ecológica que posee.

Actualmente, existen en las universidades de Guatemala nuevas carreras con énfasis en ecología. Estos estudiantes pueden ser un mercado potencial para el proyecto. Durante los años comprendidos entre 1998 al 2007 se tuvo la experiencia de conocer el área por razones de trabajo y se detectó que existe una gran demanda para el mercado de congresos, seminarios, actividades sociales y culturales, Lo que motiva a realizar el estudio de pre factibilidad aunado a que se cuenta con un terreno de dos manzanas en propiedad, para la creación del proyecto, en esa región, el cual se considera que será único en el Municipio de Dolores, que permitirá un servicio de primera calidad, al alcance de los usuarios.

La formación de esta empresa ayudará en la dinamización de la economía para la generación de empleos, y en su aporte, a los índices más importantes de crecimiento económico del departamento de Petén y por ende del Municipio de Dolores.

Por otro lado, según cifras suministradas por Malherí Juan, Ejecutiva de Ventas del Hotel Holiday Inn, (entrevista realizada el 20 de enero del 2009), el mercado de congresos representaron para el 2008, el 76% de su ocupación, estas actividades son las que mantienen en negro las cifras de ocupación en temporadas bajas y período de crisis económica.

Todos estos elementos justifican la importancia de realizar este proyecto y poder determinar la posibilidad de la Creación del Centro de Convenciones ya que los ingresos *per cápita* por esta vía son cuatro o cinco veces superiores a los que deja el turismo convencional.

2.5 Marco teórico conceptual

Los Congresos, Convenciones, Simposios y Conferencias constituyen actividades importantes para el turismo mundial, debido a la división que genera para la sede de la reunión, incluso, hasta después de concluido el evento, cuando los participantes deciden regresar a ese lugar debido a sus atractivos y a la hospitalidad recibida.

Cualquiera que fuera el tipo de reunión a realizarse, requiere de un lugar que cuente con las facilidades necesarias para llevarse a cabo, los cuales generalmente los poseen los salones de eventos de un hotel, por este motivo, dentro de sus instalaciones han denominado a esta área Centro de Convenciones.

Con los avances tecnológicos de hoy en día, un Centro de Convenciones debe estar en capacidad de satisfacer las necesidades del mercado de congresos, este requiere de una variedad de equipo, que a su vez, también necesita de cierto tipo de distribución de espacio, con características específicas para llevar a cabo sus reuniones con éxito.

Este hecho, da como resultado que las instalaciones actuales no estén en capacidad de satisfacer la demanda, ya que muchos de sus salones son más bien multifuncionales, con el fin de poder cubrir mayor variedad de eventos en especial de tipo social, por tanto, deben adaptarse a continuos cambios. Esta variación constante no permite tener todos los tipos de salas que normalmente tiene un lugar de reuniones especializado en eventos de tipo cultural, científico o de negocios.

Para definir lo que es un centro de convenciones, primero se debe mencionar que aunque el término se mantiene para algunos países de América, también tiene otras denominaciones, ya

que en España se le llama palacio de convenciones y en Estados Unidos, centro de conferencias.

La diferencia entre los nombres que se les asigna se basa en la edificación que se utiliza para este fin, puesto que cuando se habla de centros de convenciones, se debe aclarar que éstos operan en un edificio totalmente independiente o forman parte de las instalaciones de un hotel, lo cual no sucede con los palacios de convenciones, ya que la misma denominación deja implícito principalmente que es un edificio de características especiales y por tanto, funciona independientemente de un hotel, mientras que los centros de conferencias están contruidos para satisfacer la demanda de grupos más pequeños.

Sea cual fuere su denominación, un centro de convenciones es un conjunto de salas diseñadas especialmente para proveer un ambiente más efectivo en los diferentes tipos de reuniones. Deben estar amueblados confortablemente y contar con todas las facilidades y equipos que se requiere en las reuniones de alto nivel de ejecutivos y profesionales, muchos, hasta incluyen un área para exhibiciones y exposiciones de tal manera que se brinde un servicio completo en caso de que algún evento lo requiera.

Cuando un centro de convenciones se encuentra dentro de un hotel, tiene facilidad para ofrecer habitaciones, restaurantes e instalaciones para actividades recreativas y deportivas. Por este motivo, aquellos que operan en edificaciones independientes diseñadas especialmente para este fin, también han incluido estas áreas en la construcción de sus instalaciones, para satisfacer la demanda que prefiere comprar el paquete de servicios completo.

Un centro de convenciones también debe tener facilidades para funcionar como teatro o centro cultural, con auditorios para discursos, conferencias, disertaciones, presentaciones artísticas e incluso son utilizadas para la realización de eventos sociales.

En general, los requerimientos y características de los centros de convenciones se pueden resumir así:

- Salas de reuniones especializadas
- Área para exhibiciones
- Centro ejecutivo (*business center*)
- Enfermería
- Bar y restaurante
- Áreas de recreación
- Agencias de viajes
- Correos
- Tiendas
- Facilidades de parqueos, entre otros.

Tipos de reuniones

Congreso; se aplica a toda reunión que se realiza con el objeto de encontrar, entre todos los asistentes, caminos comunes de acción en lo que se refiere a un tema u objeto de discusión. Se define como congreso, toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico en torno a un tema de interés. La iniciativa de realizar el congreso puede ser gremial o institucional, la convocatoria es abierta y la participación voluntaria. Dentro de esta categoría pueden incluirse los seminarios y juntas de negocios que tienen objetivos de intercambio profesional y académico, aún en el caso que el patrocinio fuese hecho por una entidad privada o pública. Se considera el evento más complicado desde un punto de vista organizativo.

Convenciones; se define como toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes en torno a un mercado, producto o marca. La iniciativa suele ser empresarial, la convocatoria es cerrada, (limitada a un público personalizado y relacionado con el tema), y la participación suele ser por invitación. Las convenciones incluyen, a diferencia de los viajes de incentivo, un programa técnico en el que los participantes se familiarizan y entablan negociaciones respecto a un campo de negocio específico.

Por ejemplo en México se utiliza frecuentemente el término convención para denominar a los viajes de incentivo. No obstante, esto es erróneo ya que ya que ni los objetivos ni la forma de patrocinar y operar de estos eventos, es la misma. Algunas convenciones incluyen exposiciones en sus actividades pero suelen restringirlas al público participante

Viajes de incentivo; es una estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria de viaje, una vez lograda esa parte que les corresponde a las metas fuera de lo común. El viaje de incentivo es un premio que alcanzan los que demuestran un mejor desempeño en su trabajo.

Ferias y exposiciones; las ferias especializadas son muestras o exhibiciones públicas que organizan profesionalmente empresas, asociaciones o individuos y cuya finalidad es la venta de productos o servicios de un sector determinado de la economía. Éstas se dividen en dos:

Industriales; son aquellas muestras o exhibiciones, de carácter privado o semi-privado, que reúnen a los miembros de un sector empresarial, profesional o comercial, con el fin de mostrar adelantos tecnológicos y estimular la venta de productos entre miembros de un sector profesional.

Comerciales; son aquellas muestras o exhibiciones, que reúnen a miembros de un sector comercial, empresarial, profesional o social, con el fin de promover la venta de productos o servicios al público objetivo.

2.6 Resumen

El presente capítulo describe los antecedentes de los centros de convenciones, donde se identificó el origen de estas empresas y que se da como resultado del desarrollo del turismo de congresos. Actividad que fue adquiriendo importancia debido al positivo impacto social y económico que ha producido, en los países que tomaron la iniciativa como Europa y Estados Unidos y, actualmente, los mercados más fuertes son México, Cuba, Argentina y Brasil.

Para justificar este proyecto se plantean dos consideraciones: la primera, que el turismo es una de las actividades económicas más importantes del país, ya que el número de turistas que ingresaron al país cifras acumuladas a junio 2,008, representa un total de 829,242 turistas. Fuente: Boletín 2008, Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT.

La segunda, que la demanda turística y hotelera, tanto extranjera como nacional, ha aumentado sensiblemente en el Departamento del Petén, sobre todo a partir de la apertura de nuevas rutas asfaltadas. La metodología utilizada en el desarrollo del tema fue de tipo bibliográfico y de campo, a través de herramientas de investigación como Internet, consulta a profesionales directivos de Organizaciones no gubernamentales y ejecutiva de ventas de hoteles.

En la recopilación de la información se encontró con el obstáculo de que no existe suficiente material bibliográfico sobre el tema, la poca que se encontró no es muy extensa, por lo que para identificar antecedentes y la clasificación del marco teórico se realizó haciendo una comparación con los hoteles.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Servicio en el mercado

El servicio está enfocado en ofrecer un lugar con instalaciones que reúnan los estándares de calidad, para realizar congresos, seminarios, capacitaciones, reuniones de negocios, eventos sociales y culturales, que incluya *tours* ecológicos y visitas a diferentes sitios arqueológicos.

3.1.1 Definición del servicio

El servicio principal constituye el alquiler de salones, equipo de apoyo audiovisual, servicio de Internet, banquetes, y en caso se requiera, un área con habitaciones para el servicio de hospedaje, un personal altamente calificado para la atención del evento, los cuales se encargarán de que los clientes queden cien por ciento satisfechos con el servicio, para que regresen nuevamente.

Se ofrecerán paquetes denominados “todo incluido”, los cuales incluyen hospedaje, alquiler de local, alimentación, guías de turismo y paseos a los sitios arqueológicos del lugar.

3.1.2 Servicio principal

- Ofrecer el servicio de salones para realizar congresos, seminarios, reuniones de negocios, eventos sociales, culturales y para exposiciones.
- Hospedaje, alimentación y paquetes turísticos

3.1.3 Servicios sustitutos o similares

Entre los servicios sustitutos o similares que se encuentran en el mercado son los hoteles, centros turísticos y restaurantes.

3.1.4 Servicios complementarios

Entre los servicios complementarios se pueden ofrecer hospedaje, servicio de banquetes, Transporte del aeropuerto al Centro de Convenciones, *tours* ecológicos y visitas a los diferentes sitios arqueológicos de la zona, salas de convenciones pequeñas para reuniones de negocios, entre otros.

3.2 El área del mercado

El área geográfica del mercado está enfocada a todo el Departamento de El Petén

y sus 12 municipios.

3.2.1 Población consumidora, actual y futura

Se estima que la población consumidora en el mercado actual y futuro se compone de organizaciones gubernamentales no gubernamentales, nacionales y extranjeras, como de empresas privadas, colegios de profesionales, universidades, instituciones educativas, turismo nacional e internacional y población en general del Departamento y el Municipio de Dolores, lugar donde está enfocado el proyecto. Ver cuadro siguiente:

Tabla 3. Municipio de Dolores, Departamento de Petén

Población total por área urbana y rural

Años: 1994-2002-2008

Área	Censo 1994	Censo 2002	Proyección 2008
Urbana	3,403	8,016	5,967
Rural	19,933	24,388	33,816
Totales	23,336	32,404	39,783

Fuente: X y XI Censo Nacional de Población, V y VI de Habitación de 1994, 2002 y proyección de población 2008 del Instituto Nacional de Estadística -INE-.

3.2.2 Estructura de la población por grupos, rango de edad, segmentos

Este proyecto se basa en la implementación de un Centro de Convenciones el cual está dirigido a captar Organizaciones no Gubernamentales ONG, Entidades de gobierno e Instituciones privadas que operan en el departamento de Petén, incluyendo a la población mayores de 20 años de edad de nivel socioeconómico B, C+ y CC que deseen realizar eventos educativos, científicos, sociales y culturales.

Actualmente en todo el departamento de Petén, operan aproximadamente 300 instituciones gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y extranjeras, y empresas privadas, ya que es este segmento de mercado a quienes se tomarán en cuenta para prestar el servicio.

Tabla 4. Población total del departamento de Petén

POBLACION TOTAL, SEXO Y AREA
URBANA Y RURAL.

SEGÚN DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO AÑO
2002.

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	POBLACION TOTAL	SEXO		AREA	
		HOMBRES	MUJERES	URBANA	RURAL
PETÉN	366,735	187,228	179,507	110,399	256,336
FLORES	30,897	16,118	14,779	16,122	14,775
SAN JOSE	3,584	1,855	1,729	1,133	2,451
SAN BENITO	29,926	14,889	15,037	24,792	5,134
SAN ANDRES	20,295	10,619	9,676	5,740	14,555
LA LIBERTAD	67,252	34,928	32,324	7,112	60,140
SAN FRANCISCO	8,917	4,589	4,328	3,485	5,432
SANTA ANA	14,602	7,473	7,129	6,215	8,387

DOLORES	32,404	16,328	16,076	8,016	24,388
SAN LUIS	48,745	24,614	24,131	5,721	43,024
SAYAXCHE	55,578	28,521	27,057	7,322	48,256
MELCHOR DE MENCOS	18,872	9,436	9,436	10,299	8,573
POPTUN	35,663	17,858	17,805	14,442	21,221

FUENTE: GUATEMALA, INE, CENSOS 2002: XI DE POBLACION Y VI DE HABITACION.

3.2.3 Tasa de crecimiento de la población

Para poder determinar la tasa de crecimiento que ha tenido el Petén es necesario tomar de base los censos efectuados por el Instituto Nacional de Estadística en los años pasados, los que se encuentran a nivel de departamento. Para fines de este proyecto, se tomará como referencia el Departamento de Petén, y se estima un 3.5% de crecimiento anual.

Tabla 5. Censo de población 1973, 1981, 1994 y 200

Departamento	Censo de Población			
	1973	1981	1994	2002
Total País	5,160,221	6,054,227	8,331,874	11,237,196
Guatemala	1,108,186	1,311,192	1,813,825	2,541,581
El Progreso	73,122	81,188	108,400	139,490
Sacatepéquez	99,988	121,127	180,647	248,019
Chimaltenango	194,735	230,059	314,813	446,133
Escuintla	277,031	334,666	386,534	538,746
Santa Rosa	177,159	194,168	246,698	301,370
Sololá	127,268	154,249	222,094	307,661
Totonicapán	166,809	204,419	272,094	339,254
Quetzaltenango	312,787	366,949	503,857	624,716
Suchitepéquez	202,253	237,554	307,187	403,945
Retalhuleu	127,235	150,923	188,764	241,411
San Marcos	389,760	472,326	645,418	794,951
Huehuetenango	368,567	431,343	634,374	846,544
Quiché	298,686	328,175	437,669	655,510
Baja Verapaz	106,957	115,602	155,480	215,915
Alta Verapaz	280,524	322,008	543,777	776,246
Petén	64,114	131,927	224,884	366,735
Izabal	169,818	194,618	253,153	314,306
Zacapa	105,739	115,712	157,008	200,167
Chiquimula	158,177	168,863	230,767	302,485
Jalapa	118,074	136,091	196,940	242,926
Jutiapa	233,232	251,068	307,491	389,085

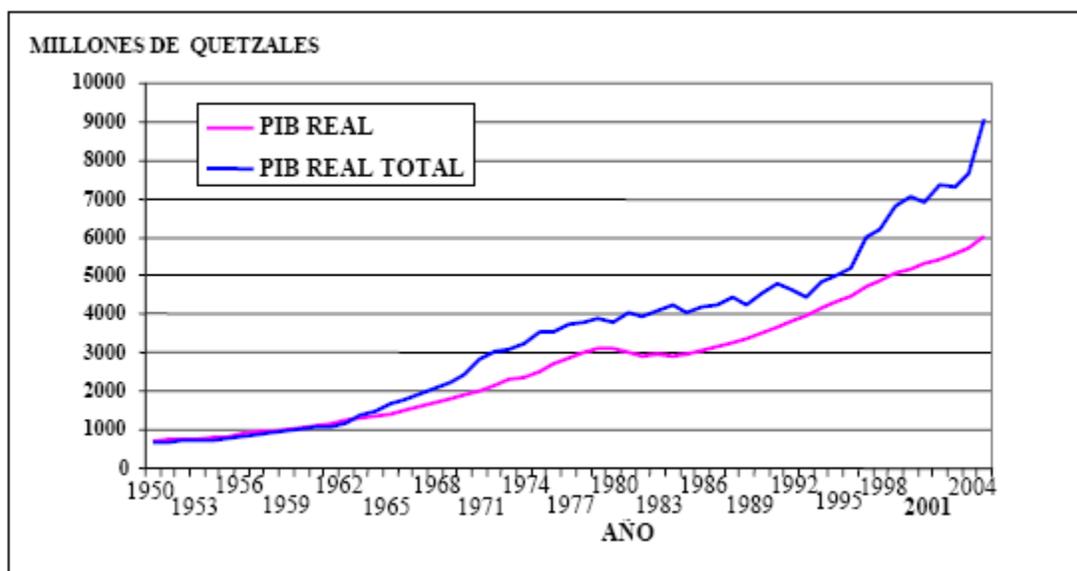
Fuente: Instituto Nacional de Estadística -INE-, Censos de Población 1973, 1981, 1994 y 2002

3.2.4 Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento

El mercado potencial se enfocará hacia la población de nivel socioeconómico B, C y (+). Se clasifican los niveles socioeconómicos como sigue:

- Nivel B-: consumidores con ingresos familiares arriba de Q40 mil al mes. Son propietarios de su fuente de ingreso o empleados administrativos de alto nivel que viajan al exterior con más frecuencia de lo que lo hacen al interior de su país.
- Nivel C+: consumidores con ingresos familiares que oscilan entre los Q25 mil y Q40 mil al mes, en este nivel se clasifican a los ejecutivos de empresas privadas o propietarios de negocios medianos. Viajan al extranjero una vez al año y al interior lo hacen con mayor frecuencia.
- Nivel CC: consumidores con ingresos mensuales que oscilan entre los Q10 mil y Q25 mil. En este nivel se clasifican a los profesionales de mandos medios. Viajan frecuentemente al interior de su país y sus viajes al exterior son circunstanciales.

Gráfica 1. Producto Interno bruto real / Total



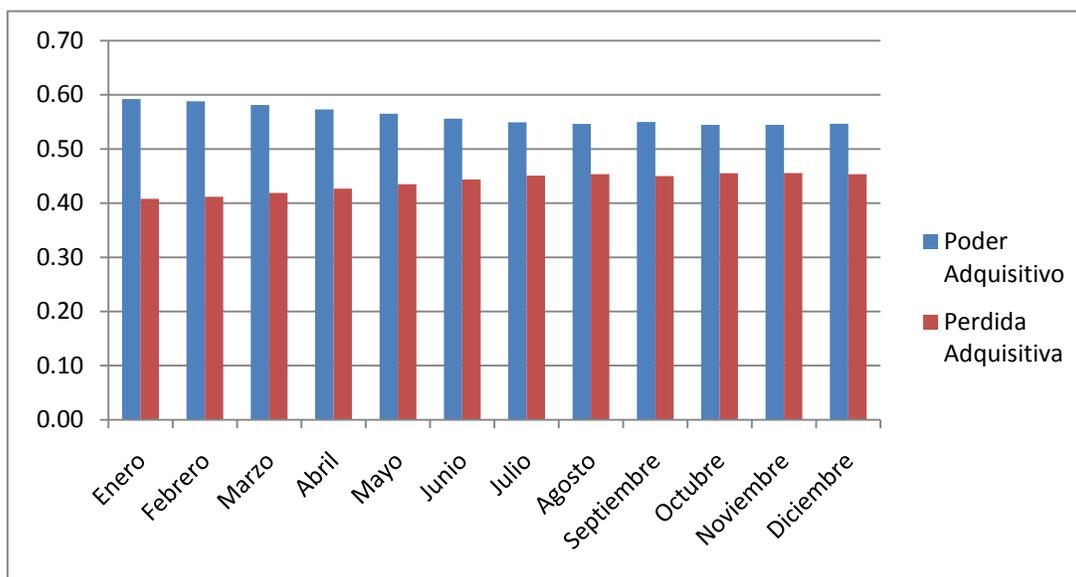
Fuentes: Banco de Guatemala y Urizar, Carmen y Julio Cole, Pablo Schneider y Caroll R. de Rodríguez "La Economía Informal en Guatemala", CIEN, 1992, CIEN (2001)

De acuerdo al gráfico anterior la media del PIBRT para el período es de Q3,536 millones, con un promedio correspondiente de ingreso total *per cápita* Q.355.52, las desviaciones estándar se pueden apreciar en Q.5,818. y Q.79.6. Tras una expansión inicial en 1996. El crecimiento de Guatemala se desaceleró durante el período 2001 y 2003. Sin embargo, desde 2004 la economía ha iniciado nuevamente un trayecto de expansión. Una parte significativa de dicho crecimiento ha sido generada por el sector informal. Recuperado en <http://fadep.org/determinantes/determinantes.pdf> (consulta 22 de enero 2009)

3.2.5 Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso

Dentro de este segmento en nuestro país, se incluye a grandes empresarios, ejecutivos, profesionales, con una edad de 30 años en adelante

Gráfica 2. Estratos actuales y cambios en la distribución del ingreso



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), poder adquisitivo, año 2008

3.3 Investigación de mercado

3.3.1 Presentación de los resultados de las encuestas

Se diseñó una encuesta para tener idea de la oferta y la demanda prevaleciente en el mercado de Petén, como procedimiento de muestreo se utilizó el aleatorio, siendo personas mayores de 18 años los sujetos de estudio. La encuesta se realizó en organizaciones públicas y privadas, organizaciones no gubernamentales existentes y personas individuales.

El cálculo del tamaño de la muestra se hizo a partir de la fórmula para un muestreo aleatorio simple.

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2} = 80$$

n= 80 casos efectivos

Z= confiabilidad de 95% = 1.96

P= ocurrencia = 50%

Q= no ocurrencia = 50%

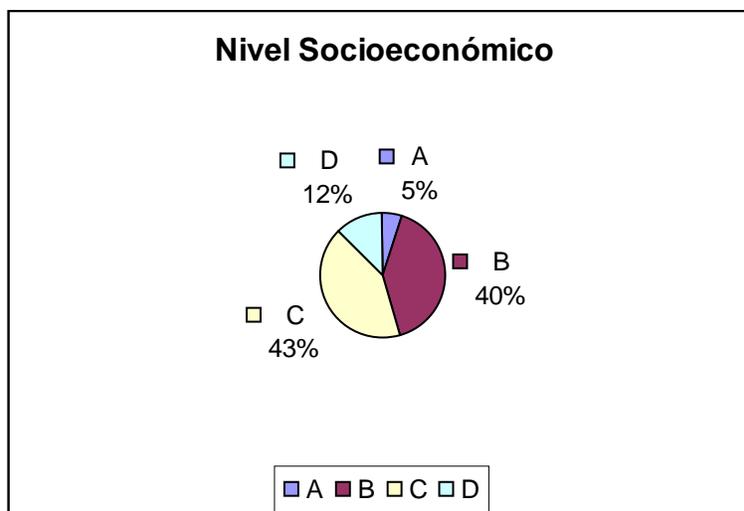
e= error muestral del 5%= 0.05

(Jany, 2005)

Para poder determinar la muestra se tomó como referencia un total de 300 organizaciones que operan en el Peten, por lo tanto, se desea que el estudio de mercado presente un 95% de confiabilidad, indicando un valor de (Z) de 1.96 (según búsqueda en la tabla estadística de distribución normal). La probabilidad de ocurrencia como de no ocurrencia se encuentra en 50%, finalmente, se estableció que el grado de error del 5% ya que se requiere de un estudio confiable.

Datos de clasificación

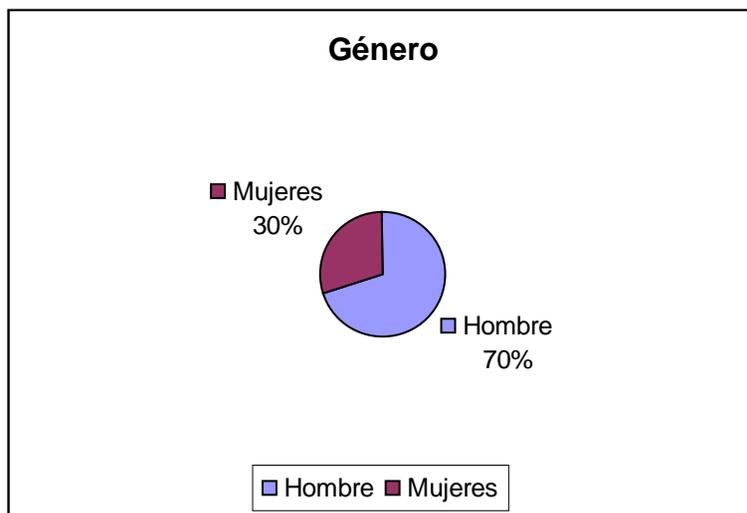
Gráfica 3. Nivel socioeconómico



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

La gráfica 3 muestra que el 43% de los entrevistados se ubican en el nivel socioeconómico C, el 40% tipo B, un 12% tipo D y un 5% tipo A, lo que significa hacia que nivel socioeconómico debe enfocarse el servicio del Centro de Convenciones.

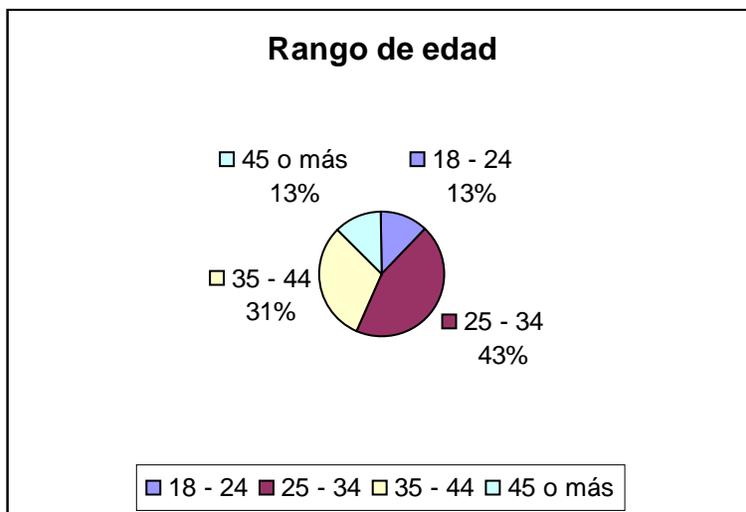
Gráfica 4. Género

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en 12 municipios del departamento de petén

Base: 80

La gráfica muestra que el 70% del total de encuestados fueron hombres y el 30% restante mujeres. El cual estuvo compuesto en su mayoría por Directivos de Organizaciones no gubernamentales, gubernamentales, gerentes de bancos, empresarios y personas individuales.

Gráfica 5. Rango de edad



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

Un 43 % de la muestra encuestada se situó entre las edades de 25 a 34 años; el segundo rubro de mayor importancia personas entre 35 a 44 años en un 31% años., quienes podrían ser nuestros clientes potenciales

Cuerpo de preguntas

Gráfica 6

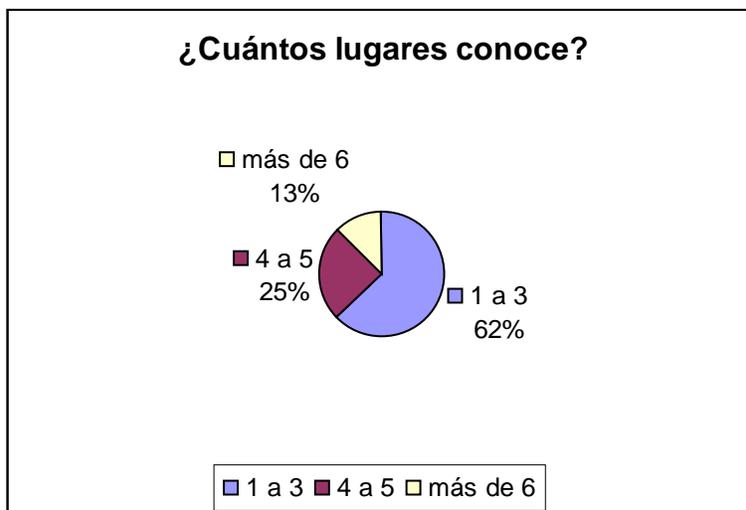


Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

La gráfica anterior muestra que el 85% de los encuestados conocían, o al menos creían conocer, un lugar para realizar capacitaciones, lo que muestra que en algún momento ha estado en contacto con información de ese tipo de lugares.

Gráfica 7



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

De los encuestados el 62% conoce de 1 a 3 lugares para celebrar eventos de capacitación, sociales y/o culturales, seguido de un 25% que opinó conocer de 4 a 5 lugares y un 13% más de 6.

Gráfica 8



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

El gráfico 8, muestra que el 85% de los encuestados manifestó que si utiliza el servicio para realizar eventos de capacitación, sociales y/o culturales, un 15% dijo que no.

A criterio del investigador las personas que contestaron que si realizan eventos de capacitación, ya que es necesario actualizar a su personal para ser más competitivos.

Gráfica 9



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

Con relación al lugar donde han realizado, el gráfico anterior muestra que el mayor porcentaje 37%, utiliza la opción de restaurante, seguido de hotel y el resto en los salones municipales o parroquiales y otras opciones. Por lo que se puede apreciar, no son lugares apropiados a las actividades que se desean de un salón de convenciones.

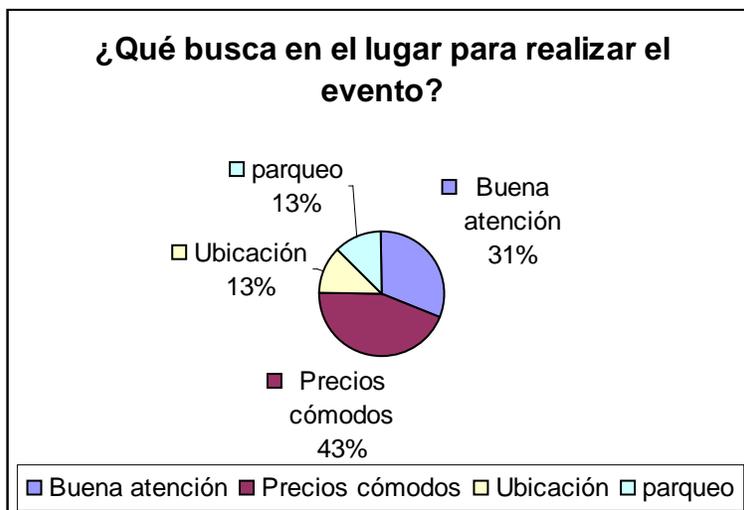
Gráfica 10



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

La gráfica anterior muestra que el 62% de los y las encuestadas, realizan eventos en el período de uno a tres meses, le sigue con un 25% cuatro a cinco meses y en menor escala el período de seis meses y más, esto significa que, sí existe la demanda y hay un buen nicho de mercado para la creación de este servicio. En este caso, se podría realizar negociaciones con las empresas que realizan sus actividades entre uno a tres meses y brindarle un mejor precio en el paquete.

Gráfica 11

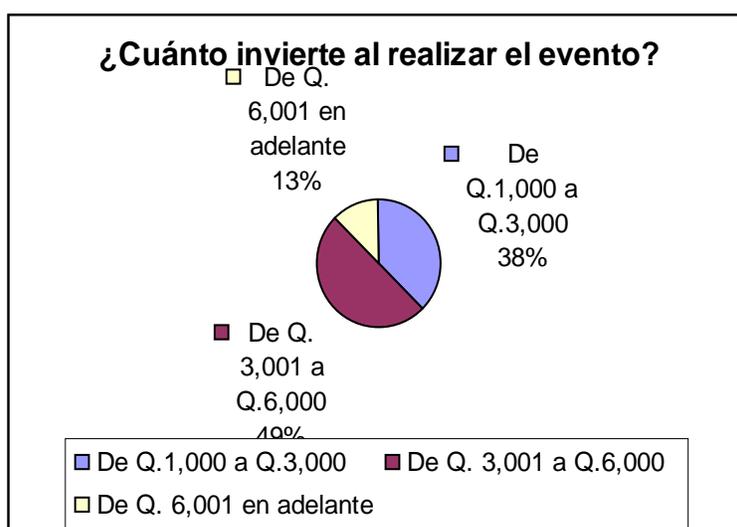


Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

En cuanto a lo que buscan en los lugares que prestan servicio para eventos los y las encuestadas respondieron que el 43% priorizan precios económicos, 31% buena atención, le sigue, el 13% ubicación y parqueo, lo que indica hacia dónde enfocar la estrategia.

Gráfica 12



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

Con relación al promedio de inversión que se hace para realizar eventos, los encuestados respondieron casi la mitad invierten de Q.3001.00 a Q6,000.00 quetzales, en grupos de 30 personas, con un tiempo de alimentación, esto indica hacia dónde se tendrá que establecer los precios.

Gráfica 13

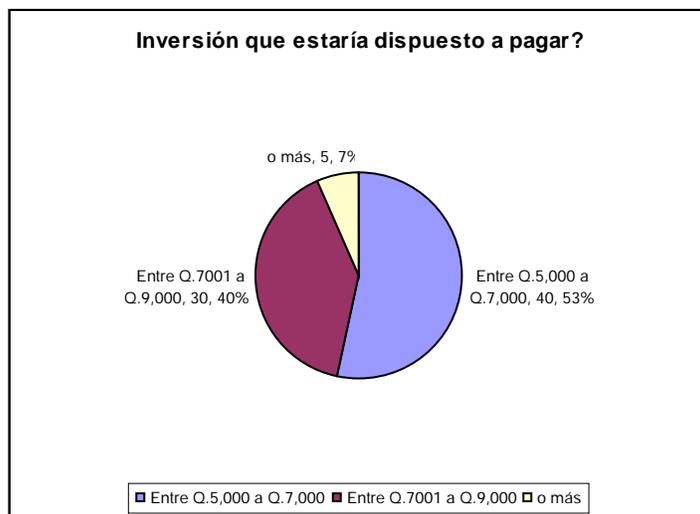


Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 80

Se infiere en la gráfica anterior que el 94% de los encuestados en caso se les ofreciera una nueva opción con “todo incluido”, les interesa, el cual le incluiría, alquiler de local, alimentación, hospedaje, transporte, paseo a los sitios arqueológicos y guía de turismo, además, se tendrá los servicios independientes para poder brindar al cliente opciones de acuerdo a sus necesidades.

Gráfica 14



Paquete tradicional:

- Alquiler de local.
- Alimentación
- Grupo de 50 personas

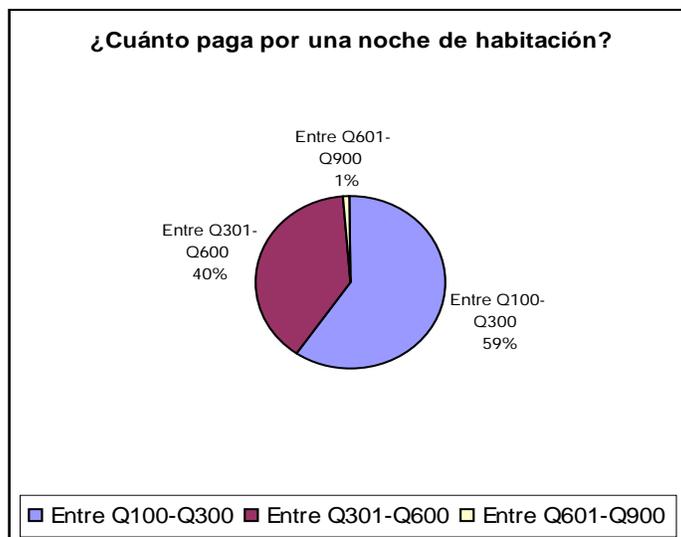
Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios del departamento de Petén,

Base: 75

El 40% de los encuestados utilizarían el servicio de paquete tradicional el cual le incluye alquiler de local y alimentación con grupos de 50 personas un precio de

Q. 5,000.00 a Q.7,000.00.

Gráfica 15



Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada en los 12 municipios
del departamento de Petén,

Base: 80

Como se indica en la gráfica anterior el 59% paga por una noche de habitación entre Q100.00 a Q300.00 y el 40% entre Q301.00 a Q600.00, datos que sirven de referencia para poder ofrecer el hospedaje; como un servicio adicional al centro de convenciones.

3.3.2 Comportamiento de la demanda

3.3.2.1 Situación actual

Al tomar como referencia las gráficas descritas anteriormente, existe gran demanda de este servicio, ya que un buen porcentaje de personas entrevistadas invierten en su personal con el objetivo de capacitarlos y lograr mayor competitividad, para ello desarrolla eventos de capacitación, congresos, seminarios y actividades sociales y culturales.

El 62% de personas encuestadas, realiza de tres a cuatro eventos anuales, lo que puede significar que una empresa u organización podría contratar los servicios de la empresa cada tres meses.

Otro factor que puede evidenciar la demanda; es la cantidad de turismo que ingresa a nuestro país anualmente, que es otro sector cautivo para los fines del proyecto. A continuación se muestra una gráfica de la cantidad de turismo que ha ingresado en los años 2006 a 2008.

Tabla 6. Turistas ingresados al país

MESES	2006	2007	2008
ENE	133,596	158,394	169,362
FEB	117,279	131,815	136,138
MAR	125,844	141,101	152,647

ABR	128,369	118,062	125,620
MAY	96,999	110,353	105,003
JUN	117,313	131,436	140,472
JUL	140,828	150,633	
AGO	160,885	171,234	
SEP	114,328	119,194	
OCT	111,163	119,132	
NOV	128,573	129,569	
DIC	126,892	146,629	
Total acumulado a Jun.	719,400	791,161	829,242
Variación a Jun.	12.0	10.0	4.8
Total acumulado anual	1,502,069	1,627,552	829,242
Variación anual	14.2	8.4	

Fuente: Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT

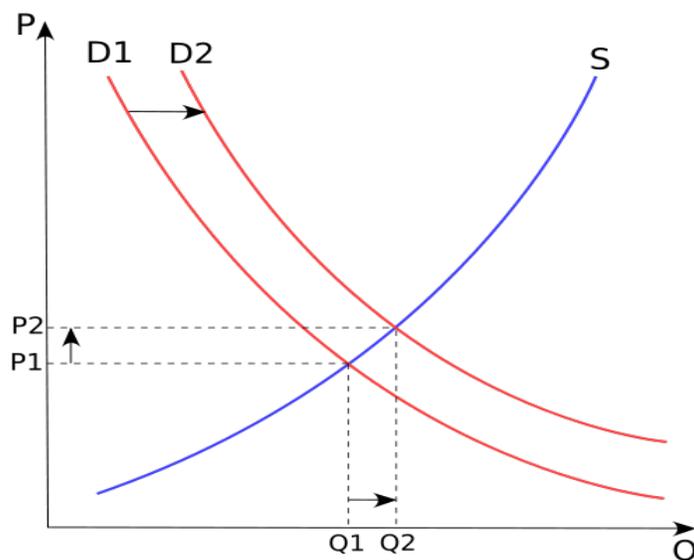
3.3.2.2 Características teóricas de la demanda

La ley de la demanda indica que, es inversamente proporcional al precio cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores. Por tanto, la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien. Recuperado en [http://es.wikipedia.org/wiki/Ley de la oferta y la demanda](http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_la_oferta_y_la_demanda) (consulta 14 de febrero de 2009)

La curva de la demanda es la representación gráfica de la relación matemática entre la máxima cantidad de un determinado bien o servicio que un consumidor estaría dispuesto a pagar a cada precio de ese bien.

La curva de demanda, junto con la curva de oferta, es una de las herramientas de análisis teórico empleadas en economía neoclásica para predecir la determinación de precios. El punto de intersección entre ambas curvas se conoce con el nombre de equilibrio entre la oferta y la demanda.

Gráfica 16. Curva de la demanda



Fuente: <http://wikipedia.com>

Indica Meritan, S, (1982, p.130) La proyección de la demanda se puede realizar mediante diversos métodos: Los más utilizados son los siguientes:

- a) Extrapolación de la tendencia histórica; el método consiste en construir una línea de ajuste entre las cantidades consumidas anualmente, para luego estimar el consumo futuro de acuerdo a la tendencia de dicha línea. El ajuste se puede realizar utilizando cualquiera de las funciones mencionadas anteriormente, debiéndose seleccionar aquella que mejor representa nuestra teoría de la demanda. El valor predictivo de la función será alto si existe una buena correlación con los datos.

Se pueden utilizar series de consumo total o de consumo *per cápita* siendo la predicción más precisa en este último caso. Las series utilizadas deben ser lo suficientemente largas para evitar que la línea de ajuste se vea distorsionada por variaciones de corto plazo. El método supone que los factores que determinaron la demanda en el pasado seguirán incidiendo de igual forma en el futuro, lo que implica una importante limitación del método.

- b) Método basado en el coeficiente de elasticidad-ingreso. Este método supone que las cantidades emanadas dependen del ingreso y que el resto de los factores que actúan sobre la demanda se comportarán en el futuro al igual que el pasado.

Para tal cálculo se necesita conocer las tasas de crecimiento futuro del ingreso y de la población y el coeficiente de elasticidad-ingreso. La determinación de la tasa de crecimiento del ingreso trasciende los límites de un proyecto y es en general competencia de los organismos de planificación.

La tasa de crecimiento de la población utilizada es, por regla general, la observada históricamente. El coeficiente de elasticidad-ingreso, se puede estimar mediante encuestas de presupuestos familiares, mediante series de consumo e ingreso o por medio de comparaciones internacionales. Los mayores resultados se obtienen utilizando presupuestos familiares.

c) Comparaciones internacionales; cuando se desea proyectar la demanda de productos nuevos se puede utilizar como estimadores los coeficientes de consumo *per cápita* y de elasticidad-ingreso de otros países. Se deben elegir países muy similares al estudiado en todas aquellas variables que afectan al consumo, tales como, ingreso, precios relativos, hábitos de los consumidores y otros. Una vez conocidos estos coeficientes se puede proceder a la proyección mediante el método señalado anteriormente.

3.3.2.3 Situación futura - proyección de la demanda

- Extrapolación de la tendencia histórica

Se puede predecir que la demanda de este servicio se realiza la estimación a partir del ingreso *per cápita*, crecerá 4%, al año, y que la elasticidad-ingreso es de 0.8, la demanda crecerá un 3.2% (4×0.8), si además se estima que la población crecerá en un 3.5%, la demanda aumentará un 6.7% por año ($3.2 + 3.5$).

Hoy en día la carrera de turismo está ganando mayor importancia, es factible la organización de eventos que traten distintos temas como: calidad de empresas de servicios turísticos, planificación turística, impacto ambiental de proyectos turísticos e incluso un congreso panamericano de escuelas de turismo.

- Análisis de los factores condicionantes de la demanda futura

1. Aumento del 11.9% de la tasa de inflación, lo que provocaría incremento en los precios y esto hace que el uso del servicio merme.

2. Aumento en el combustible- alto costo de vida. Debido al aumento en el precio del petróleo, se incrementan los precios en los artículos de la canasta básica, energía eléctrica, cable, Internet, y otros, por lo que un servicio de esta naturaleza quedaría en segundo plano.

3. Surgimiento de nuevas empresas dedicadas a este servicio con la aparición de nuevas opciones en el mercado, con promociones de introducción agresivas y precios competitivos, se puede ver afectada la utilización del servicio que se ofrece.

4. Promociones especiales de hoteles

- Estimación de la demanda que atenderá el proyecto

Se puede predecir que la demanda de este servicio aumentará 6.7% por año, según la tasa de crecimiento anual.

El impulso gubernamental y privado para este tipo de actividades ha sido fuerte; sin embargo no hay estadísticas que demuestren cual es la demanda real.

3.3.3 Comportamiento de la oferta

El grado de competencia entre proveedores en referencia al cluster, muestra que compiten al mismo tiempo que colaboran entre sí. A este fenómeno se le llama competencia (competencia y colaboración a la vez). Esto se puede lograr porque el competidor y colaborador se dan en diferentes momentos y por medio de diferentes actores.

- Situación actual, series estadísticas básicas, estimación de la oferta actual, inventario de los principales competidores. Dentro de los hoteles más importantes que compiten con el proyecto de creación de un centro de convenciones se identificaron los que aparecen en la tabla No. 9:

Tabla 9. Hoteles más importantes

Nombre del Hotel	Precio evento por persona	Precio Hospedaje
Finca Ixobel (ubicado en Poptún)	Q.100	\$25.00
Hotel y Restaurante San Carlos (ubicado en Poptún)	Q. 100.00	Q50.00 sencilla Q70.00 doble
Hotel y Restaurante villa de los Castellanos (ubicado en Machaquilá)	Q.125.00	\$30.00 sencilla \$40.00 doble \$50.00 triple
Hotel del Patio Tikal (ubicado en Flores)	Q. 175.00	\$55.00 sencilla \$62.00 doble
Hotel Jungla Lodge (ubicado en Flores)	Q.125.00	\$60.00 sencilla \$70.00 doble
Hotel La Casona	Q.200.00	\$30.00 sencilla

		\$40.00 doble \$50.00 triple
Hotel Maya Internacional	Q.125.00	\$50.00 sencilla hasta \$62.00 triple
Hotel Tikal Inn	Q. 125.00	\$50.00 sencilla hasta \$100.00 triple
Hotel Triquina-ha		\$44.00 sencilla hasta \$56.00 triple
Hotel Villa Maya	Q. 125.00	\$77.00 sencilla hasta \$56.00 triple
Petén Esplendido, Hotel Marina	Q. 200.00	\$180.00 sencilla \$190.00 doble \$200.00 triple
Hotel Camino Real Tikal	Q.200.00	\$120.00 sencilla \$132.00 doble

Fuente: Elaboración propia en base a la Guía telefónica 2009, así también

comunicación directa con los hoteles para obtener información de las tarifas de habitación y evento.

En el municipio de Dolores se pueden encontrar las siguientes sucursales bancarias: Banco de Desarrollo Rural, Banco del Nor-Oriente, Banco G&T. En Flores se encuentra una sucursal del Banco de los Trabajadores y Banco Crédito Hipotecario Nacional, Banco Industrial.

Como todo municipio, Dolores cuenta con un Centro de Salud.

- Situación futura de la oferta; utilización de capacidad ociosa, planes y proyectos de la capacidad instalada, análisis de los factores que condicionan la evolución prevista.

La situación futura de la oferta en Petén en relación a los eventos educativos, sociales y culturales, las temporadas altas como fechas de graduaciones, primeras comuniones, eventos de capacitación, se manifiestan en Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre lo que ha permitido mantener la estabilidad económica, de igual manera la cantidad de turistas que ingresan al país en temporadas de fiesta y vacacionales. El aumento ha sido muy favorecedor y, según estadísticas, ha ingresado vía aérea un 34% de viajeros y un 63% vía terrestre esto datos son cifras manejadas en el 2007, por el Instituto Guatemalteco de Turismo- INGUAT-.(Boletín Anual informativo 2007/INGUAT).

3.3.4 Comportamiento de los precios

3.3.4.1 Análisis de las series históricas de precios

Tabla 10. Historia de precios

Historia de precios		
Año	Hospedaje	Evento
2004	Q.125.00	Q.3,800.00
2005	Q.150.00	Q.4,300.00
2006	Q. 175.00	Q.4,800.00
2007	Q.200.00	Q.5,300.00
2008	Q.225.00	Q.5,800.00

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior indica como los precios se han ido incrementando año con año de acuerdo al valor adquisitivo de la moneda..

3.3.4.2 Estimación de la evolución futura de los precios

Se tiene estimado incrementar el precio del producto a partir de los seis meses ya que esto permitirá introducir el servicio al mercado y ser competitivo ante la oferta, con base a la historia de precios se estima un crecimiento del 10% de inflación, según el Banco de Guatemala.

3.3.4.3 Influencia prevista de los precios sobre la demanda

La influencia prevista de los precios es de un 60% menor a lo que se cobra en otros lugares. Esto ya se podría trabajar con los *clusters* integrados por varias empresas, desde micro hasta la más grande, los cuales en equipo ofrece una gama de servicios.

3.3.4.4 Márgenes de comercialización

Se tendrá personal de ventas; el cual realizará negociaciones con organismos internacionales, empresas privadas y organizaciones no gubernamentales, para dar a conocer el centro de convenciones, los beneficios que se ofrecen y demás necesidades de estos, por otro lado se promoverá a través de agencias de viajes, así también se tendrá contacto directo con los clientes que visiten el centro de convenciones.

3.3. 5 Análisis de comercialización

- Canales de comercialización

El centro de convenciones utilizará un canal directo con personal de ventas, vía Internet y en medios de comunicación social existentes en el país (prensa, radio, televisión). Así también en agencias de viajes, para dar a conocer el centro de convenciones en otros puntos que el personal de ventas no pueda llegar, al utilizar estas estrategias, se cumplirían la función de facilitar los servicios que se ofrecerán al usuario.

- Formas de comercialización

Se realizarán dos formas de comercialización y distribución del servicio.

- Venta de servicio por grupo de personas

Esta venta incluye un paquete completo para aquellas personas que deseen el servicio para un evento educativo, o científico (congreso, seminario, capacitación) en grupos de empresas, estudiantes, y otros, dependiendo del número de personas, así serán los precios para cada integrante.

Se buscará realizar una alianza con las empresas de turismo y agencias de viajes; con lo cual se pretende conseguir al turismo de Guatemala – Dolores - Guatemala a precios más bajos de su tarifa normal, sin fines de lucro, sino más bien como una ventaja competitiva.

Se ofrecerán paquetes a grupos de compañeros de estudio, trabajo, familiares y/o amigos con un mínimo de cinco personas y un máximo de 10 personas. En el caso de grupos de familiares y/o amigos, se ofrecerán estos paquetes en las épocas altas de turismo, tanto nacional como internacional, saliendo jueves y regresando domingo.

En el caso de compañeros de trabajo, se ofrecerán estos paquetes en las empresas, como incentivos para los empleados, saliendo viernes y regresando lunes. Esta estrategia será utilizada para mantener ventas durante las épocas bajas de turismo. Los paquetes se pueden adaptar a las necesidades de la empresa.

En el caso de compañeros de estudio, se ofrecerán estos paquetes en las universidades como programas para estudios, saliendo martes y regresando viernes. Al igual que el caso anterior, esta estrategia será utilizada para mantener ventas durante las épocas bajas de turismo y se pueden adaptar a las necesidades de los estudiantes.

- Venta de servicio con hospedaje

El precio de una habitación doble por noche es de U\$40.00 + 10% impuesto turístico del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), incluye refrigerio, desayuno y transporte Flores, Poptún, Dolores. San Luis - . Una tercera persona paga U\$20.00 + 10% impuesto INGUAT, en una misma habitación, incluyendo desayuno y transporte.

Los paquetes consisten en cuatro días y tres noches. Incluye transporte terrestre Guatemala - Poptún - Machaquilá – Dolores- Tikal – Dolores. Machaquilá - Poptún - Guatemala. Por noche, una habitación por cada dos personas (la tercera persona paga U\$15.00 por cama extra), dos desayunos para cada persona a su elección, refrigerio, agua purificada sin límite durante el viaje a Tikal y Machaquilá, paseo de un día completo en Tikal, paseo por el Río Machaquilá, cena fogata.

- Capacidad de competencia del proyecto

Se espera poder tener una capacidad inicial de 460 eventos por año, no solo por asuntos de negocios, sino de descanso, un negocio que combine diversión y estudio. Para que este deje beneficio al país, debe, no solo competir en precio, sino con la calidad y los recursos naturales que el municipio de Dolores posee.

- Oferta potencial del proyecto

La oferta potencial de este proyecto es el tipo de servicio basado en la calidad, comodidad y menor costo. El *cluster* del turismo, se encuentra aún en formación ya que necesita vencer algunos obstáculos. Lo más importante es estar bien organizados para que vengan más turistas, lo cual generaría más empleo.

3.4 Resumen

El estudio se llevó a cabo en el Departamento de Petén, con información obtenida en el censo de población 2002, se estima que la población en el mercado actual es de 366, 735 habitantes. Así también, para poder determinar la tasa de crecimiento que ha tenido Petén es necesario tomar de base los censos efectuados en los años pasados, los cuales se encuentran a nivel de departamento, para efectos de este estudio se tomó el Departamento de Petén, concretamente en el Municipio de Dolores, se estimó un incremento de 3.5% de crecimiento anual.

Se realizó una investigación de campo mediante encuestas, las que se realizaron en forma personalizada y solicitando al encuestado que contestara sinceramente para obtener resultados reales, los resultados evidencian que hay gran interés del mercado meta para contar con un centro de convenciones en el Municipio de Dolores, Petén, para la realización de eventos educativos, científicos, sociales y culturales.

La demanda es bastante grande, ya que en promedio el 62% de empresas entrevistadas realizan de tres a cuatro eventos en el año, y actualmente el Municipio de Dolores cuenta con muy pocas opciones, lo que da una idea de la frecuencia con que se podría utilizar este tipo de servicio. El crecimiento de la población de Petén y concretamente de Dolores va en aumento cada año, lo que significa que siempre habrá mercado al cual satisfacer.

Se hizo un análisis de la demanda futura, la situación actual y las formas de comercialización que podrían utilizarse al estar operando el proyecto. Por ser un servicio nuevo en el mercado, se realizará la estimación a partir del ingreso *per cápita* crecerá 4% al año y que la elasticidad-ingreso es de 0.8, la demanda crecerá un 3.2% (4×0.8). Si además se estima que la población crecerá un 3.5% la demanda aumentará un 6.7% por año (3.2×3.5).

También se precisó que se puede ver afecto por el aumento en el combustible -alto coste de vida-. Debido al aumento en el precio del petróleo, se incrementen los precios en los artículos de la canasta básica, energía eléctrica, cable, Internet, y otros, por lo que un servicio de esta naturaleza quedaría en segundo plano.

Surgimiento de nuevas empresas dedicadas a este servicio con la aparición de nuevas opciones en el mercado, con promociones de introducción agresivas y precios competitivos, se puede ver afectada la utilización del servicio que se ofrece. Se espera tener anualmente una capacidad para 460 eventos los cuales representan un aproximado del 10% de la población meta, se tiene estimada ocupar al año 1105 habitaciones dobles. La empresa tiene la capacidad para poder incrementar alrededor del 20% anual.

Se pudo observar en los datos de la encuesta, que los restaurantes se encuentran posicionados en el mercado, seguido de hoteles, pero que no reúnen las condiciones para este tipo de servicio.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Se realizará un centro de convenciones que se dedicará a prestar servicio para eventos educativos, científicos, reuniones de negocios, actividades sociales como bodas, cumpleaños, quince años, graduaciones y otros. Los servicios incluirán: alquiler de salones, organización completa del evento (logística, audiovisuales, alimentación y hospedaje), y estará enfocado a prestar un servicio de calidad a un precio razonable. Actualmente, no se cuenta con opciones que presten este servicio, por lo que es una gran oportunidad de negocio en el Municipio de Dolores, Petén.

4.1 Tamaño

El proyecto estima en un área de 6,800 metros cuadrados, el cual se dividirá en tres partes, una donde se construirán 6 salones para eventos de 150 metros cuadrados, la otra para 10 cabañas con habitaciones dobles. Cada habitación tendrá dos camas, un baño, closet y una pequeña sala de estar, y la tercera parte para la construcción de una cocina y el restaurante, esta se ubicará en medio de los salones, para tener la facilidad del acceso a las dos áreas cuando haya celebraciones simultáneas, así como espacio para 50 vehículos, oficinas administrativas, dos piscinas una para niños y otra para adultos, *Call Center* y *Lobby*.

4.1.1 Capacidad del proyecto

De acuerdo a las dimensiones de cada salón, cada uno, tendrá capacidad para 100 personas. Se estima que se puede utilizar cada salón en diferentes horarios, diferentes días, según las necesidades de cada cliente.

Para poder estimar el uso de los salones se tomará de base la gráfica 10; donde se indica el período de tiempo que utilizan éste tipo de servicio, en un 62% lo utilizan entre uno a tres meses, el 25% entre cuatro a cinco meses y el 14% seis meses o más, para poder realizar mayores eventos.

Para el uso de 10 cabañas que tienen una capacidad de dos personas cada una.

El mayor atractivo del proyecto será el área forestal que se encuentra en sus alrededores, el cual debe mantenerse completamente limpio y natural, de manera que no pierda el encanto ecológico.

4.1.2 Factores condicionantes del tamaño, dimensión del mercado

El centro de convenciones está proyectado para atender un 25% de la demanda, esto en base al estudio de mercado que se realizó, cuyos datos indican que sí existe una gran demanda de este servicio sin satisfacer, por lo que este proyecto vendría a satisfacer la demanda.

En el caso de que la demanda aumentara, el presente proyecto está acondicionado para ampliar sus instalaciones, o bien hacer convenios con otros lugares como una medida de contingencia.

En lo que respecta al financiamiento, se pretende que la mayor parte del dinero para la construcción del centro de convenciones, será obtenido por medio de financiamiento bancario (hipotecario), por lo que los recursos son limitados y se deben aprovechar al máximo, gastando lo menos posible, pero aún así se consideró la posibilidad de conformar una Sociedad Anónima para aportar mayor capital.

En referencia a insumos materiales, transporte u otro, el lugar escogido es área urbana y comercial, por lo que el número de personas que se movilizan por el sector es elevado y cuenta con suficiente transporte y materiales de construcción.

4.1.3 Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización

El tamaño fue elegido para poder contar con instalaciones cómodas y accesibles que permitan atender a muchas personas, asegurándose de que la atención se base en las políticas de calidad, en amabilidad, limpieza, convivencia y armonía con el medio ambiente y economía: y así poder satisfacer a la parte del mercado que a la fecha se encuentra desatendida, de acuerdo con la encuesta de mercado realizada.

4.2 Localización

4.2.1 Macro localización

El servicio que prestará el centro de convenciones abarcará toda la demanda existente en el Departamento de Petén.

Gráfica 17. Mapa de Petén



Fuente:<http://maps.google.com/maps>

4.2.2 Micro localización

El proyecto estará ubicado, concretamente, en el Municipio de Dolores, Petén a 400 kms. de la ciudad capital y a 100 kilómetros de Flores.

Gráfica 18. Mapa del Municipio de Dolores



Fuente: lugar donde se construirá

El centro de convenciones en el municipio de Dolores, Petén

4.2.3 Integración en el medio

La localización fue escogida debido a que el área actualmente se está comercializando y se encuentra muy bien ubicada. El sistema constructivo debe ser acorde al lugar, usando piedra, madera, capuquilla, guano, etc., permitiéndose combinar con sistemas tradicionales (cemento, block, etc.), logrando así una integración con el entorno y comodidad para el visitante.

El segmento de mercado para el centro de convenciones es tipo (A, B y C). La economía externa que influiría en este proyecto, es la cantidad de usuarios para el desarrollo de este tipo de servicio, tipo de cambio, costo de pasajes etc.

4.2.4 La localización con relación a las características geográficas del terreno

El terreno está localizado en el kilómetro 400, carretera hacia Flores, Petén, a 700 metros de la carretera asfaltada por un camino de terracería en buenas condiciones. El terreno no presenta inclinaciones, por lo que no hay necesidad de nivelar el suelo. La

vegetación es la adecuada. Se encuentra limitado por un área con abundante vegetación, actualmente abandonado y un camino de terrecería.

Existe poca población aledaña. Los servicios de luz, agua y teléfono están disponibles, razones por la cual se ubicará fuera del perímetro de la ciudad para que los usuarios tengan contacto con la naturaleza y sean acogedoras. A continuación se presenta una fotografía de la ubicación del terreno.

Gráfica 18



Fuente: Elaboración Propia, Lugar donde se construirá

el centro de convenciones en el municipio de Dolores, Petén

4.2.5 Distancias y costos de transporte de los insumos y de los productos

Como el terreno está ubicado en un área cercana a la carretera principal, y dentro del área urbana del Municipio de Dolores, existe suficiente comercio y tiendas de compras donde se pueden adquirir los insumos para la implementación del proyecto, de igual manera se tendrá proveedores que abastezcan los productos de alimentación, equipamiento y todos los requerimientos necesarios, quienes se contratarán oportunamente y ellos se desplazarán por sus propios medios.

4.3 Proceso principal del proyecto

Se describen a continuación los aspectos generales sobre el tipo de servicio y las normas de calidad que ofrecerá el centro de convenciones.

4.3.1 Descripción general del proceso

El proceso del servicio se divide en tres etapas: a) contacto y atención al cliente, b) realización del evento y c) seguimiento al servicio prestado.

Tabla 11. Flujo grama de operaciones

Paso	Detalle del Método	Actividad					Tiempo
	Inicio						
1	Recepción de Solicitudes	○	⇒	□	⊐	▽	3 minutos
2	Contacto y atención al Cliente	●	⇒	□	⊐	▽	1 hora
3	Planificación y preparación del Servicio	●	⇒	□	⊐	▽	40 horas
4	Confirmación del Servicio y revisión de detalles	●	⇒	□	⊐	▽	1 hora
5	Realización del evento	●	⇒	□	⊐	▽	8 horas
6	Supervisión de la ejecución del Servicio	○	⇒	□	⊐	▽	1 hora
7	Fin del evento celebrado; retroalimentación	●	⇒	□	⊐	▽	20 minutos
8	Seguimiento post-venta	○	⇒	□	⊐	▽	20 minutos
9	Servicio de hospedaje	●	⇒	□	⊐	▽	8 horas
10	Check out	●	⇒	□	⊐	▽	30 minutos

- a) Recepción de solicitudes del servicio ya sea personal, vía telefónica o Internet, junto a sus requerimientos (*business center*)
- b) Contacto y atención al cliente: En esta etapa se busca tener el primer contacto con el cliente y presentarle el servicio de forma atractiva, para que se incline a la negociación.
- c) Proceso de planificación y preparación del servicio (confirmación de presupuesto, envío de cotización)
- d) Pago del 50% de anticipo, con ocho días de anticipación de la fecha del evento
- e) Confirmación de detalles y pormenores (cotización firmada por el cliente) pertinente para su calendarización
- f) Realización del evento: Es la prestación del servicio en sí (logística: decoración, arreglo de mesas, estilo del salón, menús para refrigerio y almuerzo, ayudas audiovisuales, meseros, hospedaje si lo requiere, y *tours ecológico*, etc.)
- g) Monitoreo para verificar que todo esté de acuerdo a las normas de calidad y requerimientos del cliente.

- h) Fin del evento celebrado, cancelación de saldo de factura y gastos adicionales.
Encuesta de ejecución del servicio y evento celebrado.
- i) Seguimiento al servicio prestado: En esta etapa se busca obtener retroalimentación del servicio que se prestó, con el fin de mejorar o implementar nuevas opciones o actividades.
- j) Servicio de hospedaje; etapa de prestación del servicio, (*check in* con el listado del evento o bien sí es persona que solamente se va hospedar ajena a algún evento)
- k) *check out*, es la salida del hospedaje (en caso sea en un evento, se realizará una cuenta unificada con el encargado del evento).

4.3.2. Insumos principales, secundarios y alternativos

Los insumos principales para el servicio de eventos educativos y científicos, son el arreglo de los salones a gusto del cliente, audiovisuales, pantalla, equipo de sonido, pizarra, servicio de café, refrigerio, almuerzo, servicio de habitaciones que tendrán dos camas, mesas, closet, lámparas, agua pura, baño, con toallas, jabón, shampoo, televisión con cable y conexión a Internet.

Como insumos secundarios, se pueden contar los paquetes familiares o para estudiantes universitarios, piscina, *tours* a sitios arqueológicos. Entre los insumos opcionales están el gimnasio y salas de juego.

4.3.3 Residuos generados en el proceso

En todo el proyecto se contarán de dispensadores para la basura; clasificados por desechos de plástico, de vidrio, papel u orgánicos. Dentro de cada salón y habitación se dispondrá de

basureros para desechos de papel y se instará al usuario a colaborar con la clasificación de los desechos. Cuando sea necesario, el usuario podrá utilizar los dispensadores externos para desechos de vidrio, plástico u orgánicos.

4.3.4 Identificación y descripción de las etapas del proceso

El proceso se divide en tres etapas:

- a) Preejecución: consiste en la recepción de solicitud y contacto con el cliente
- b) Ejecución: realización del evento
- c) Post-ejecución: seguimiento de postventas.

4.3.6 Descripción de las instalaciones, equipos y personal

Instalaciones:

El sistema constructivo de las instalaciones debe ser acorde al lugar, usando piedra, madera, capuquilla, guano, etc., permitiéndose combinar con sistemas tradicionales (cemento, block, etc.), logrando así una integración con el entorno y comodidad del usuario.

Por ser un proyecto integrado a la naturaleza, se recomienda que los materiales propios del lugar queden con su color y textura natural. En el caso de materiales prefabricados o no propios, los colores deben ser apropiados al entorno utilizando varias tonalidades de café y verde. El mobiliario necesario para amueblar cada ambiente:

Tabla 12. Mobiliario por ambiente

Ambiente	Mobiliario
Habitaciones	camas, mesita, armario y sillas sencillas de madera, ventilador y ropa de habitación
Cocina	gabinetes, estufa, refrigeradora y congelador, vajilla y utensilios de cocina
Recepción	computadora, teléfono-fax, mostrador y máquina registradora
<i>Lobby</i>	Sala de espera, cuadros decorativos, una librería con materiales para información y publicidad, directorio etc
Restaurante	10 mesas y sillas sencillas de madera para 4 personas, ventiladores, gabinetes para colocar vasos y vajilla del comedor, manteles de tela sencillos
Lavandería	dos pilas, utensilios de limpieza (paños, escobas, trapeadores, etc.), un planchador, tendederos etc
salones de eventos	mesas redondas y cuadradas, sillas ergonómicas, manteles, floreros, rotafolios, televisión, cañoneras, pantallas, pizarras electrónicas, aire acondicionado

Personal

El personal fijo requerido para el funcionamiento será: Un administrador/a recepcionista, 1 Vendedor/a, 6 meseros/as, un cocinero/a, un auxiliar de cocina, 2 recamareras, 2 de limpieza, un guardia de seguridad. El personal que se contratará de manera temporal, de acuerdo a la demanda del servicio, serán: 2 auxiliares de cocina, 4 meseros/as. 1 jardinero. Para el mantenimiento de las instalaciones se contratará a una empresa idónea para el servicio requerido

4.3.7 No es viable para este proyecto

4.3.8 Capacidad ociosa

La capacidad ociosa prevista es de 25%; sin embargo, se contará con estrategias para la promoción del servicio y generar con ello la utilización del mismo, disminuyendo su capacidad ociosa hasta llegar a 0%.

4.3.9 Instalaciones con capacidad de expansión

Debido a que el tamaño del terreno es suficiente grande, hay un espacio que queda sin utilizar, por lo que en el futuro habría posibilidad de expansión, para construir más cabañas aunque esto significaría sacrificar áreas verdes.

4.3.10 Expansión por cambios tecnológicos

Buscar la aplicación de la tecnología de punta para que haya una relación intercontinental a efecto que la consulta sea permanente, tele-conferencias y exposiciones a distancia.

4.4. Obras físicas

4.4.1 Inventario y especificaciones de la obra

El proyecto considera 10 cabañas de 16 metros cuadrados, cada uno (4 mts. de largo x 4 mts. de ancho), alrededor de un jardín de arbustos de naranja y flores, con habitación para dos personas, baño, closet, conexión a Internet.

3 salones para eventos de 150 metros cuadrados para realizar eventos educativos, científicos, sociales y culturales con capacidad para instalar 100 personas con divisiones cuando los eventos sean simultáneos y se tengan la necesidad de ampliar los espacios.

Para la cimentación se utilizarán pilotes de concreto reforzado. Pisos, serán de concreto con una altura de 5 cms. Se podrán pintar en una tonalidad de verde oscuro que combine con las paredes. Paredes, la estructura de la cabaña descansará en cuatro columnas y la base de la pared es de block hasta una altura de 75 cms. desde el piso. El resto será de madera tratada. La parte de block en la parte exterior será pintada de color café tratando que sea similar al color natural de la madera del resto de la pared. En la parte interior se combinarán colores verde natural; en tonalidad pastel y blanco marfil que den un contraste armonioso, además de una sensación de limpieza y orden.

Ventanas y puertas, serán de madera tratada cubiertas con cedazo mosquitero de plástico color verde. Las ventanas deben ocupar del 40% al 80% del total del área de la pared para lograr que el viento se introduzca al interior de la cabaña.

En la parte de atrás y más ancha del terreno se plantarán arbustos y árboles típicos del lugar, de forma que se tenga un área de bosque tropical identificado. En un área separada cerca del bosque tropical se dispondrá un lugar para hacer fogatas que contará con piso de arena y troncos de madera como sillas. El área de juegos es una cancha de grama para la práctica del balón pié y balón mano, que estará alejada de las cabañas y los salones para los eventos.

Área de jardín y juegos

Se considera un jardín principal de árboles de naranja y flores de 15 metros x 15 metros. Alrededor de este jardín, en forma dispersa, están las 10 cabañas, y los salones para los eventos. Toda vegetación del proyecto se caracterizará por ser propia del lugar y por estar señalizada, ésto ayudara a que el visitante conozca mejor el entorno.

Restaurante

La estructura del comedor será similar a la de las cabañas

Oficinas

Esta oficina contará con sillas para los visitantes, un escritorio, computadora, teléfono y fax. También se dispondrá un pequeño aparador con libros y folletos de guía turística de las principales reservas y biotopos de El Petén.

Lobby: una sala para espera de los visitantes y usuarios, con espacio para una recepcionista que brindará la información requerida

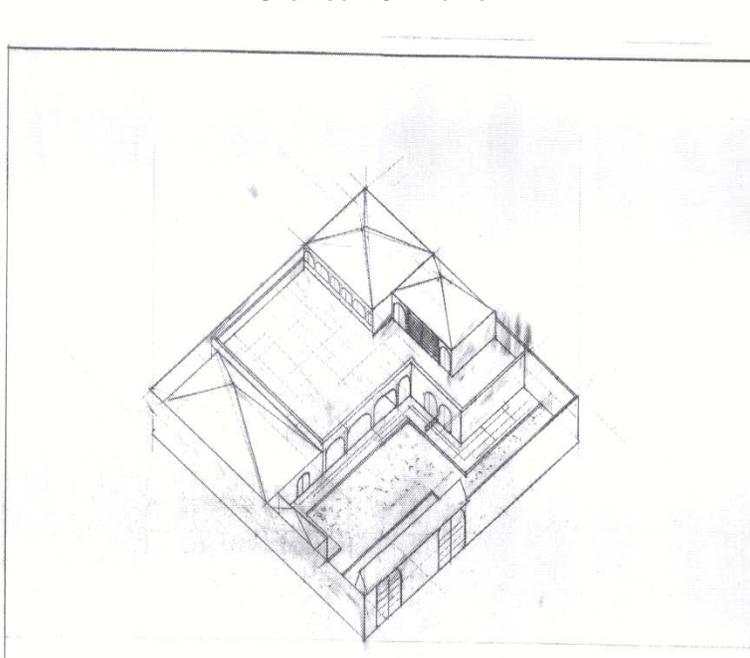
Parqueo

En un espacio de 20 metros de ancho por 50 metros de largo, se dispondrá de un parqueo, el cual será de pedrín y las divisiones de estacionamiento se marcarán con cal. Servirá tanto para el estacionamiento de los vehículos de los visitantes como para el microbús del centro de convenciones.

4.4.2 Dimensiones de las obras, exigencias en terrenos, dimensiones físicas.

Las dimensiones de la obra están proyectadas para unos 6,800 metros cuadrados, con un parqueo de 500 mts². Acceso una buena parte pavimentada y otra de terracería, iluminado que ocupa el 50% para el centro de convenciones.

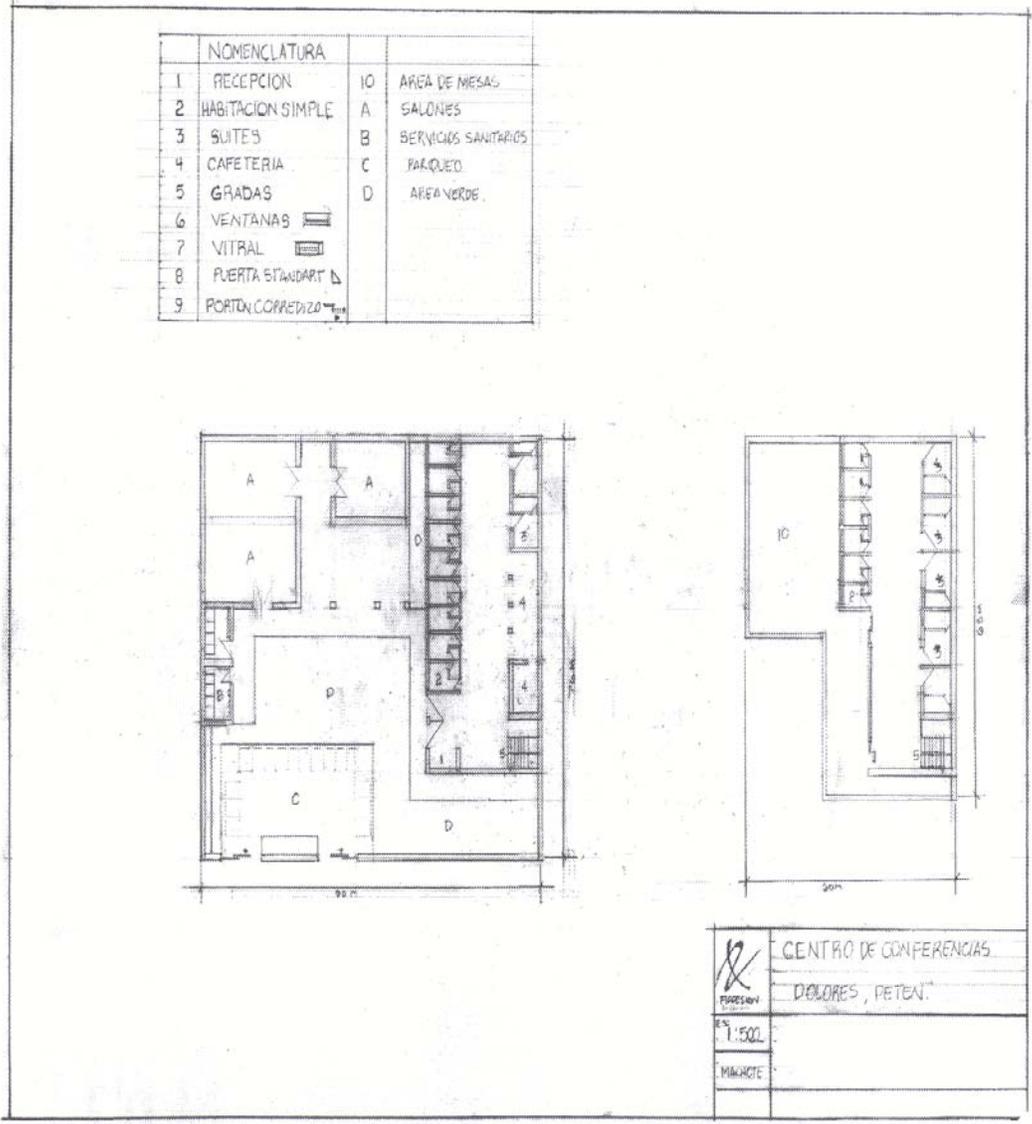
Gráfica 19. Plano 1



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico anterior se muestra el plano de la infraestructura de la obra a realizarse.

Gráfica 20. Plano 2



Fuente: Elaboración propia

Este plano es la vista frontal de la fachada de la puerta de ingreso al complejo que consiste en:

1) Recepción, 2) habitación simple, 3, *Suites*, 4) cafetería, 5) gradas, 6) ventanas, 7) vitral, 8) puerta estándar, 9) portón corredizo, 10) área de mesas,

A) salones, B) servicio sanitario, C) parqueo, D) área verde

4.4.3 Requisitos de las obras, materiales, mano de obra, equipos, maquinarias, Herramientas e instalaciones para construcción.

Los estudios previos a la iniciación del proyecto son los que comprenden la accesibilidad de los terrenos elegidos, los permisos municipales necesarios para la construcción del proyecto, la disponibilidad y accesibilidad de los servicios e insumos, el estudio de la competencia y el mercado local, para llevar a cabo los permisos municipales,

Se debe contar con la planificación y el diseño, las licencias municipales, los registros legales, la inscripción en el registro mercantil del nombre del proyecto y los trámites ante el INGUAT, los movimientos de tierra, topografías, bodega, guardianía, acometida, (agua, luz, drenajes y teléfonos), en cuanto a materiales, los básicos son block, cemento, pedrín, hierro, ventanas, piso, azulejo, sanitarios, guano, madera, y otros, los cuales serán utilizados por una empresa constructora.

4.4.4 Costos unitarios de los elementos de la obra

Tabla 13. Costos de los elementos de la obra

COSTO DE LA OBRA		
	Detalle	Monto
1	Ingreso	Q124,000.00
2	Parqueo	Q201,000.00
3	Lobby	Q70,000.00
4	Recepción	Q54,000.00
5	Área de espera	Q55,600.00
6	Administración	Q100,000.00
7	Cabañas	Q654,000.00
8	Piscina	Q240,000.00
9	Sala de juegos	Q248,800.00
10	Lavandería	Q226,000.00
11	Cocina y restaurante	Q320,000.00
12	Área verde interior y exterior	Q90,400.00
13	Servicio de limpieza	Q46,000.00
14	Salones para eventos	Q1,592,000.00
15	Bodega	Q87,600.00
16	Caldera y desechos	Q210,800.00
17	Gastos iniciales	Q126,000.00
18	Otros	Q164,000.00
19	Obras complementarias	Q502,000.00
	TOTAL	Q5,112,200.00

Fuente: Elaboración propia

4.4.5 Costo totales de la obra

Según los costos indicados en los elementos de la obra, se estable una inversión de

Q. 4, 182.635.00.

4.5 Organización

4.5.1 Para la ejecución de la obra, entidades ejecutoras, tipos de contratos, administración y control de la ejecución.

Se contratará una empresa constructora de prestigio que haya realizado proyectos de esta magnitud de amplio reconocimiento en el mercado, que se encargará de contratar la mano de obra calificada, los contratos que obligarán la erogación económica será basado en contratación de etapas y presupuestado por etapas a efecto que el flujo económico se mantenga y se constate, al final de cada etapa, su ejecución.

Se contratará a un profesional especializado en la materia para que su dictamen favorable dé por concluida la etapa por pagar, buscando el inicio de la etapa siguiente y quien supervisará el avance de la obra, esta persona será contratada directamente por el inversionista del proyecto y por el banco inversor.

Para el funcionamiento

Por el tamaño del proyecto la organización y su funcionamiento se deberá contar con el siguiente personal. A continuación se detalla el personal necesario y sus responsabilidades.

Gerente. Este puesto lo tiene la propietaria, quien es responsable de la administración. Su objetivo es velar por que cada operación se lleve a cabo de la mejor forma y crear una situación operativa-financiera sana y estable. Tendrá a su cargo además de la planificación, coordinación y control, la atención al cliente y negociar las mejores condiciones con las compañías asociadas como agencias de viajes, servicio de autobús, etc.

Administrador/contador. Será la persona a cargo de las operaciones contables, además de ayudar con la coordinación y control de las operaciones. Será la mano derecha de la propietaria. Se encargará de coordinar las compras a proveedores, llevar el control de inventario de suministros, mobiliarios y equipo, atender a los clientes en el registro de entrada y salida de las habitaciones. También contestará el teléfono y recibirá ventas por fax e Internet. Al ser este un puesto de confianza, sería recomendable que lo ocupara un familiar de la propietaria, o bien una persona conocida que tenga las cualidades necesarias para el puesto.

Cocinera. Estará a cargo de la preparación de alimentos, así como el inventario y requerimientos de alimentos y bebidas y suministros de cocina. Se organizará la cocina por horarios, cuando la cocina esté cerrada, su responsabilidad será la limpieza de la misma; así como la previa preparación de alimentos.

Para este puesto podría considerarse la contratación de dos personas, una a cargo del desayuno y almuerzo y otra a cargo de la cena. En ese caso el salario se repartirá conforme al tiempo empleado. En temporada alta se considerará la contratación temporal de un auxiliar de cocina.

Mesero. Se contratará los servicios de un mesero que trabajará por horarios. Su principal función es atender a los clientes en el comedor, servir bebidas y disponer las mesas antes de abrir el comedor. Cuando la cocina esté cerrada, podrá ayudar en la cocina preparando alimentos y limpiando el comedor. También se puede considerar la contratación de dos personas en horarios distintos y rotativos. En temporada alta se considerará la contratación temporal de otro mesero.

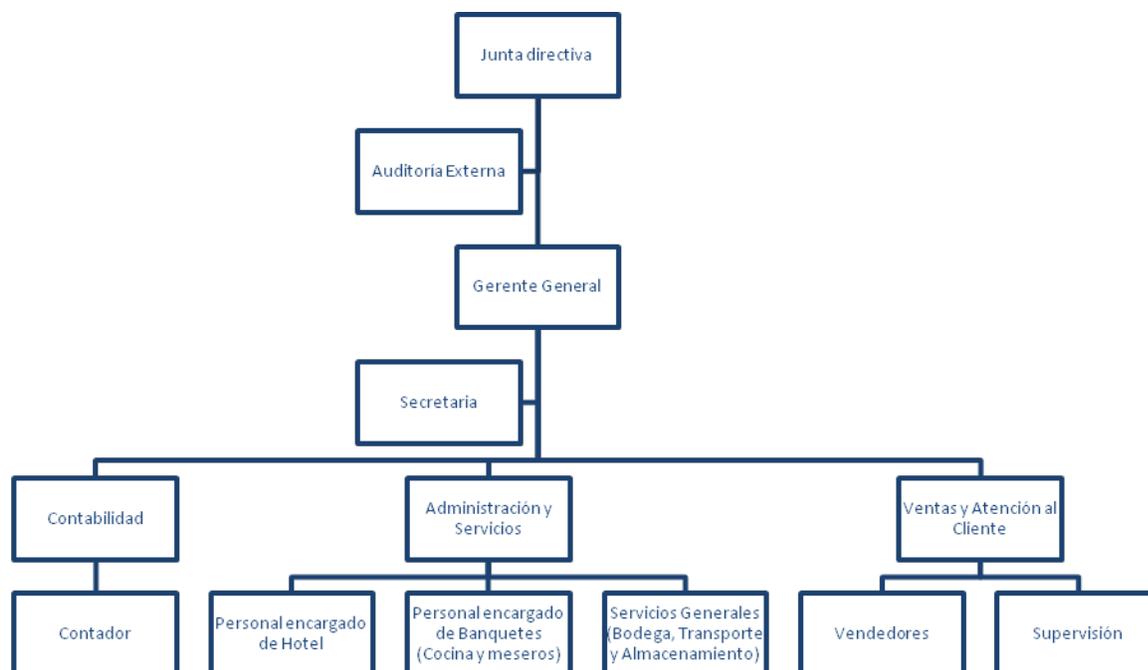
Personal de limpieza y mantenimiento. Tendrá a su cargo la limpieza de todas las instalaciones del hostel. Se contratará a dos personas organizadas por turnos. Serán las personas encargadas de lavar y planchar la ropa de las habitaciones, la limpieza en la oficina y casa de la propietaria, así como ayudar con la limpieza en la cocina y comedor. En temporada alta se considerará la contratación temporal de otra persona de limpieza.

Chofer / mantenimiento de instalaciones. Tendrá a su cargo la limpieza y mantenimiento de las instalaciones exteriores del hostel así como la jardinería. También se encargará de trasladar los huéspedes desde el centro de Poptún al hostel y será el chofer en paseos organizados. Tendrá a su cargo la limpieza y mantenimiento del vehículo. También tendrá a su cargo abrir y cerrar el portón de entrada al hostel y orientar a los clientes que ingresen con vehículo propio. Cuando esta persona esté fuera del hostel, estas actividades podrán ser asignadas a otra persona conforme a su disponibilidad. En cualquier caso es la propietaria la encargada de organizarlo.

Guardián nocturno. Se contempla la contratación de un guardián en horario nocturno, como parte de la seguridad. Esta persona estará a cargo de la vigilancia por la noche. Tendrá a su cargo abrir y cerrar el portón de entrada al hostel y orientar a los clientes que ingresen con vehículo propio en horas de la noche o mañana.

La dirección es responsabilidad única de la propietaria. Será ella quien dé las directrices a cada uno de sus empleados para que sepan qué se espera de ellos y cómo su trabajo ayuda al desarrollo de la empresa. En esta parte es importante contar con la colaboración del administrador-contador, quien debe ser una persona con la misma orientación que la propietaria, que busque los mismos objetivos y que trabaje con ímpetu para conseguirlos.

Gráfica 21. ORGANIGRAMA



Fuente: Elaboración propia

Este organigrama describe toda la estructura organizacional que constituirá la empresa para su funcionamiento.

4.6 Calendario

Tabla 14. Calendario

DESCRIPCIÓN	PRIMER	SEGUNDO	TERCER

	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012
Fase de preinversión			
Revisión del estudio			
Convocatoria de accionistas para presentación del proyecto			
Reuniones con Junta Directiva			
Contratación empresa constructora			
Permisos para la construcción			
Construcción			
Verificar si todo está listo con la construcción			
Cotizar equipo, insumos para todo el centro de convenciones			
Permisos locales			
Equipamiento del Centro de Convenciones			
Contratación del personal operativo y ejecutivo			
Apertura del centro de Convenciones			

Fuente: Elaboración propia

4.6.1 Fase de pre-inversión; revisión del estudio de factibilidad, contactos finales con proveedores, diseño definitivo y detalles

El proyecto se iniciará en el 2010, para lo cual se deben tener las revisiones de la construcción, así como la inversión de los accionistas, reuniones con las empresas que proveen alimentos, mobiliario y equipo y la constructora para seleccionar a los más calificados y realizar los contratos respectivos en base a los términos de referencia establecidos; así como con el Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT para ofrecer el nuevo proyecto, por último, se debe verificar el diseño definitivo ante los inversionistas.

4.6.2 Negociación del proyecto; financiamiento, obtención de autorizaciones legales, contratación de firmas ejecutoras

El centro de convenciones se registrará como una sociedad anónima, para ello las autorizaciones legales, lleva un tiempo estipulado para los integrantes del mismo, como la contratación de las firmas. El negocio del proyecto se realizará por medio de acciones que aportará la Junta Directiva como también venta de las mismas.

4.6.3 Ejecución del proyecto; construcción de obras físicas, adquisición de maquinaria y equipos, fabricación y entrega de maquinaria y equipo, montaje de maquinaria y equipo, contratación de capacitación del personal, organización e instalación de la empresa

La ejecución del proyecto se iniciará en junio del 2010, ya que primero se realizarán todos los trámites legales, como los permisos y la confirmación de la entrega de la empresa constructora. Todo el equipo y mobiliario se tiene programado para noviembre de 2010, contratación de personal a finales del 2011, capacitación del personal febrero 2012 y promoción del servicio, incluyendo a las empresas que brindarán servicios de *outsourcing*.

4.6.4 Operación del proyecto; plazo para la operación experimental y puesta en marcha, período para llegar a la operación normal prevista

Se tiene proyectado iniciar la apertura del centro de convenciones, a partir de marzo 2012, se promocionará ofreciendo los diferentes servicios, mediante trifolios, Internet, medios de comunicación social y otras estrategias que permitan realizar un buen mercadeo, a través de relaciones públicas.

4.7 Resumen

El estudio técnico desarrollado; presenta todo lo relacionado con el tamaño, alcance y capacidad del servicio, que tendrá el proyecto, en relación a la oferta existente, de igual manera, se detalla el funcionamiento y operatividad del proyecto, en cuanto a instalaciones, equipo, insumos, personal, descrita de manera general, todo lo relacionado con la organización, proceso de flujo gram y calendarización de las actividades previstas.

Otros elementos importantes que se describen, son los factores condicionantes del tamaño, dimensión del mercado, la capacidad financiera, la disponibilidad de insumos materiales y humanos, qué limitaciones de transporte se encuentran, institucionales y capacidad administrativa.

Se comenta también, si existen factores que condicionen o limiten el tamaño del proyecto, por razones financieras, de disponibilidad de materia prima, escasez de mano de obra calificada o capacidad del equipo, o atención.

De igual manera, se menciona la localización del proyecto a nivel de macro localización en el todo el Departamento de Petén y micro localización en el Municipio de Dolores, indicando que el proyecto se instalará en el Departamento de Petén, concretamente en el Municipio de Dolores.

También se hace un detalle del proceso principal que se espera del servicio, así mismo, se describen cada una de las etapas en la implementación del proyecto, qué tipo de expansión tendrá, y se incluye un detalle general de las obras físicas que se realizarán, el organigrama y el cronograma de actividades previstas, así como la ejecución del proyecto, contrataciones de proveedores, adquisición de materiales y equipo, y todo lo relacionado con la construcción, publicidad e inicio de la operatividad del proyecto.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO – LEGAL

5.1 Estructura administrativo-legal

5.1.1 Marco Legal del Proyecto

En nuestro país, como en toda nación, existe una constitución o su equivalente, que rige los actos del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos. A esta norma le siguen una serie de códigos y reglamentos, en lo referente a los siguientes temas: fiscal, sanitario, civil, trabajo, ambiental, agrícola y penal. Es importante que toda persona conozca estas disposiciones legales, las cuales contienen los derechos, deberes y obligaciones que poseen como individuos, patronos, empleados, etc. Como estas leyes repercuten de alguna manera en un proyecto, éste debe tomarlas en cuenta antes de ponerse en marcha. Por ello, el resto de este capítulo contiene los requerimientos legales que establecen estas normas para la inscripción, instalación y operación de la empresa en estudio

Escritura pública de constitución de sociedad

Elaborada por un notario activo. Donde se escriba la clase de sociedad, los datos de los integrantes de la misma, el monto de las acciones de cada uno de ellos, etc. Clase de Sociedad: Sociedad Anónima: Es la que tiene el capital dividido y representado por acciones. La responsabilidad de cada accionista está limitada al pago de las acciones que hubiere suscrito. (Artículo 86 al 94 C.C.)

Acta Notarial de nombramiento del Representante Legal, elaborada por un notario activo. En la cual se redacte el nombramiento del representante legal.

Inscripción de la Sociedad Anónima en el Registro Mercantil General de la República.

Procedimiento:

- Llenado de formulario de solicitud de inscripción de sociedades mercantiles nuevas.
- Copia del primer testimonio de escritura constitutiva.
- Pago de: Q. 250.00 de timbres fiscales, Q.275.00 de derecho de inscripción, Q.15.00 del edicto y Q.15.00 de la certificación.
- Inscripción provisional (24 horas) y emisión de edicto publicado en el diario oficial (plazo de ocho días hábiles para oposiciones), si hay oposición se interrumpe el trámite, se busca que las partes concilien sus diferencias. (Departamento Jurídico Registro Mercantil).
- Inscripción definitiva: transcurridos ocho días hábiles después de la publicación, presentar al Registro Mercantil, memorial acompañado de la publicación, el testimonio original y fotocopia del nombramiento del representante legal. (Artículo 343 C.C.)
- Entrega de la patente de comercio de sociedad. Se adhiere timbres fiscales por doscientos quetzales y testimonio original, debidamente razonado. (Artículo 344 C.C.)

Inscripción de la Empresa en el Registro Mercantil General de la República.

Procedimiento:

- Formulario de solicitud de inscripción de sociedades mercantiles llenado a máquina autenticado por notario y su número de colegiado, el cual contiene el nombre comercial de la empresa, dirección completa, objeto, cantidad de capital, categoría, nombre del administrador, números de folio y libro de la persona jurídica, número de empleados a contratar.

- Fotocopia de patente de sociedad
- Fotocopia del nombramiento del representante legal.
- Certificación contable de capital inicial mínimo de Q.2.000.00
- Cancelar arancel Q.100.00 por empresa y Q.50.00 en timbres fiscales que se adhieren a la patente
- Entrega de la patente de empresa de comercio

5.1.2 Régimen Tributario

El régimen tributario es del 31% serán Impuestos Sobre la Renta (ISR), los cuales se efectúan los pagos trimestrales e Impuestos Sobre el Valor Agregado (IVA). En el momento donde se concluyen los trámites en el Registro Mercantil, se deben realizar las gestiones pertinentes en la Superintendencia de Administración Tributaria – SAT. Inscripción en el Registro Tributario Unificado (RTU) para que sea extendido el número de identificación tributaria (NIT) a la sociedad anónima, se debe presentar nuevamente al Registro Mercantil para la autorización de libros. Inscribirse al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social- IGSS- presentando la documentación completa (que es solicitada en el formulario FORM. DRPT.-001). formulario correspondiente con firma autenticada del representante legal de la empresa.

Dictamen favorable emitido por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social, (actualizado). Se debe hacer una solicitud por escrito a esta institución, pidiendo que otorgue a la empresa un dictamen favorable. Junto a esta solicitud se debe adjuntar un documento que describa el proyecto, para que sea analizado, y la fotocopia de la constancia de inscripción en la División de Registro de Patronos y Trabajadores. No existen aranceles para su emisión.

5.2 Planteamiento de la organización técnico funcional

Régimen de Gobierno

Asamblea General, representada por la Junta Directiva, ente máximo de toma de decisiones, conformado por la junta de accionistas.

Gerente General, representante legal y quien dirige la operación,

Auditoría Externa, audita, examina y revisa los procesos relacionados con el manejo de los fondos asignados a la ejecución del proyecto bajo la responsabilidad el Gerente General.

Secretaria, un contador, personal de operación, personal de ventas, y personal de servicios generales

5.3 Estructura Administrativa

Representada por un Gerente General y representante legal de la empresa, apoyado por un Consejo de Administración.

5.3.1 Descripción y Perfil de Puestos:

Puesto No. 1

Nombre del Puesto: Gerente General

Reporta a: Junta Directiva

Funciones:

- Responsable del buen funcionamiento y manejo de la empresa

- Define, controla y ejecuta presupuesto
- Analizar los resultados de las ventas de los eventos
- Selecciona y recluta personal idóneo para las posiciones subalternas, en base a las metas de la empresa.
- Define políticas de precios
- Asegura el funcionamiento de la operación y la rentabilidad de la empresa
- Asegura el cumplimiento de las obligaciones fiscales de la empresa
- Supervisión de personal
- Capacitación del personal a cargo

Perfil:

- Edad entre 35 a 55 años
- Sexo: masculino o femenino
- Estado civil: indiferente
- Título académico: Administrador de Empresas o de Negocios
- Experiencia: Tres años en puesto similar
- Responsable
- Capacidad de trabajar en equipo
- Liderazgo
- Manejo de controles de calidad
- Experiencia mínima 5 años en puestos similares

Puesto 2

Nombre del puesto: Secretaría administrativa

Reporta a: Gerente General

Funciones:

- Responsable del apoyo administrativo para el Gerente General
- Lleva registro de las operaciones relevantes de la empresa
- Administración de papelería para los vendedores
- Recepción de papelería, cotizaciones y demás información
- Reporte de comisiones de los vendedores
- Compromisos laborales y fiscales
- Funciones secretarias, (atención de llamadas telefónicas, entre otros)

Perfil:

- Edad entre 23 – 35 años
- Sexo: Femenino
- Estado civil: indiferente
- Título académico: Secundaria y con algunos estudios universitarios
- Responsable
- Capacidad de trabajar en equipo
- Facilidad de comunicarse
- Experiencia mínima 3 años en puestos similares

Puesto 3

Nombre del Puesto: Contador

Reporta a: Gerente General

Funciones:

- Llevar control de Libros
- Pago de Impuestos
- Pago de salarios
- Reportes de Ingresos y Egresos
- Control de inventario

Perfil:

- Edad entre 25 - 40 años
- Sexo: masculino
- Estado civil: Indiferente
- Título académico: Perito Contador
- Responsable
- Capacidad de trabajar en equipo
- Facilidad de comunicarse
- Licencia de conducir tipo B ó A
- Experiencia mínima tres años en puestos similares

Puesto 4

Nombre del puesto: Meseros

Reporta a: Gerente General

Funciones:

- Responsables de la atención al cliente
- Servicio de alimentación
- Llevar el control del servicio

Perfil:

- Edad entre 25 - 40 años
- Sexo: masculino o femenino
- Estado civil: Indiferente
- Escolaridad: mínima tercero básico
- Responsable
- Capacidad de trabajar en equipo
- Eficiente y organizado
- Facilidad de comunicarse
- Experiencia mínima 3 años en puestos similares

Puesto 5

Nombre del puesto: Equipo de limpieza

Reporta a: Gerente General

Funciones:

- Equipo responsable por el mantenimiento, limpieza y funcionalidad de las instalaciones designadas para el hospedaje. Y salones de convenciones
- Asegura el ornato, limpieza y decoro de las habitaciones, áreas de servicio y áreas sociales.
- Asegura el tratamiento de los desechos.
- Velar por el funcionamiento de cocina, habitaciones, mantenimiento, renta de equipo de apoyo.

Perfil:

- Edad entre 20 a 40 años
- Sexo: masculino o femenino
- Estado civil: Indiferente
- Escolaridad: mínima tercero básico
- Responsable
- Capacidad de trabajar en equipo
- Eficiente y organizado
- Facilidad de comunicarse
- Experiencia mínima tres años en puestos similares

Puesto 6

Nombre del puesto: Ejecutiva/o de ventas

Reporta a: Gerente General

Funciones:

- Responsable de la organización y funcionamiento de eventos contratados.
- Coordina la oferta de alimentos y bebidas para los distintos tipos de reuniones ofrecidas.
- Define los diferentes tipos de menú a ofrecer y garantiza el abastecimiento de los mismos.
- Coordina con los proveedores buscando el mejor costo y calidad.
- Contrata al personal idóneo para las tareas a desarrollar.
- Captación de nuevos clientes
- Seguimiento de cuentas
- Venta de eventos
- Cobro a los cliente
- Brinda asesoría al cliente
- Control de programación de eventos

Perfil:

- Edad entre 25 a 40 años
 - Sexo: masculino o femenino
 - Estado civil: Indiferente
 - Escolaridad Mínima Bachillerato en mercadotecnia con estudios universitarios en Mercadeo
 - Responsable
 - Capacidad de trabajar en equipo
-
- Eficiente y organizado
 - Facilidad de comunicarse
 - Experiencia mínima de 3 años en puestos similares

Puesto 7

Nombre del puesto: Piloto automovilista

Reporta a: Gerente General

Funciones:

- Traslado de los clientes
- Responsable de mensajería
- Organizar las salidas y traslado de los clientes
- Llevar reporte diario de salidas y entradas del vehículo
- Llevar el control del mantenimiento del vehículo

Perfil:

- Edad entre 25 - 40 años
- Sexo: masculino
- Estado civil: Indiferente
- Escolaridad: mínima tercero básico
- Responsable
- Capacidad de trabajar en equipo
- Facilidad de comunicarse
- Experiencia: cinco años en puesto similar

Puesto 8

Nombre del puesto: Cocinera/o

Reporta a: Gerente General

Funciones:

- Responsable de la elaboración de alimentos
- Llevar el control de los egresos e ingresos de los alimentos
- Inventariar los insumos requeridos
- Organizar los alimentos en bodega
- Realizar reportes de existencia
- Responsable de preparar los alimentos con las normas de higiene establecidas por el Registro Sanitario

- Elaborar el plan de servicio de alimentos (carta de menú)

Perfil

- Edad entre 25 - 40 años
- Sexo: masculino o femenino
- Estado civil: Indiferente
- Escolaridad: Técnico de Chef
- Responsable
- Capacidad de trabajar en equipo
- Facilidad de comunicarse
- Experiencia: tres años en puesto similar

Puesto 9

Nombre del puesto: Ayudante de cocina

Reporta a: Cocinera/o

Funciones:

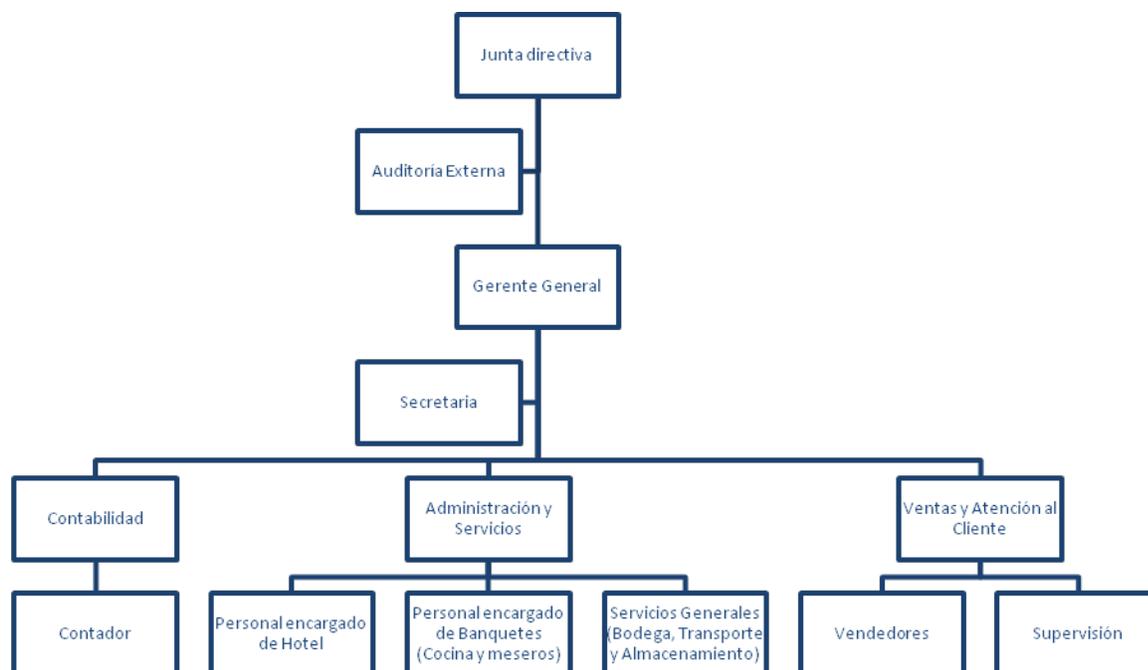
- Asiste de cocina
- Apoyo del Chef
- Responsable de preparar los alimentos con las normas de higiene establecidas por el Registro Sanitario
- Responsable de la presentación y limpieza de la cocina

Perfil

- Edad entre 25 - 40 años
- Sexo: masculino o femenino
- Estado civil: Indiferente
- Escolaridad: estudios de cocina nivel intermedio
- Responsable
- Capacidad de trabajar en equipo
- Facilidad de comunicarse
- Experiencia: tres años en puesto similar

5.3.2 Organigrama General

Gráfica 22.



Fuente: Elaboración propia

El organigrama comprende toda la estructura funcional de la empresa.

Tabla 15. Sueldos

Posición	Sueldo mensual	No. personal requerido
Gerente General	Q. 10,000.00	1
Secretaria	Q. 3,000.00	1

administrativo		
Contador	Q. 4,000.00	1
Meseros	Q. 2,500.00	3
Cocinero/a	Q. 5,000.00	1
Ayudante de Cocina	Q. 2,500.00	2
Personal de limpieza	Q. 1,830.00	4
Ejecutivo de ventas	Por comisión	1
Piloto	Q. 3,000.00	1

Fuente: Elaboración propia

5.4 Planteamiento del sistema general de control.

El sistema general de empresa lo tendrá a cargo el Gerente General ya que él es el representante legal de la misma para lo cual se tendrán los controles mínimos requeridos con los encargados de cada área para poder realizar un análisis de los avances la misma o bien las posibles mejoras que se podrían implementar. Siendo los siguientes:

- Control disponibilidad de banco
- Control de cuentas por cobrar
- Control de Inventario
- Control de asistencia de personal
- Control de programación de salones
- Control de ocupación.

Velando por el buen funcionamiento y aporte directo al objetivo general de la empresa de reportar rentabilidad. Regidos por los controles de cada responsable y con el monitoreo constante de auditoría externa.

5.5 Resumen

Se presenta la estructura general de la empresa, organización administrativa y requerimientos legales, a ser considerados para el establecimiento y desarrollo de la estrategia de negocio propuesta por la Junta Directiva. Se enumeran los pasos a seguir para la organización inicial, la descripción de las funciones básicas asignadas a cada puesto y perfil, sin limitar otras funciones que sean necesarias realizar, derivadas del desarrollo de las gestiones propias de cada departamento.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO IMPACTO AMBIENTAL

6.1 Descripción del entorno biótico y abiótico

Es el análisis de la relación entre ecosistema y cultura. En general, es el entorno en el cual opera una organización, que incluye el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos y su interrelación. En este contexto, el medio ambiente se extiende, desde el interior de una organización, hasta el sistema global.

El medio ambiente se refiere a todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos) y componentes sociales que se refieren a los derivados de las relaciones que se manifiestan a través de la cultura, la ideología y la economía. La relación que se establece entre estos elementos es lo que, desde una visión integral, conceptualiza el medio ambiente como un sistema. Hoy en día, el concepto de medio ambiente está ligado al de desarrollo; esta relación permite entender los problemas ambientales y su vínculo con el desarrollo sustentable, el cual debe garantizar una adecuada calidad de vida para las generaciones presentes y futuras.

En el área de estudio de la construcción de un centro de convenciones, presenta un medio ambiente que hasta la fecha se mantiene virgen, pues en él nunca se han efectuado trabajos que afecten su entorno (movimiento de tierras, tala de árboles, perforación de pozos, desvío del cauce de su río, etc.), situación que en el momento que comiencen los trabajos de infraestructura cambiará, pero que a su vez no afectan en grandes proporciones, pues dichos trabajos son de vital importancia para el desarrollo del mismo.

6.1.2 Identificación de impacto ambiental

Se dice que hay impacto ambiental cuando una acción o actividad produce una alteración, favorable o desfavorable, en el medio o en alguno de los componentes del medio. Esta acción puede ser un proyecto de ingeniería, un programa, un plan, una ley o una disposición administrativa con implicaciones ambientales. Hay que hacer constar que el término "impacto" no implica negatividad, ya que éstos pueden ser tanto positivos como negativos. Es la diferencia entre la situación del medio ambiente futuro modificado, tal y como se manifestaría como consecuencia de la realización del proyecto, y la situación del medio ambiente futuro, tal como habría evolucionado normalmente sin tal actuación; es decir, lo que se registra es la alteración neta positiva o negativa tanto en la calidad del medio ambiente como en la calidad de vida del ser humano. Inmediato o de momento crítico; temporal o permanente; irrecuperable, irreversible, reversible, mitigable, recuperable o fugaz; directo o indirecto; simple, acumulativo o sinérgico.

Un estudio de impacto ambiental es un proceso de análisis que pronostica los futuros impactos ambientales negativos y positivos de acciones humanas, permitiendo seleccionar las alternativas que maximicen los beneficios y minimicen los impactos no deseados. Su importancia radica en que, es un instrumento de planificación, gestión y control del proceso de urbanización.

Todo estudio de impacto ambiental tiene que iniciarse al mismo tiempo que las demás evaluaciones inherentes a un proyecto (evaluaciones técnicas, económicas, etc.)

Un estudio de impacto ambiental es autorizado por medio del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, quien es el ente rector del Gobierno que analiza los estudios; para ello, se basa en las leyes y requisitos legales con fundamento en lo establecido en los Artículos: 12, 28 y 97 de la Constitución Política de la República de Guatemala; 1, 8, 9, 10, 11 y 12 de la Ley de

Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente Decreto número 68-86; 22, 23, 141 y 143 de la Ley del Organismo Judicial; 66, 67, 68, 70 y 75 del Código Procesal Civil y Mercantil; 3 del Decreto 90-200 del Congreso de la República; 11, 12, 14, 27, 29 y 40 del Acuerdo Gubernativo 23-2003 y sus reformas.

Para todo proyecto, obra, industria o cualquier otra actividad que por sus características puede producir deterioro a los recursos naturales renovables o no, al ambiente, o introducir modificaciones nociva o notarias al paisaje y a los recursos culturales del patrimonio nacional, será necesario previamente a su desarrollo un estudio de evaluación de impacto ambiental, realizado por técnicos en la materia y aprobado por la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA).

Por tal razón, se debe de contar con un registro de consultores especializados en la elaboración de estudios de impacto ambiental, y son ellos los responsables de realizarlo, en virtud que la misma ley indica que deben ser técnicos en la materia. El consultor que es contratado, tiene la obligación de hacer un estudio profundo de las leyes para no permitir que se incurra en infracciones o ilícitos que ocasionen serios problemas legales.

La empresa constructora debe proporcionar al especialista la siguiente información:

- Solicitud de inspección del terreno a urbanizar firmada por el representante legal
- Plano de ubicación del terreno
- Juego de planos firmados por Arquitecto o Ingeniero colegiado activo.
 - Topografía completa. (polígono, curvas de nivel, distribución de lotes)
 - Planta de tratamiento de aguas negras
 - Drenajes pluviales y sanitarios
 - Instalación eléctrica
 - Distribución de agua

Luego de efectuada la inspección, el especialista emite un dictamen y si éste es favorable, debe emitirse un edicto (anuncio en periódico) en el que se indica al público en general que se tiene a la vista el estudio de impacto ambiental y estará en las oficinas del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales para los comentarios sobre dicho estudio. Transcurrido el tiempo, éste es elevado al ministerio para su resolución final. Al momento de llevarlo al ministerio debe entregarse con la siguiente documentación:

Requisitos básicos de presentación de estudios de impacto ambiental

1. Carta de presentación de proyecto, firmada por el representante legal y dirigida al delegado departamental del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales y debe incluir:

Nombre o razón social de la empresa

Nombre del propietario o representante legal

Dirección, lugar, teléfono, *E-mail* y fax para recibir notificaciones

2. Dirección del proyecto y plano de localización
3. Fotocopia legalizada de la constancia, Número de Identificación Tributaria (NIT) de la empresa promotora
4. Declaración jurada del consultor, (especializado en la materia) legalizado por abogado
5. Certificado del Registro de la Propiedad, legalizado
6. Fotocopia legalizada del nombramiento del representante legal
7. Fotocopia legalizada de la Patente de Comercio de la empresa
8. Anuncio de prensa en original (de 2 x 4 pulgadas) en cualquier diario, con la leyenda sugerida
9. Resumen ejecutivo del estudio en disquete de 3.5 pulgadas.
 1. Constancia de colegiado activo del consultor responsable del estudio
 2. Registro actualizado del consultor de SEGEPLAN
 3. Planos del proyecto mencionados arriba

6.2 Desechos y residuos

Los residuos generados por los trabajos de construcción serán manejados de acuerdo a las normas establecidas por la municipalidad de Dolores, Petén; depositándolos adecuadamente en el vertedero municipal designado para tal efecto.

6.3 Manejo ambiental del proyecto

Durante el proceso de construcción, así como en el manejo posterior del proyecto se contará con la responsabilidad de Gerente General para la observancia de las normas ambientales más exigentes, a fin de garantizar la conservación e incluso mejoramiento del entorno natural, lo cual a su vez, constituye un factor de mercadeo y valor agregado del proyecto.

6.4 Identificación de impacto ambiental

El impacto ambiental directo generado por el proyecto lo constituye el ruido generado por maquinaria de movimiento de tierras al inicio del proyecto. Así como también por el generado por el personal de construcción durante la edificación de la infraestructura del proyecto. Sin embargo, por tratarse de un área lejana de comunidades cercanas el impacto no es significativo.

6.5 Plan seguridad industrial

- Reutilizar y reciclar los residuos que lo permiten para disminuir el volumen de desechos.
- Rotular salidas de emergencia
- Instrucciones por posibles incendios
- Realizar análisis periódicos del servicio eléctrico tanto de la garita como del área de alumbrado de la calle
- Tomar medidas que garanticen que los lugares de trabajo, que no presenten riesgos para la salud y la seguridad de los trabajadores
- Facilitar controles médicos periódicos a los trabajadores

6.6 Resumen

Por ser un proyecto de urbanización, la empresa constructora debe proporcionar al especialista, información necesaria, que indique que el centro de convenciones, cumple con los requerimientos solicitados y mencionados.

Por otro lado, establece algunas normas de seguridad industrial para el personal, como el reutilizar y reciclar los residuos que lo permiten para disminuir el volumen de desechos, rotular salidas de emergencia, instrucciones por posibles incendios, realizar análisis periódicos del servicio eléctrico y cualquier medida que garanticen que los lugares de trabajo no presentan riesgos para la salud y la seguridad de los trabajadores.

Se concluye que el impacto ambiental del proyecto, no representa riesgo para las comunidades adyacentes. No se prevé ninguna contaminación o alteración del ecosistema circundante, considerando flora y fauna del entorno, por el contrario, se considera una mejora del área a través de la jardinería proyectada en los alrededores de las instalaciones del proyecto.

CAPÍTULO VII

ESTUDIO FINANCIERO

Para poder desarrollar el estudio financiero se deben de realizar diferentes estudios, los cuales van a determinar sí el proyecto es viable, como lo son la inversión, forma de financiamiento, el período de recuperación de la inversión, la proyección de ventas durante un período de cinco años, estados financieros, balance general, flujo de efectivo, punto de equilibrio, el valor actual neto, la tasa interna de retorno.

7.1 Análisis de Costos

7.1.1 Costo total de la inversión

Tabla 16

CUADRO DE INVERSIÓN		
	Detalle	Monto
1	Ingreso	Q. 90,000.00
2	Parqueo	Q. 101,000.00
3	Lobby	Q 70,000.00
4	Recepción	Q 54,000.00
5	Área de espera	Q 45,000.00
6	Administración	Q 80,000.00
7	Cabañas	Q. 654,000.00
8	Piscina	Q 240,000.00
9	Sala de juegos	Q 148,000.00
10	Lavandería	Q 126,000.00
11	Cocina y restaurante	Q 220,000.00
12	Área verde interior y exterior	Q 80,400.00
13	Servicio de limpieza	Q. 36,000.00
14	Salones para eventos	Q 1,225,337.00
15	Bodega	Q 67,600.00

16	Caldera y desechos	Q 90,800.00
17	Gastos iniciales	Q 100,000.00
18	Otros	Q 90,000.00
19	Obras complementarias	Q 202,000.00
20	Maquinaria	Q 12,000.00
21	Herramientas	Q 66,770.00
22	Vehículos	Q 165,000.00
23	Mobiliario y Equipo	Q 143,000.00
24	Equipo de Computación	Q. 83,200.00
25	Gastos de Organización	Q. 45,000.00
INVERSION TOTAL		Q4,182,635.00

Fuente: Elaboración propia

La inversión total es de **Q 4,182,635.00**. La que se cubrirá de la siguiente manera:

Tabla 17. Cuadro de aplicación de fondos

Descripción	Monto	%
Préstamo	Q. 2,500.000.00	60%
Aporte accionistas	Q. 1,682,635.00	40%
Total capital	Q. 4,182,635.00	100%

Fuente: Elaboración propia

7.1.2 Costo total de la operación

El cuadro presentado a continuación consigna los valores totales de los costos operativos, que han de incurrirse en la operación de la empresa. Para tales cálculos, se tomó en consideración los aspectos siguientes: La legislación laboral existente en Guatemala, a fin de establecer las prestaciones de los empleados, el tiempo y horarios de trabajo que la misma establece. Los

costos estimados por servicios básicos (agua, energía eléctrica, teléfono.), existentes en el área, al momento del inicio de operaciones.

Tabla 18. Costo Total de la Operación

Costo T. de la operación	Mensual	Anual
Sueldos Operativos	Q119,160.47	Q1,429,925.64
Energía Eléctrica	Q8,000.00	Q96,000.00
Mantenimiento y reparaciones	Q10,000.00	Q120,000.00
Servicio de agua potable	Q2,000.00	Q24,000.00
Gastos varios	Q2,500.00	Q30,000.00
Servicios adicionales	Q4,000.00	Q48,000.00
Control de calidad de servicio al cliente	Q700.00	Q8,400.00
Depreciaciones	Q44,192.71	Q530,312.52
Subtotal	Q190,553.18	Q2,286,638.16
Gastos fijos de administración	Q5,000.00	Q60,000.00
Servicios contables	Q3,000.00	Q36,000.00
Servicio de comunicación (internet, tv. Cable)	Q3,500.00	Q42,000.00

Mant. General de oficinas administrativas	Q1,500.00	Q18,000.00
Sueldos administrativos	Q4,547.23	Q54,566.76
Subtotal	Q17,547.23	Q210,566.76
Sueldos de venta	Q5,979.64	Q71,755.68
combustible y depreciación	Q2,000.00	Q24,000.00
Publicidad	Q3,500.00	Q42,000.00
Subtotal	Q11,479.64	Q137,755.68
Total	Q219,580.05	Q2,634,960.60

Fuente: Elaboración propia

El total de costos mensuales son de Q219,580.05 y anuales de Q2,634,960.60.

7.1.3 Clasificación de los rubros en costos en variables y fijos

Tabla 19.

Costos Variables	Mensual	Anual
Sueldos Operativos	Q119,160.47	Q1,429,925.64
Sueldos de venta	Q5,979.64	Q71,755.68
Energía Eléctrica	Q8,000.00	Q96,000.00
Servicio de agua potable	Q2,000.00	Q24,000.00
Combustible	Q2,000.00	Q24,000.00
Servicios adicionales	Q4,000.00	Q48,000.00
Total	Q141,140.11	Q1,693,681.32

Costos Fijos	Mensual	Anual
Sueldos administrativos	Q4,547.23	Q54,566.76
Gastos fijos de administración	Q5,000.00	Q60,000.00
Mantenim. Gral. de oficinas administrativas	Q1,500.00	Q18,000.00
Mantenimiento y reparaciones	Q10,000.00	Q120,000.00
Publicidad	Q3,500.00	Q42,000.00
Depreciaciones	Q44,192.71	Q530,312.52
Servicios contables	Q3,000.00	Q36,000.00
Servicio de comunicación (Internet, tv. Cable)	Q3,500.00	Q42,000.00
Gastos varios	Q2,500.00	Q30,000.00
Control de calidad de servicio al cliente	Q700.00	Q8,400.00
Total	Q78,439.94	Q941,279.28

Fuente: Elaboración propia

La distribución de los costos fijos son, sueldos y salarios de los operarios, gastos fijos de administración, energía eléctrica, mantenimiento y reparaciones, servicio de agua potable, depreciaciones, servicios contables, servicio de comunicación. Entre los costos variables, mantenimiento general de las oficinas administrativas, sueldos administrativos, sueldo de venta, combustible, publicidad, gastos varios, servicios adicionales, control de calidad de servicio al cliente.

7.2 Análisis de Ingresos

7.2.1 Venta de servicios

Tabla 20.

Mes	Servicios de hospedaje (habit, doble) max. 300 c/mes	Servicios de convenciones max. 96 c/mes	Venta unitario hospedaje	Venta unitaria de salones	total hospedaje	total salones	total
enero	30	8	Q240.00	Q6,250.00	Q7,200.00	Q50,000.00	Q57,200.00
febrero	30	8	Q240.00	Q6,250.00	Q7,200.00	Q50,000.00	Q57,200.00
marzo	100	24	Q240.00	Q6,250.00	Q24,000.00	Q150,000.00	Q174,000.00
abril	100	24	Q240.00	Q6,250.00	Q24,000.00	Q150,000.00	Q174,000.00
mayo	40	30	Q240.00	Q6,250.00	Q9,600.00	Q187,500.00	Q197,100.00
junio	125	30	Q240.00	Q6,250.00	Q30,000.00	Q187,500.00	Q217,500.00
julio	125	48	Q360.00	Q6,250.00	Q45,000.00	Q300,000.00	Q345,000.00
agosto	40	48	Q360.00	Q6,250.00	Q14,400.00	Q300,000.00	Q314,400.00
septiembre	40	48	Q360.00	Q6,250.00	Q14,400.00	Q300,000.00	Q314,400.00
octubre	40	60	Q360.00	Q6,250.00	Q14,400.00	Q375,000.00	Q389,400.00
noviembre	210	60	Q360.00	Q6,250.00	Q75,600.00	Q375,000.00	Q450,600.00
diciembre	225	72	Q360.00	Q6,250.00	Q81,000.00	Q450,000.00	Q531,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Según la proyección de las ventas se encuentra que, cada mes van a vender servicios de hospedaje y servicios de convenciones, los cuales contemplan una variación en las ventas, según el mes, ya que se evaluaron los meses de mayor turismo, semana santa, convivios, celebraciones de fin de año, así también se evaluaron las posibles capacitaciones de acuerdo al estudio de mercado.

7.2.2 Otros ingresos

No se indican otros ingresos.

7.2.3 Proyección de ingresos totales por año

Tabla 21.

PROYECCIÓN EN LAS VENTAS							
AÑO	Servicios de hospedaje(habit, doble) max. 300 c/mes	Servicios de convenciones max. 96 c/mes	Precio	Precio	subtotal	subtotal	Total
1	1,105	460	Q313.85	Q6,250.00	Q346,800.00	Q2,875,000.00	Q3,221,800.00
2	1,179	552	Q400.00	Q7,500.00	Q471,600.00	Q4,140,000.00	Q4,611,600.00

3	1,258	662	Q400.00	Q7,500.00	Q503,200.00	Q4,965,000.00	Q5,468,200.00
4	1,342	795	Q400.00	Q8,750.00	Q536,800.00	Q6,956,250.00	Q7,493,050.00
5	1,432	954	Q400.00	Q9,375.00	Q572,800.00	Q8,943,750.00	Q9,516,550.00
Total							Q30,311,200.00

Fuente: Elaboración propia

Por la característica del proyecto, el cual realiza venta de servicios de hospedaje y servicios de convenciones, el precio de ellos se encuentra establecido acorde al mercado y éstos se indican con un crecimiento en el precio.

7.3 Recursos financieros para la inversión

7.3.1 Calendario de las inversiones

Tabla 22.

Descripción	Mes 1		Mes 2				
Negociación con la empresa constructora		x	X				
Elaboración de planos			X				
Autorizaciones legales			X				
Construcción de obras físicas			X	x	x	x	

Fuente: Elaboración propia

7.3.2 Necesidades de capital de trabajo

Para iniciar el proyecto es necesario contar con Q4,182,635.00.

7.3.3 Estructura y fuentes de financiamiento

Para efectos del proyecto es necesario contar con un préstamo de Q 2,500,000 con una entidad bancaria, el resto del proyecto se estará financiando por un núcleo de personas.

7.3.4 Programa de financiamiento externo requerido; necesidades totales de capital externo para cubrir la inversión

Como se mencionó anteriormente se solicitará un préstamo de Q 2,500,000 con una entidad bancaria la cual tiene una tasa de interés del 12% sobre saldo.

7.4 Punto de equilibrio (unidades y valores)

Tabla 23. Punto de equilibrio

Convenciones				
Precio por 50 personas.	Q6,250.00			
Costo variable unitario	Q3,287.50			
Contribucion unitaria	Q2,962.50			
costo fijos	Q839,958.39			
Punto equilibrio	costos fijos	Q839,958.39		284
	PV- PC	Q2,962.50		
Punto equilibrio	costos fijos	Q839,958.39		Q1,772,064.11

	% costo	0.474		

Fuente: Elaboración propia

Se requiere de 284 convenciones para alcanzar el punto de equilibrio y se necesita Q1,772,064.11 de ventas para alcanzar también el punto de equilibrio.

7.5 Estados financieros proyectados a cinco años

7.5.1 Flujo de efectivo proyectados

Tabla 24.

Flujo de Efectivo					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Total de Ingresos	Q3,221,800.00	Q4,611,600.00	Q5,468,200.00	Q7,493,050.00	Q9,516,550.00
(-) Total de Egresos (costos y gastos operativos)	Q2,404,648.08	Q3,136,668.36	Q3,587,239.96	Q4,922,060.86	Q6,059,267.86
(=) Flujo de efectivo antes de impuestos	Q817,151.92	Q1,474,931.64	Q1,880,960.04	Q2,570,989.14	Q3,457,282.14
(-) Amortizacion Prestamo					Q1,000,000.00
(-) Impuestos (ISR)	Q88,920.21	292,831.93	418,700.73	632,609.75	907,360.58
(=) Flujo neto de efectivo	Q728,231.71	Q1,182,099.71	Q1,462,259.31	Q1,938,379.39	Q1,549,921.56
(+) Efectivo Inicial	Q130,000.00	Q858,231.71	Q2,040,331.42	Q3,502,590.73	Q5,440,970.12

Efectivo Final	Q858,231.71	Q2,040,331.42	Q3,502,590.73	Q5,440,970.12	Q6,990,891.68
----------------	-------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Fuente: Elaboración propia

7.5.2 Estado de resultados

Tabla 25.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingreso por Ventas	3,221,800.00	4,611,600.00	5,468,200.00	7,493,050.00	9,516,550.00
(-) Costo de Venta	1,693,681.32	2,425,701.60	2,876,273.20	4,211,094.10	5,348,301.10
(=) Utilidad Bruta	1,528,118.68	2,185,898.40	2,591,926.80	3,281,955.90	4,168,248.90
Gastos de Operación	941,279.28	941,279.28	941,279.28	941,279.28	941,279.28
Gastos de Administración	410,966.76	410,966.76	410,966.76	410,966.76	410,966.76
Gastos por depreciación y amortización	530,312.52	530,312.52	530,312.52	530,312.52	530,312.52
Utilidad en Operación (UAI)	586,839.40	1,244,619.12	1,650,647.52	2,340,676.62	3,226,969.62
Gastos de Intereses	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00
Utilidad antes de Impuestos (UAI)	286,839.40	944,619.12	1,350,647.52	2,040,676.62	2,926,969.62
ISR 31%	88,920.21	292,831.93	418,700.73	632,609.75	907,360.58
Utilidades Netas (UDI)	197,919.19	651,787.19	931,946.79	1,408,066.87	2,019,609.04

Fuente: Elaboración propia

Las ventas se han venido incrementando de acuerdo al cuadro de proyecciones.

Tabla 26

CALCULO DE INTERESES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MONTO DEL PRESTAMO	Q2,500,000.00	Q2,500,000.00	Q2,500,000.00	Q2,500,000.00	Q2,500,000.00
12 % ANUAL	Q300,000.00	Q300,000.00	Q300,000.00	Q300,000.00	Q300,000.00

Fuente: Elaboración propia

Los intereses serán pagados igual durante los cinco años, debido que a finales del quinto año se amortizara Q 1,000,000.00 a capital, estamos considerando que la tasa se mantendrá durante los cinco años en un 12%.

7.5.3 Balance General proyectado

Tabla 27.

BALANCE GENERAL	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Activo Circulante						
(Caja y bancos)	130,000.00	Q858,231.71	Q2,040,331.42	Q3,502,590.73	Q5,440,970.12	Q6,990,891.68
Total Activo circulante						
Activo Fijo						
Maquinaria	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Vehículos	165,000.00	165,000.00	165,000.00	165,000.00	165,000.00	165,000.00
Herramientas	66,770.00	66,770.00	66,770.00	66,770.00	66,770.00	66,770.00
Mobiliario y equipo	143,000.00	143,000.00	143,000.00	143,000.00	143,000.00	143,000.00
equipo de computo	83,200.00	83,200.00	83,200.00	83,200.00	83,200.00	83,200.00
instalaciones	3,582,665.00	3,582,665.00	3,582,665.00	3,582,665.00	3,582,665.00	3,582,665.00
(-) DEPRECIACIONES ACUMULADAS		- 530,312.52	- 1,060,625.04	- 1,590,937.56	- 2,121,250.08	- 2,651,562.60
aTotal Activo Fijo	4,052,635.00	3,522,322.48	2,992,009.96	2,461,697.44	1,931,384.92	1,401,072.40
Activo Diferido						
Gastos orgniz/instalaciones						
Total Activo Diferido						

TOTAL ACTIVO	4,182,635.00	4,380,554.19	5,032,341.38	5,964,288.17	7,372,355.04	8,391,964.08
PASIVO						
Sueldos y Salarios x Pagar						
Préstamo bancario	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	1,500,000.00
TOTAL PASIVO	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	1,500,000.00
CAPITAL	1,682,635.00	1,682,635.00	1,682,635.00	1,682,635.00	1,682,635.00	1,682,635.00
Utilidad del ejercicio anterior			197,919.19	849,706.38	1,781,653.17	3,189,720.04
Utilidad del ejercicio actual		197,919.19	651,787.19	931,946.79	1,408,066.87	2,019,609.04
Suma Pasivo y Capital	4,182,635.00	4,380,554.19	5,032,341.38	5,964,288.17	7,372,355.04	8,391,964.08

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la estimación en las ventas, consideramos conveniente amortizar parte del préstamo a partir de finales del quinto año.

7.5.4 Apalancamiento (estimar)

RAZON DE ENDEUDAMIENTO	
TOTAL PASIVO	Q2,500,000.00
TOTAL ACTIVO	Q4,182,635.00
RE	59.8%

Esto indica que el proyecto está siendo financiado por un 59.8% de los activos con deuda.

7.6 Evaluación económica

7.6.1 Flujo neto de fondos anuales proyectados

Tabla 28.

Flujo de Efectivo						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingreso por Ventas		3,221,800.00	4,611,600.00	5,468,200.00	7,493,050.00	9,516,550.00
(-) Egresos (costos y gastos operativos)		2,404,648.08	3,136,668.36	3,587,239.96	4,922,060.86	6,059,267.86
(-) Gastos no desembolsables (las depreciaciones y amortizaciones)		530,312.52	530,312.52	530,312.52	530,312.52	530,312.52
(=) Utilidad antes de Impuestos (UAI)		286,839.40	944,619.12	1,350,647.52	2,040,676.62	2,926,969.62
(-) Impuestos (ISR)		88,920.21	292,831.93	418,700.73	632,609.75	907,360.58
(=) Utilidades Netas (UDI)		197,919.19	651,787.19	931,946.79	1,408,066.87	2,019,609.04
Inversión	4,182,635.00					
Prestamo	2,500,000.00					
Fondos Propios	1,682,635.00					
(+) Ajustes por gastos no desembolsables (las depreciaciones y las amortizaciones)		530,312.52	530,312.52	530,312.52	530,312.52	530,312.52
(-) Egresos no afectos a impuestos (pago de prestamos)						1,000,000.00
(=) Flujo Neto de	-	728,231.71	1,182,099.71	1,462,259.31	1,938,379.39	1,549,921.56

Efectivo	(1,682,635.00)				
----------	----------------	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

El año 0 lo conforma el préstamo en la entidad bancaria y fondos propios, por otro lado, se indican los ingresos de ventas y los costos, los ajustes y desembolsos de la depreciación, el pago del préstamo a partir del quinto año, el impuestos (ISR) obteniendo los flujos netos de efectivo de los cinco años proyectados.

7.6.1.1 Cálculo de TREMA

Inflación A febrero 2009. Nivel República	Intermensual: -0.60 (Base: Dic. 2000=100.0)	Ritmo: 6.50	Acumulada: -1.01 detalles
Tasa de Interés Líder	(7 días plazo)	6.50%	detalles
Tipo de Cambio de Referencia al 24/03/2009		8.11495	detalles

De acuerdo al análisis determinado se estima que el trema será del 35%.

7.6.2 Valor actual neto (VAN o VPN)

Tabla 29.

CÁLCULO DEL VAN POSITIVO

Factor de actualización(FA)

Año	F.A.
1	0.870
2	0.756

Valor Presente +	
(+)FNEA	4,519,672.52
(-)Inversion	4,182,635.00
VAN	337,037.52

3	0.658
4	0.572
5	0.497

CÁLCULO DEL FNEA				
Año	Inversión	Flujo neto de efectivo	FA	FNEA
0	4,182,635.00			
1		Q728,231.71	0.8696	633,244.97
2		Q1,182,099.71	0.7561	893,837.21
3		Q1,495,379.31	0.6575	983,284.66
4		Q2,029,459.39	0.5718	1,160,354.14
5		Q1,707,241.56	0.4973	848,951.55
			TOTAL	4,519,672.52

Fuente: Elaboración propia

El valor actual neto estimado según los datos de inversión el flujo neto de efectivo es de Q337,037.52.

7.6.3 Tasa Interna de retorno (TIR)

Tabla 30.

TASA INTERNA DE RETORNO
48%



El proyecto logra cubrir el requerimiento del 35% y que adicional a esta tasa brinda un 13% mas alta de las expectativas de los inversionistas.

7.6.4 Relación beneficio / costo (RBC)

Tabla 31.

CUADRO RELACIÓN COSTO / BENEFICIO					
TREMA	15%			actualizados	
Año	Ingresos	Costo	FA	Ingresos	Costo
		4,182,635.00	1		4,182,635.00
1	3,221,800.00	1,693,681.32	0.870	2,801,565.22	1,472,766.37
2	4,611,600.00	2,425,701.60	0.756	3,487,032.14	1,834,178.90
3	5,468,200.00	2,876,273.20	0.658	3,595,607.57	1,891,289.58
4	7,493,050.00	4,211,094.10	0.572	4,284,190.97	2,407,715.32
5	9,516,550.00	5,348,301.10	0.497	4,732,247.64	2,659,523.17
Valor Presente				18,900,643.53	14,448,108.35
RBC				1.3081743	

Fuente: Elaboración propia

Se acepta el proyecto, ya que la relación beneficio costo resulta mayor que uno, debido a que los ingresos generados alcanzan la cobertura de costos y gastos.

7.6.5 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Tabla 32.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	
Inversión	Q4,182,635.00
Utilidades Netas	Q5,209,329.08
PRI	4 años 5 meses

Fuente: Elaboración propia

Una vez establecidos los cálculos necesarios se verificó que para un monto de inversión de Q4,182,635.00, es necesario un tiempo de 4 años 5 meses para cubrir con las ganancias obtenidas.

7.6.6 Otros que consideren necesarios

No se considera

7.7 Evaluación social del proyecto (impacto social)

La empresa en estudio pretende promover la responsabilidad social con los empleados de la empresa como en la sociedad. Por su parte, el promover las negociaciones con los clientes para obtener mejores beneficios y así éstos puedan referirlos a otros; y así también con las empresas proveedores realizar mejores negociaciones, se estima mantener buenas relaciones con los clientes los cuales se les proporcionará un terreno accesible.

7.8 Resumen

El capítulo anterior indica que la inversión total es de **Q4,182,635.00**. Los cuales serán financiados con una entidad bancaria y otra parte fondos propias de personas accionistas al proyecto. La inversión se recuperará en un período de cuatro años con 5 meses aproximadamente, indica que el proyecto está siendo financiado con

Q 2,500,000.00 por una entidad bancaria.

La distribución de los costos variables son los sueldos de los vendedores y salarios de los operarios, combustibles, energía eléctrica y otros gastos. Entre los costos fijos tenemos los gastos administrativos, publicidad, internet, control de calidad de servicio al cliente y otros. Lo que hace un total de costos mensuales son Q219,580.05 y anuales de Q2,634,960.60. El punto de equilibrio del centro de convenciones es de 284 convenciones y 680 hospedajes.

La tasa interna de retorno es de 48.0%, el cual es mayor que el TREMA el proyecto es aceptado. El valor actual neto estimado según los datos de inversión el flujo neto de efectivo es de Q337,037.52. La relación beneficio resulta de 1.308, el cual es mayor que uno, debido a que los ingresos generados alcanzan a cubrir los costos y gastos por lo tanto el proyecto es aceptable.

CONCLUSIONES

1. Se estableció la pre-factibilidad de la creación de un centro de convenciones en el Municipio de Dolores, Departamento de Petén, a través de un estudio de mercado, el cual indica que existe una demanda insatisfecha del servicio. Se requiere optimizar la oferta regional y aprovechar la ventaja competitiva de ser los primeros en el municipio en crear un servicio de éste tipo. Por otro lado, se realiza un estudio técnico y administrativo, el cual establece la formación de la empresa, los empleados, la inversión, la estructura física y demás indicadores, que van a ser de utilidad para el proyecto.
2. Se determinó una demanda insatisfecha en el Municipio de Dolores, ya que no cuentan con un lugar adecuado para realizar las actividades sociales, educativas, capacitaciones, además, se estima que la demanda aumentará en un 6.7%.
3. Se estableció el tamaño del centro de convenciones, el cual contará con seis salones con una capacidad de 100 personas cada uno, así también 10 cabañas de hospedaje, las cuales, en caso sea necesario, las personas puedan obtener un paquete en donde les incluya el alquiler del salón y el hospedaje.
4. Se identificó la estructura administrativa con una sociedad anónima, la cual contará con una junta directiva, auditoría externa, gerente general, área de contabilidad, área de administración y servicios y área de ventas y atención al cliente y el régimen del 31%, que establece una declaración trimestral.
5. Se evaluó la viabilidad del proyecto de la creación de un centro de convenciones en el Municipio de Dolores, Petén, al aplicar métodos económicos y financieros con una tasa de retorno del 18.0%, la cual hace aceptable el proyecto, porque es mayor que el TREMA. Indicado por otro lado, la relación del costo beneficio, la cual es 1.308 y éste se considera aceptable, el valor actual neto es de Q337,037.52. Así también, se indica

que la inversión se recuperará en un período de cuatro años con 5 meses aproximadamente.

RECOMENDACIONES

1. Se debe establecer la pre-factibilidad de la creación de un centro de convenciones en el Municipio de Dolores, Peten a través de un estudio de mercado, estudio técnico, administrativo legal y económico financiero para poder establecer sí es viable.
2. Se debe determinar la demanda insatisfecha y la aceptación del centro de convenciones en el Municipio de Dolores.
3. Se debe de establecer el tamaño de los salones, la capacidad de cada uno de ellos, la versatilidad de los paquetes que se desean ofrecer, así como la capacidad de expansión con la que se cuenta.
4. Se debe de identificar la estructura administrativa a través de una sociedad anónima, la cual debe contar una junta directiva, auditoria externa, gerente general, área de contabilidad, área de administración y servicios y área de ventas y atención al cliente
5. Se debe de evaluar la viabilidad del proyecto de la creación de un centro de convenciones en el Municipio de Dolores, Petén, al aplicar métodos económicos y financieros con una tasa de retorno mayor al que el TREMA, así también, se debe de establecer la relación del costo beneficio mayor que uno para que sea aceptable.

BIBLIOGRAFÍA

- 1- Anzola, S. **Administración de Pequeñas Empresas**. México, Mc Graw-Hill, 1993.
2. Arellano Cueva, Rolando. **Comportamiento del Consumidor Enfoque América Latina**. México: Editorial McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V., 2002.
3. Baca Urbina Gabriel. **Evaluación de Proyectos**, cuarta edición, : Mc Graw Hill, México,2001
- 4- Burgos, E. **Tú, unas Historias y el camino del Conocimiento**. Guatemala, 1999
5. Cámara del Turismo de Guatemala. Destination Guatemala. The oficial visito guide to Guatemala, **Revista Destino Guatemala, Guía oficial del turista**, Guatemala,s.e. 2000. .
6. Casia Monica. **Guía para la Preparación y Evaluación de Proyectos, con un Enfoque Administrativo**. Editorial Corporación JASD, Edición 1991.
7. Chain, N y Chain, R. **Preparación y Evaluación de Proyectos**. Santa Fe de Bogota: McGraw-Hill, 1996.

8. Dubois, Bernad y Rovira Celma, Alex, **Comportamiento del consumidor, Comprendiendo al consumidor.** (2da. Ed.). Madrid. Editorial Prentice may Iberia, 1999.
9. Givaudan. **Mercado Latam.** México: Givaudan, 2003.
10. Grupo Editorial Océano. **Gran Enciclopedia de la Ciencia y de la Técnica** Barcelona, España, 1986.
11. Grupo Editorial Océano. **Diccionario Enciclopédico Ilustrado,** Barcelona, España, 1996.
12. Instituto Nacional de Estadística INE, Guatemala: Proyecciones de Población a nivel Departamental y Municipal por Año Calendario Período 2000-2005.
Guatemala:
13. Kotler F. y Armstrong G. **Fundamentos de Mercadotecnia,** sexta edición. México. Editorial Prentice-Hall Hispanoamérica, 1991.
14. Kotler, P. y Armstrong, G. **Fundamentos de mercadotecnia,** cuarta edición, México: Prentice- Hall Hispanoamericana, S.A., 1990
15. Kotler, P. y Armstrong, G. . **Mercadotecnia.** México: Prentice Hall, 1996

16. . Lambin, Jean-Jacques, " **Marketing Estratégico** ". (3ra. Ed.). España, Mac Graw Hill Interamericana de España, 1999.
17. Miragem, Samuel (1982) **Guía para la elaboración de proyectos de desarrollo agropecuario** Inter-American Institute for Cooperation on Agricultura Publicado por IICA Biblioteca Venezuela, 1982
18. Pereira, H. **Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión**,. Caracas: UCAB. 1996
19. Redondo, A. **Curso Práctico de Matemática Financiera**. Caracas: Corporación Marca C. 2002.
20. Sapag & Sapag. **Preparación y Evaluación de Proyectos**. 4^a. ed., Chile: Mc Graw Hill, 2000.
21. Schiffman, León G. . " **Comportamiento del consumidor**, séptima edición, México, D.F. .Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, 2001.
22. Stanton, Etzel, Walker, **Fundamentos de Marketing** " 13va. Edición. McGraw Hill, 2004.

23. Tamayo, M. (2,004) El proceso de la investigación (3ra. Ed.) México: Limusa y Noriega Editores.

24. Tonatiuh (Raviot o Magallis, Organización de Congresos y Convenciones, E, Trillas, México, 1991.

Internet

25. [http:// www.inforpressca.com/.../imagenes/guatemala](http://www.inforpressca.com/.../imagenes/guatemala), consultado 20 de febrero de 2009

26. http://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_la_oferta_y_la_demanda, consultada 3 de marzo de 2009

27. <http://www.rae.es>, **Diccionario de la Real Academia Española**. Veintidociava edición, consultada, Enero, febrero, Marzo, Abril de 2009

Entrevistas personales

28. Lambrecht Hilario, **Director General ASINDES ONG**, Entrevista realizada en febrero, 2009

29. Quan, Malheri. **Ejecutiva de ventas del Hotel Holidey Inn**, entrevista realizada en febrero 200



Investigación de Mercados

No. _____

ENCUESTA

Estimado Participante: Buenos días/tarde. Estoy haciendo un estudio de mercado para la entrada de un nuevo servicio, quisiera su colaboración para responder las siguientes preguntas:

Datos de clasificación será orientada de acuerdo a los siguientes criterios:

1. Datos Personales

Nombre: _____

Rango de edad: preferentemente en el orden siguiente:

1ero. 35 a 44

2do. 18 a 24

3ero. 25 a 34

4to. 45 años a más

NSE: a (alto), b (medio), c (bajo superior)

Lugar: La encuesta se realizará en Organizaciones no gubernamentales, instituciones de gobierno, empresas privadas, personas individuales, en los 12 municipios de Petén con el NSE anteriormente indicado.



Sexo: Femenino

Masculino



II Preguntas:

3. ¿Conoce algún lugar para realizar convenciones y eventos sociales en el Petén?:

Si 1

No 2 (Fin de la encuesta)

4. ¿Cuántos lugares conoce?:

1 a 3 1

4 a 5 2

Más de 6 3

5. ¿Utiliza estos lugares para realizar capacitaciones, Seminarios, Congresos o eventos sociales?

Si 1

No 2

6. ¿Cuál es la frecuencia, de utilizar el servicio ?

Cada mes 1

Cada 3 meses 2

Cada 6 o más 3

7. ¿Cuál es el lugar de su preferencia para realizar el evento?
8.

Hotel	<input type="checkbox"/>	1
Restaurante	<input type="checkbox"/>	2
Cafetería	<input type="checkbox"/>	3
Salón municipal	<input type="checkbox"/>	4
Salón Parroquial	<input type="checkbox"/>	5
Otro	<input type="checkbox"/>	6

9. ¿Cuáles son las razones por las que usted prefiere ese lugar para realizar sus eventos?

Buena atención	<input type="checkbox"/>	1
Precios económicos	<input type="checkbox"/>	2
Buena comida	<input type="checkbox"/>	3

Buena ubicación

4

Parqueo

5



10. ¿Cuál ha sido la inversión que usted ha hecho al realizar un evento de Capacitación, Seminarios, Congresos o actividades sociales y/o culturales?

De Q. 1,000 a 3,000

1

De Q. 3,001 a 6,000 2

Mas de Q. 6,001 3

11. ¿Le gustaría contar con una nueva opción donde le presten un servicio completo que ningún otro lugar se lo haya proporcionado?

Si 1

No 2

12. ¿Qué es lo que más le gustaría y que haría la diferencia de los servicios actuales?

Alquiler del lugar 1

Comida 2

Comodidad 3

Buena atención 4

Parqueo 5

Todas las anteriores

6



13. ¿Precio que estaría dispuesto/a a pagar por el servicio todo incluido?

Entre Q. 5,000.00 a Q. 6,000.00 1

Entre Q. 6001.00 a Q. 7,000.00 2

3
Entre Q. 7001.00 o más

12. ¿Cuánto paga por una noche de habitación?:

Entre Q. 100.00 a Q.300.00	<input type="checkbox"/>	1
Entre Q. 301.00 a Q.600.00	<input type="checkbox"/>	2
Entre Q. 601.00 a Q. 900.00	<input type="checkbox"/>	3

MUCHAS GRACIAS



LISTA DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS EJECUTADOS EN EL PROYECTO DE GRADUACIÓN

Al entregar su informe final del trabajo de investigación, debe acompañar esta hoja debidamente llenada y firmada.

Si hay más de 2 elementos que no puede verificar haberlos cumplido dentro de su proyecto, entonces haga las correcciones necesarias para poder entregar dicho informe.

La no presentación de esta lista automáticamente anula la recepción del informe final del proyecto de graduación.

Si Yo tengo una página de portada exterior e interior en el proyecto.

Si Yo incluí un índice que indica los contenidos con el número de página correspondiente.

Si Yo incluí un resumen ejecutivo del documento exclusivamente para el proyecto.

Si Yo seguí las recomendaciones del instructivo para la elaboración y presentación de proyecto.

Si Yo usé referencias bibliográficas y las cité conforme el instructivo.

Si Yo incluí en la bibliografía, cada referencia que mencioné en el texto.

Si Yo utilicé al final tablas y figuras y otro tipo de documentos de soporte.

Si Yo utilicé estadísticas para respaldar mi investigación.

Si Yo tengo 60 páginas de texto en promedio.

Si Yo redacté mi proyecto con una secuencia y orden lógico de presentación.

Si Yo no utilicé otras formas diferentes de presentación a la aprobada por AIU.

Si Yo utilicé un lenguaje sencillo, claro y accesible para todos.

Si Yo utilicé un revisor de redacción y estilo para la presentación de mi proyecto.

Si Yo no violé ninguna ley de propiedad intelectual o de derechos de autor al copiar materiales que pertenecen a otra persona.

__Yo afirmo por este medio que el proyecto es totalmente mi propia investigación.

Nombre del estudiante: _____

del Estudiante

Fecha

Firma

GLOSARIO

Abstemios

Que no toma bebidas alcohólicas.

Capacitación

Es desarrollo e implica la obtención de herramientas que pueden utilizarse para mejorar el

rendimiento de una empresa y, por lógica, de sus empleados; es para la mente lo mismo que el entrenamiento físico para los atletas. Así que hay que entrenar y capacitarse para llegar a nuestra meta.

Centro de convenciones

Es un conjunto de salas diseñadas especialmente para proveer un ambiente más efectivo en los diferentes tipos de reuniones, deben estar amueblados confortablemente y contar con todas las facilidades y equipos que se requiere en las reuniones de alto nivel de ejecutivos y profesionales.

Congreso

Toda reunión profesional que tiene por objeto realizar una discusión y un intercambio profesional y/o académico, en torno a un tema de interés.

Convenciones

Se define como toda reunión gremial o empresarial cuyo objetivo es el tratar asuntos comerciales entre los participantes, en torno a un mercado, producto o marca.

Demanda

Cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. La demanda es una función matemática.

Ferias y exposiciones

Son muestras o exhibiciones públicas que organizan profesionalmente empresas, asociaciones o individuos y cuya finalidad es la venta de productos o servicios.

Mercado

Es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones, de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Seminarios

Es una técnica de trabajo en grupo, expresión oral utilizada para tratar a fondo un tema predeterminado.

Simposium

Conferencia o reunión en que se examina y discute, por especialistas, un determinado tema o asunto.

Viajes de incentivo

Es una estrategia moderna gerencial utilizada para lograr metas empresariales fuera de lo común, al premiar a los participantes con una experiencia extraordinaria de viaje, a los que demuestran un mejor desempeño en su trabajo

