

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de Investigación corresponde a un estudio de factibilidad para la implantación de un motel al paso en la ciudad de Ibarra Panamericana Sur, Sector Chorlavi. El punto de partida fue el estudio de mercado cuyo fin es el de identificar la necesidad del servicio, analizando la oferta y la demanda existente. Mediante la aplicación de encuestas a usuarios, propietarios y empleados de los moteles del sector. Aquí se evidencia la factibilidad para la implementación de una microempresa que preste el servicio de habitaciones al paso. Enfocamos nuestro análisis a la cuantificación de la oferta, determinación de la demanda, así como sus proyecciones (oferta y demanda potenciales) hasta el año 2015. A más de la fuente primaria de datos (trabajo de campo), se utilizó fuentes secundarias de información con el propósito de tener una visión cuantitativa y cualitativa más completa del servicio del motel. Se obtuvo datos importantes sobre los gustos y preferencias de los usuarios en cuanto a tipo de construcción de las habitaciones, los servicios que desean, el tiempo que se quedan entre otros aspectos, donde se encontró fundamentos técnicos que definen a la competencia. Además se llegó a determinar la viabilidad y sustentabilidad del proyecto mediante los respectivos estudios económico-financieros. Finalmente se analizó los posibles impactos que generará la ejecución de este proyecto; siendo el más relevante el impacto económico – social, por que generará empleo mejorando la calidad de vida de todas las personas involucradas, así como el movimiento económico a nivel local y a futuro a nivel provincial.

THE EXECUTIVE SUMMARY

The present work of Investigation corresponds to a study of feasibility for the installation from a motel to the step in Ibarra city Pan-American South, Sector Chorlavi. The starting point was the market study whose end is the one of identifying the necessity of the service, analyzing the offer and the existent demand. By means of the application of surveys to users, proprietors and employees of the motels of the sector. Here the feasibility is evidenced for the implementation of a microempresa that it lends the service of rooms to the step. We focus our analyses to the quantification of the offer, determination of the demand, as well as their projections (it offers and demand potentials) until the year 2015. To more than the primary source of data (field work), it was used secondary sources of information with the purpose of having a more complete quantitative and qualitative vision of the service of the motel. It was obtained important data on the likes and the users' preferences as for type of construction of the rooms, the services that want us, the time that they stay among other aspects, where I found technical foundations that define to the competition. You also end up determining the viability and sustentability of the project by means of the respective economic-financial studies. Finally I analyze the possible impacts that it will generate the execution of this project; being the most outstanding the economic impact - social for that will generate employment improving the quality of all the involved people's life, as well as the economic movement at local level and future at provincial level.

AUTORÍA

Yo, **MARCO VINICIO PERUGACHI**, portador de la cédula de ciudadanía Nro. 100244726-4, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN MOTEL AL PASO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PANAMERICANA SUR, SECTOR CHORLAVÍ”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....
Marco Perugachi
C.I. 100244726-4

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado Marco Vinicio Perugachi para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN MOTEL AL PASO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PANAMERICANA SUR, SECTOR CHORLAVÍ”**. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 15 días del mes de septiembre del 2010.

Econ. José Chamorro Mayanquer
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

La presente investigación va dedicada a mis padres, con gratitud imperecedera, por ser un ejemplo maravilloso de amor, de y sacrificio incomparable, forjando en mi la responsabilidad, para cumplir con una de mis metas.

A mis hermanas, quienes con su apoyo incondicional me motivaron para salir adelante.

A mi hija que con su inocencia motiva a lograr grandes cosas para el bienestar propio.

A mi tutor de tesis, ya que con su tiempo y paciencia, compartió sus conocimientos y experiencia para la realización de la presente investigación.

Marco Perugachi

AGRADECIMIENTO

Al llegar al término del presente trabajo investigativo quiero agradecer a las siguientes personas e instituciones:

A las autoridades y maestros de la Universidad Técnica del Norte, quienes han sembrado en mí, un espíritu de lucha por alcanzar nuevos conocimientos, sabiduría, principios éticos y morales; que me han permitido la proyección al éxito y la excelencia.

Al, Econ. José Chamorro Mayanquer, profesional en Contabilidad que con sus vastos conocimientos, calidad humana y valores supo guiar y conducir de mejor manera el trabajo de la investigación.

Finalmente a todos quienes participaron en la investigación de campo, que con su colaboración y apoyo posibilitaron la búsqueda de la información necesaria para el presente trabajo investigativo.

Marco Perugachi

PRESENTACIÓN

El Presente proyecto de factibilidad tiene el siguiente objetivo: Elaborar un Proyecto de Factibilidad para la Implantación de un Motel al paso, con nuevas tendencias de hospedaje, en la ciudad de Ibarra, Sector Chorlaví, Provincia de Imbabura y en función de las necesidades de los usuarios de los moteles. A continuación se expone una síntesis de lo tratado en cada fase o capítulos del informe final del trabajo de grado.

En la presente investigación cuenta con siete capítulos el primero de ellos es el diagnóstico situacional donde a partir de fuentes de información primaria y secundaria y de una investigación de campo a través de encuestas y entrevista se ha determinado el verdadero problema de la investigación. Previamente para ello se determinó el universo o población y el respectivo cálculo muestral.

El segundo capítulo se enfoca al marco teórico que por medio de fuente de información secundaria a través de libros, revistas, periódicos, internet se ha determinado los fundamentos científicos donde se sustenta la investigación.

En el tercer capítulo se desarrolla el estudio de mercado donde se establece los aspectos fundamentales que definen la posibilidad y factibilidad del proyecto de investigación.

En el cuarto capítulo se realizó el estudio técnico (ingeniería del proyecto), para establecer la ubicación de la microempresa, su tamaño, la distribución de las áreas, la tecnología y equipos requeridos así como también el recurso humano que será necesario para la operatividad de la microempresa.

En el siguiente capítulo que es el quinto se aplicó el estudio económico financiero se realizó un análisis de la inversión necesaria para la ejecución de este proyecto, se realizó las proyecciones de ingresos y egresos, los mismos que, harán posible la generación de los estados pro-forma y flujos de efectivo a partir de los cuales se podrá realizar los correspondientes análisis financieros, para determinar la rentabilidad que genere el proyecto así como su viabilidad financiera.

En el sexto capítulo se estableció estructura orgánica y funcional de la microempresa donde se hace referencia a la organización estructural de la institución, la misión, visión, principios y valores corporativos con los que la microempresa trabajará con el propósito de alcanzar los objetivos establecidos

Finalmente en el séptimo capítulo se establece, los posibles impactos que generará el proyecto, en los aspectos económico-social, cultural educativo, y ambiental.

El presente trabajo finaliza con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	
RESÚMEN EJECUTIVO.....	i
AUTORÍA.....	iii
CERTIFICACION.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
PRESENTACIÓN.....	iv
ÍNDICE.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	5
1.1 Antecedentes Diagnósticos	5
1.1.1 Cantón Ibarra	5
1.1.2 Parroquia San Antonio	5
1.1.3 Barrio Chorlaví	8
1.2 Características diagnósticos	9
1.2.1 Objetivos diagnósticos	9
1.2.1.1 Objetivo general	10
1.2.1.2 Objetivos específico	10
1.2.2 Variables e indicadores	10
1.2.2.1 Indicadores para cada variable	11
1.2.3 Matriz de relación diagnostica	13
1.2.4 Mecánica operativa	14
1.2.4.1 Población y muestra	14
1.2.4.2 Cálculo de la muestra	15
1.2.5 Técnicas de procedimientos y análisis de datos	15
1.2.6 Tipos de información	16
1.2.6.1 Información primaria	16
1.2.6.2 Información Secundaria	16
1.3 Análisis de variables diagnósticas	17
1.3.1. Análisis, tabulación, e interpretación de las encuestas aplicadas a la población masculina de 20 a 60 años de	

edad de la ciudad de Ibarra	17
1.3.2. Análisis, tabulación, e interpretación de las encuestas dirigida a los propietarios y empleados de los moteles del sector	17
1.3.3. Informe de la entrevista realizada al propietario de uno de los principales moteles de la ciudad de Ibarra.	41
1.3.4 Observaciones del diagnóstico	43
1.3.5 Problema diagnóstico	46

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	47
2.1 Estudio de factibilidad	47
2.1.1 Concepto	47
2.1.2 Importancia del estudio de factibilidad	48
2.2 La empresa	48
2.2.1 Clasificación de la empresa	49
2.2.1.1 Según la actividad o giro	49
2.2.1.2 Según la forma jurídica	50
2.2.1.3 Según su dimensión	50
2.2.1.4 Según su ámbito de actuación	51
2.2.1.5 Según la titularidad del capital	51
2.2.1.6 Según la cuota de mercado que poseen las empresas	52
2.2.2 El empresario	52
2.2.3 Administración de la empresa	52
2.2.3.1 Proceso administrativo	55
2.2.4 Formalización de la empresa	58
2.2.4.1 Registros y licencias del gobierno central	58
2.2.4.2 Licencias municipales	59
2.3 El mercado	60
2.3.1 Mecanismo de mercado	61
2.3.2 Tipos de mercado	61
2.3.2.1 Mercado de competencia perfecta	62
2.3.2.2 Mercado de competencia imperfecta	62
2.4 Oferta y demanda	64
2.4.1 Demanda	64
2.4.2 Oferta	64
2.5 Determinación del precio	65
2.5.1 Enfoques generales a la determinación de precios	66
2.6 Fundamentos económicos	67
2.6.1 Presupuesto de inversión	67
2.6.1.1 Financiamiento	68
2.6.1.2 Estudio definitivos	68
2.6.1.3 Ejecución y montaje	68

2.6.1.4 Puesta en marcha	68
2.6.2 Costo de oportunidad	68
2.6.3 Aspectos contables	69
2.6.3.1 Balance general	69
2.6.3.2 Balance de comprobación	70
2.6.3.3 Estado de pérdidas y ganancias	71
2.6.4 Herramientas de evaluación	71
2.6.4.1 Valor actual neto	71
2.6.4.2 Tasa interna de retorno	73
2.6.4.3 Punto de equilibrio	74
2.6.5 Indicadores financieros	75
2.6.5.1 Índices de liquidez	75
2.6.5.2 Prueba ácida	75
2.6.5.3 Índices de solvencia	75
2.6.5.4 Índices de endeudamiento	75
2.7 Gerenciales	76
2.7.1 Rotación del inventario	76
2.7.2 Índices de rentabilidad	76
2.7.3 Rendimiento del capital	76
2.8 La mercadotecnia en la empresa	77
2.8.1 Concepto de mercadotecnia	77
2.8.2 Función de la mercadotecnia	77
2.8.3 Objetivos de la mercadotecnia	78
2.8.4 Ingreso exitoso al mercado	78
2.8.5 Excelencia en el servicio al cliente	78
2.8.6 Herramientas de la mercadotecnia	79
2.8.6.1 Producto	80
2.8.6.2 Precio	80
2.8.6.1 Plaza	80
2.8.6.4 Promoción	81
2.8.6.5 Evidencia física	81
2.9 La competencia	81
2.9.1. Grados de competencia	83
2.10. Los moteles	83
2.10.1. Conceptualización	83
2.10.2. Rentabilidad de los moteles	84

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO	86
3.1. Antecedentes del estudio de mercado	86
3.2. Mercado meta	87
3.2.1. Segmento de mercado	87

3.3. Análisis de la demanda	88
3.3.1. Demanda histórica	88
3.3.2 Análisis y proyección de la demanda general	88
3.3.3. Proyección de la demanda potencial por motel	90
3.4. Análisis y proyección de la oferta	92
3.4.1. Datos para definir la oferta	93
3.4.2. Proyección de la oferta	93
3.4.3. Proyección de la oferta de moteles en relación al consumo real diario	95
3.5. Balance entre oferta y demanda	95
3.5.1. Análisis	96
3.6. Análisis de las características del mercado	96
3.7. Análisis de precios	98
3.8 Proyección de precios	99
3.8.1 Proyección de ingresos mensuales	99
3.9. Análisis de la competencia	100
3.10. Canales de comercialización del servicio a ofertar.	100
3.10.1. Estrategias de plaza	100
3.10.2 Estrategias de servicio.	101
3.10.3. Estrategias de precio	101
3.10.4. Estrategias de promoción	102

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO	103
4.1. Nombre del motel	103
4.2 Localización del proyecto	103
4.2.1. Macrolocalización	103
4.2.1.1 Factores favorables	104
4.2.1.2 Factores comunitarios	104
4.2.1.3 Factores estratégicos	106
4.2.2. Microlocalización	106
4.2.2.1. Ubicación comercial	107
4.2.2.2. Cultura de utilización de estos lugares	107
4.2.2.3. Comportamiento de la competencia	107
4.2.2.4. Facilidad del transporte	107
4.3 Capacidad o tamaño de la microempresa	108
4.3.1 Capacidad o tamaño	108
4.3.1.1 Factores que afectan el tamaño	108
4.3.1.2 Determinación de la capacidad del proyecto	108
4.4 Diseño de instalaciones (Ingeniería del proyecto)	110
4.4.1 Clasificación de las habitaciones	113
4.4.2 Distribución del motel	115
4.4.2.1 Flujoograma de servicio	114

4.4.2.2 Flujograma de limpieza	115
4.4.2.3 Flujograma verificación de factura	116
4.4.2.4 Flujograma de cierre de caja diario	117
4.5 Presupuesto técnico	118
4.5.1 Inversiones fijas	118
4.5.2 Inversiones variables (Capital de trabajo)	119
4.5.3 Inversiones diferidas	119
4.6 Resumen de inversiones requeridas.	120
4.7 Estructura del financiamiento	120

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONOMICO	122
5.1 Bases de inversión	122
5.1.1. Inversion	122
5.1.2. Activos fijos	122
5.1.3. Edificaciones	122
5.1.4. Muebles y Enseres de Oficina	123
5.1.5. Equipo de oficina	124
5.1.6. Equipo de Computación	124
5.1.7. Resumen de activos fijos	125
5.2. Activos diferidos	125
5.2.1. Costos de estudios de factibilidad	125
5.2.2. Gastos de constitución	126
5.3. Inversión variable	126
5.3.1. Capital de Trabajo	126
5.4. Estructura de la inversión	127
5.5. Estructura de financiamiento	127
5.6. Amortización	127
5.7. Presupuestos de gastos	129
5.7.1. Sueldos y salarios	129
5.7.2. Depreciación	130
5.7.3. Servicios básicos	130
5.7.4. Suministros y Materiales	131
5.7.5. Publicidad	131
5.8. Presupuesto de Ingresos	132
5.9. Estados financieros proforma	133
5.9.1 Estado de resultados	133
5.10. Flujo de caja proyectado	134
5.11. Balance general	136
5.12 Punto de equilibrio	137
5.13 Evaluación financiera	141
5.13.1. Costo del capital	139
5.13.2. Valor actual neto	140

5.13.3. Análisis del valor actual neto	141
5.13.4. Tasa interna de retorno TIR	142
5.13.5. Análisis de la TIR	143
5.13.6. Periodo de recuperación de la inversión	143
5.13.7. Relación beneficio costo	144
5.13.7.1. Análisis de la relación beneficio costo	144
5.13.8. Resumen de indicadores de evaluación financiera	146

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL DE LA EMPRESA	147
6.1 Logotipo y razón social	147
6.2. Tipo de empresa	147
6.2.1. Tipo de empresa	147
6.2.2. Titularidad de la propiedad de la empresa.	148
6.2.3. Horario de funcionamiento	148
6.3. Base filosófica de la empresa	148
6.3.1 Misión	148
6.3.2 Visión	148
6.3.3. Principios y valores	149
6.3.4. Políticas	149
6.3.5. Objetivos	149
6.4. Organización de la empresa	149
6.4.1. Organigrama estructural	150
6.4.2. Manual de funciones	150
6.4.2.1. Funciones nivel directivo	151
6.4.3. Estrategias de comercialización	154
6.4.3.1 Estrategia de servicio	154
6.4.3.2 Estrategias de ubicación	154
6.4.3.3 Estrategias de precio	154
6.4.3.4 Estrategias de promoción	155
6.4.3.5 Estrategias de servicios	155
6.4.3.6 Seguimiento y monitoreo	155
6.5 Aspectos legales	155
6.5.1 Patente Municipal	156
6.5.2 Registro único de contribuyentes (RUC)	156
6.5.3 Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento y el registro sanitario en el ministerio de salud pública	157

CAPITULO VII

7. ANALISIS DE IMPACTOS	158
7.1 Antecedentes	158
7.1.1 Impacto social	158
7.1.2 Impacto educativo	158
7.1.3 Impacto económico	158
7.1.4 Impacto empresarial	158
7.2 Operatividad del análisis de impactos	159
7.3 Niveles de impacto.	159
7.4 Desarrollo del análisis de impactos	160
7.4.1 Impacto social	160
7.4.2 Impacto educativo	161
7.4.3 Impacto económico	162
7.4.4 Impacto empresarial	164
7.4.5 Impacto general del proyecto	168
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	169
BIBLIOGRAFÍA	173
ANEXOS	175

INDICE DE CUADROS

CUADRO	TÍTULO	No. PÁG.
Cuadro N° 1.1	Estructura política administrativa de San Antonio	9
Cuadro N° 1.2	Matriz de relación diagnóstica	15
Cuadro N° 1.3	Estimación de la población masculina a estudiar	16
Cuadro N° 1.4	Visita a un motel	19
Cuadro N° 1.5	Frecuencia de visita a un motel	20
Cuadro N° 1.6	Ubicación del motel que visitan	21
Cuadro N° 1.7	Ubicación preferencial de los moteles	22
Cuadro N° 1.8	Chorlaví es un lugar adecuado para un motel	23
Cuadro N° 1.9	Infraestructura del nuevo motel	24
Cuadro N° 1.10	Servicios que le agradarían	25
Cuadro N° 1.11	Tiempo que se queda en un motel	26
Cuadro N° 1.12	Precios que pagaría por el servicio	27
Cuadro N° 1.13	Características a las que da importancia en estos Lugares	28
Cuadro N° 1.14	Medios de publicidad que le orientan	29

Cuadro N° 1.15 Datos generales de los encuestados	30
Cuadro N° 1.16 Motivos que le motivaron a incursionar en el negocio	32
Cuadro N° 1.17 Forma de financiamiento de la inversión	33
Cuadro N° 1.18 Tipo de construcción que prefieren los clientes	34
Cuadro N° 1.19 Tipos de servicio que brinda en el motel	35
Cuadro N° 1.20 Aspectos que motivan a los clientes a visitar el motel	36
Cuadro N° 1.21 Características del personal que trabaja en un motel	37
Cuadro N° 1.22 Estrategias de mercadeo que utiliza	38
Cuadro N° 1.23 Su negocio cuenta con sistema contable	39
Cuadro N° 1.24 Que es más importante para que prospere el negocio	40
Cuadro N° 1.25 Cuántos clientes visitan diariamente su motel	41
Cuadro N° 1.26 Costo promedio de las habitaciones que más usan	42
Cuadro N° 3.1 Segmentación del mercado	93
Cuadro N° 3.2 Número de visitantes a motel	94
Cuadro N° 3.3 Visitas a un motel	94
Cuadro N° 3.4 Veces que visita un motel	95
Cuadro N° 3.5 Demanda actual general a nivel de cantón	95
Cuadro N° 3.6 Demanda potencial acuerdo al números de clientes por motel	96
Cuadro N° 3.7 Histórico de consumo del servicio con proyección	97
Cuadro N° 3.8 Proyección de consumo del servicio	97
Cuadro N° 3.9 Proyección de la demanda actual general (de acuerdo la TCPA del 8,55%)	98
Cuadro N° 3.10 Relación de la proyección de la demanda actual general con la demanda actual potencial	98
Cuadro N° 3.11 Datos para definir la oferta	99
Cuadro N° 3.12 Proyección de oferta	100
Cuadro N° 3.13 Proyección de oferta en relación al consumo	101
Cuadro N° 3.14 Balance entre oferta y demanda	101
Cuadro N° 3.15 Características del mercado	103
Cuadro N° 3.16 Características	103
Cuadro N° 3.17 Análisis de precios	104
Cuadro N° 3.18 Valores de precios	104
Cuadro N° 3.19 Proyección de precios	105
Cuadro N° 3.20 Proyección ingre mensual	105
Cuadro N° 3.21 Análisis de la competencia	106
Cuadro N° 4.1 Objetivos de crecimiento	115
Cuadro N° 4.2 Descripción del tipo de habitaciones	118
Cuadro N° 4.3 Detalle de inversión fija	125
Cuadro N° 4.4 Capital de trabajo	126
Cuadro N° 4.5 Costos de investigación	126
Cuadro N° 4.6 Legalización de la microempresa	127
Cuadro N° 4.7 Estructura de la inversión	127
Cuadro N° 4.8 Estructura del financiamiento	128
Cuadro N° 5.1 Resumen de infraestructura (<i>edificaciones</i>)	130

Cuadro N° 5.2	Resumen muebles y enseres	130
Cuadro N° 5.3	Resumen equipo de oficina	131
Cuadro N° 5.4	Equipo de computación	131
Cuadro N° 5.5	Resumen de activos fijos	132
Cuadro N° 5.6	Costos de investigación	132
Cuadro N° 5.7	Legalización de la microempresa	133
Cuadro N° 5.8	Capital de trabajo del semestre	133
Cuadro N° 5.9	Estructura de la inversión	134
Cuadro N° 5.10	Estructura del financiamiento	134
Cuadro N° 5.11	Tabla de amortización	135
Cuadro N° 5.12	Gasto Sueldos y Salarios	137
Cuadro N° 5.13	Depreciaciones	137
Cuadro N° 5.14	Servicios básicos	138
Cuadro N° 5.15	Suministros y materiales	138
Cuadro N° 5.16	Gasto publicidad	139
Cuadro N° 5.17	Presupuesto de gastos	139
Cuadro N° 5.18	Presupuesto de Ingresos	140
Cuadro N° 5.19	Estado de resultados proforma	141
Cuadro N° 5.20	Flujo de caja proyectado	142
Cuadro N° 5.21	Balance General Proyectado	143
Cuadro N° 5.22	Calculo de punto de equilibrio	145
Cuadro N° 5.23	Costo de oportunidad	147
Cuadro N° 5.24	Calculo del VAN	148
Cuadro N° 5.25	Calculo Periodo de Recuperación	150
Cuadro N° 5.26	Relación costo beneficio	152
Cuadro N° 5.27	Indicadores de evaluación financiera	153

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.1	Visita a un motel	19
Gráfico N° 1.2	Frecuencia de visita a un motel	20
Gráfico N° 1.3	Ubicación del motel que visitan	21
Gráfico N° 1.4	Ubicación preferencial de los moteles	22
Gráfico N° 1.5	Chorlavi es un lugar adecuado para un motel	23
Gráfico N° 1.6	Infraestructura del nuevo motel	24
Gráfico N° 1.7	Servicios que le agradarían	25
Gráfico N° 1.8	Tiempo que se queda en un motel	26
Gráfico N° 1.9	Precios que pagaría por el servicio	27
Gráfico N° 1.10	Características a las que da importancia en estos Lugares	28
Gráfico N° 1.11	Medios de publicidad que le orientan	29
Gráfico N° 1.12	Edad de los encuestados	30
Gráfico N° 1.13	Profesión de los encuestados	31
Gráfico N° 1.14	Ciudad de donde provienen los encuestados	31

Gráfico N° 1.15 Instrucción de los encuestados	31
Gráfico N° 1.16 Motivos que le motivaron a incursionar en el negocio	32
Gráfico N° 1.17 Forma de financiamiento de la inversión	33
Gráfico N° 1.18 Tipo de construcción que prefieren los clientes	34
Gráfico N° 1.19 Tipo de servicio que prefieren los clientes	35
Gráfico N° 1.20 Aspectos que motivan a los clientes a visitar el motel	36
Gráfico N° 1.21 Características del personal que trabaja en un motel	37
Gráfico N° 1.22 Estrategias de mercadeo que utiliza	38
Gráfico N° 1.23 Su negocio cuenta con sistema contable	39
Gráfico N° 1.24 Que es más importante para que prospere el negocio	40
Gráfico N° 1.25 Cuántos clientes visitan diariamente su motel	41
Gráfico N° 1.26 Costo promedio de las habitaciones que más usan	42
Gráfico N° 4.1 Provincia de Imbabura	110
Gráfico N° 4.2 Croquis de ubicación	114
Gráfico N° 4.3 Distribución de la microempresa	120
Gráfico N° 4.4 Flujograma de servicio	121
Gráfico N° 4.5 Flujograma de limpieza	122
Gráfico N° 4.6 Flujograma verificación de factura	123
Gráfico N° 4.7 Flujograma de cierre de caja diario	124

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 4.1 Identificativo del nuevo motel	109
Figura N° 5.1 Punto de Equilibrio	146
Figura N° 6.1 Logotipo y razón social de la nueva empresa	154
Figura N° 6.2 Organigrama estructural	157